

FACULDADE DE ENFERMAGEM NOVA ESPERANÇA DE MOSSORÓ
CURSO DE BACHARELADO EM NUTRIÇÃO

LORENA SANTIAGO DE SOUSA

**A MÍDIA COMO INSTRUMENTO PROTÓTIPO DE CORPOS E MENTES:
UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEPÇÃO CORPORAL ENTRE JOVENS E
ADULTOS**

Mossoró/RN
2021

LORENA SANTIAGO DE SOUSA

**A MÍDIA COMO INSTRUMENTO PROTÓTIPO DE CORPOS E MENTES:
UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEPÇÃO CORPORAL ENTRE JOVENS E
ADULTOS**

Monografia apresentada à Faculdade de
Enfermagem Nova Esperança de Mossoró –
FACENE/RN – como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em Nutrição.

Orientador (a): Profa. Ma. Lidiane Pinto de
Mendonça.

Mossoró/RN
2021

Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró/RN –FACENE/RN.
Catalogação da Publicação na Fonte. FACENE/RN – Biblioteca Sant’Ana.

S725m Sousa, Lorena Santiago de.

A mídia como instrumento protótipo de corpos e mentes:
uma investigação da percepção corporal entre jovens e adultos
/ Lorena Santiago de Sousa. – Mossoró, 2021.

51 f. : il.

Orientadora: Profa. Ma. Lidiane Pinto de Mendonça.
Monografia (Graduação em Nutrição) – Faculdade de
Enfermagem Nova Esperança de Mossoró.

1. Mídias audiovisuais. 2. Cultura à beleza. 3.
Comportamento alimentar. I. Mendonça, Lidiane Pinto de. II.
Título.

CDU 316.774:613.2

LORENA SANTIAGO DE SOUSA

**A MÍDIA COMO INSTRUMENTO PROTÓTIPO DE CORPOS E MENTES:
UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEPÇÃO CORPORAL ENTRE JOVENS E
ADULTOS**

Monografia apresentada à Faculdade de
Enfermagem Nova Esperança de Mossoró –
FACENE/RN – como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em Nutrição.

Aprovado em 02/12/2021.

Banca Examinadora

Prof. Ma. Lidiane Pinto de Mendonça
Faculdade Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN
Presidente e orientadora

Prof. Esp. Heloisa Alencar Duarte
Faculdade Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN
Membro

Prof. Esp. Wandeclebson Ferreira Júnior
Faculdade Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN
Membro

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus por ter permitido que meus sonhos e objetivos fossem alcançados, por ter me concedido determinação e persistência para vencer todos os obstáculos ao longo da trajetória.

Aos meus pais, que sempre estiveram ao meu lado me apoiando e incentivando ao longo de todo o percurso e por todo o esforço que serviram de alicerce para as minhas realizações.

Ao meu companheiro de vida, por toda compreensão e paciência demonstrada durante todo o percurso acadêmico, e que acima de tudo sempre foi um grande amigo, constantemente presente nos momentos difíceis com uma palavra de conforto e incentivo.

Aos meus familiares por todo apoio e ajuda, que muito contribuíram em todo o processo, me incentivando nos momentos difíceis, compreendendo a minha ausência enquanto me dedicava à vida acadêmica.

Agradeço a minha orientadora por gentilmente ter aceitado conduzir o meu trabalho de pesquisa e por todo incentivo e dedicação no processo, me proporcionando todo o suporte necessário.

Deixo um agradecimento especial à Faculdade Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN e a todo o corpo docente pela excelência da qualidade técnica e humana de cada um.

Gratidão a todos que contribuíram, direta ou indiretamente para o desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, em especial os entrevistados, que naquela ocasião contribuíram e enriqueceram o meu processo de aprendizado.

Às pessoas com quem convivi ao longo desses quatro anos de curso, que me incentivaram e que certamente tiveram impacto em minha formação acadêmica e pessoal.

Enfim, muito obrigada a todos que me apoiaram nesta jornada.

“O comportamento é tão importante quanto o nutriente.”
Sofhie Deram.

RESUMO

O conceito de beleza por inúmeras vezes sofreu variações ao longo da história. Desde os primórdios, o corpo desempenha um papel social com objetivos a serem alcançados, no qual a imposição social e midiática sobre este ainda é fator determinante para o modelo a ser seguido, impondo-se, portanto, um padrão de beleza inalcançável, que inconscientemente é incorporado pela sociedade. Desse modo, o objetivo do estudo foi avaliar a influência da mídia acerca da construção da imagem corporal. Nesse sentido, o trabalho em questão caracterizou-se como uma pesquisa epidemiológica observacional, de corte transversal e de características descritivas e analíticas, no qual a população avaliada constituiu-se de adolescentes e jovens-adultos natural da cidade de Mossoró/RN e Russas/CE, correspondendo a faixa-etária de 15 à 34 anos, de ambos os sexos, nesta ocasião, obteve-se uma amostra de 384 entrevistados. As informações coletadas foram obtidas mediante o questionário sociodemográfico e o SATAQ-4, através da plataforma virtual *Google Forms*. Os dados coletados foram analisados e tabulados e subsequentemente expostos em gráficos e tabelas, sendo expressos em frequência simples e porcentagem. O projeto de pesquisa foi elaborado mediante a Resolução CNS 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde do Brasil, tendo em vista valores éticos e morais. Os principais resultados obtidos com a pesquisa evidenciaram que a amostra coletada foi composta em sua maioria pelo sexo feminino, que se enquadravam na faixa etária entre 20 e 24 anos. No que diz respeito à etnia houve uma prevalência da cor parda, que em sua maioria apresentavam-se solteiras e possuíam o ensino médio completo/superior incompleto, no qual, de acordo com o IMC encontravam-se eutróficas. Em consonância com outros estudos, foi possível evidenciar a influência da mídia com relação à construção da imagem corporal feminina, ao transmitir estereótipos corporais de beleza, pois os participantes afirmaram concordar totalmente que a exposição a mídia contribuía de algum modo, na autopercepção da sua imagem corporal. Desse modo, os resultados obtidos reforçam a importância da temática em questão contribuindo assim para o âmbito científico, favorecendo a atualização dos dados, assim como, estabelecer bases para futuros estudos.

Palavras-chave: mídias audiovisuais; cultura à beleza; comportamento alimentar.

ABSTRACT

The concept of beauty has undergone many changes throughout history, in which since the beginning, the body plays a social role with goals to be achieved, where the social and media imposition about this, remains a determining factor as a model to be followed, imposing an unattainable standard of beauty, which is unconsciously incorporated. The aim of this study was to evaluate the influence of the media in the construction of body image. It is an observational, cross-sectional, epidemiological research with descriptive and analytical characteristics, in which the population consisted of adolescents and young adults from the city of Mossoró/RN and Russas/CE, aged 15 to 34 years old, of both sexes, where a sample of 384 respondents was obtained. The information collected was obtained through the sociodemographic questionnaire, and SATAQ-4, through the virtual platform Google Forms. The collected data were analyzed and tabulated, subsequently displayed in graphs and tables, being expressed in simple frequency and percentage. The research project was prepared by Resolution CNS 466/2012 of the National Health Council of Brazil, bearing in mind ethical and moral values. The main results obtained by the research showed that, in its entirety, the sample was composed mostly of females, in the 20-24 age group. With regard to ethnicity, there was a prevalence of brown color, most of whom were single, where they had completed high school/incomplete higher education, in which, according to the BMI, they were eutrophic. In line with other studies, it was possible to evidence the influence of the media in relation to the construction of the female body image, conveying body stereotypes of beauty, since the participants noted who agree that media exposure contributed, in some way, to the self-perception of their body image. As such, the results obtained reinforce the importance of the theme in question, thus contributing to the scientific sphere, favoring data updating, as well as establishing bases for future studies.

Keywords: audiovisual media; beauty culture; dietary behavior.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Modelo de sintonia e autorregulação.....	25
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1** – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 1 (discordo totalmente).....35
- Gráfico 2** – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 2 (discordo parcialmente)..... 35
- Gráfico 3** – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 3 (nem concordo nem discordo).....36
- Gráfico 4** – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 4 (concordo parcialmente).....37
- Gráfico 5** – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 5 (concordo totalmente).....37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Valores de frequência simples e porcentagem dos indivíduos nas diferentes variáveis sociodemográficas, (n=192, 192, 384), Cidade – Mossoró/RN e Russas/CE, Brasil, 2021.....	31
Tabela 2 – Valores de frequência simples e porcentagem da classificação do Estado Nutricional em relação ao IMC**, (n=192, 192, 384), Cidade – Mossoró/RN e Russas/CE, Brasil, 2021.....	33
Tabela 3 – Valores de frequência simples e porcentagem das respostas em escala de Likert de 5 pontos, quanto a influência/pressão da mídia acerca da construção da imagem corporal (n=192, 192, 384), Cidade – Mossoró/RN e Russas/CE, Brasil, 2021.....	34

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AN	Anorexia Nervosa
BN	Bulimia Nervosa
CID-10	Classificação Internacional de Doenças
CI	Comer Intuitivo
CNS	Conselho Nacional de Saúde do Brasil
DSM-5	Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais
EM	Entrevista Motivacional
FACENE/RN	Faculdade Nova Esperança de Mossoró
IC	Insatisfação Corporal
IMC	Índice de Massa Corporal
NC	Nutrição Comportamental
SATAQ-4	Questionário de Atitudes Socioculturais em Relação à Aparência-4
TALE	Termo de Assentimento Livre e Esclarecido
TAs	Transtornos alimentares
TCC	Terapia Cognitivo-comportamental
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TN	Terapeuta Nutricional

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	REVISÃO DE LITERATURA.....	16
2.1	IMAGEM CORPORAL	16
2.2	A INSTRUMENTALIDADE DO CORPO OU O CORPO COMO CAPITAL... 17	17
2.3	CORPO E MENTE E(M) CRISE.....	18
2.4	METAMORFOSE CORPORAL: A POTÊNCIA DO VAZIO E A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA	19
2.5	PADRÕES DE BELEZA E SEUS IMPACTOS.....	20
2.6	MÍDIA, SUBJETIVIDADE E COMPORTAMENTO ALIMENTAR.....	20
2.7	TRANSTORNOS ALIMENTARES.....	21
2.7.1	Anorexia Nervosa (AN).....	21
2.7.2	Bulimia Nervosa (BN)	22
2.8	NUTRIÇÃO COMPORTAMENTAL (NC)	23
2.8.1	Entrevista Motivacional (EM).....	23
2.8.2	Comer Intuitivo (CI)	24
2.8.3	Comer com Atenção Plena (Mindful Eating).....	26
2.8.4	Terapia Cognitivo Comportamental (TCC)	26
3	METODOLOGIA	28
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	31
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42
	APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO..	48
	APÊNDICE B - TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	49
	APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO SOCIODEMOGRÁFICO	50
	ANEXO A - SOCIOCULTURAL ATTITUDES TOWARDS APPEARANCE QUESTIONNAIRE-4 (SCHAEFER ET AL., 2015)	51
	ANEXO B - QUESTIONÁRIO DE ATITUDES SOCIOCULTURAIS EM RELAÇÃO À APARÊNCIA (SATAQ-4) (SCHAEFER ET AL., 2015)	51

1 INTRODUÇÃO

Desde os primórdios o corpo desempenha um papel social com objetivos à serem alcançados, no qual a imposição social e midiática sobre este, ainda é fator determinante para o modelo a ser seguido, impondo-se um padrão de beleza inalcançável, que inconscientemente, é absorvido pela sociedade (SOUTO; FERRO-BUCHER, 2002), gerando, na maioria das vezes, transtornos alimentares e psicológicos em razão aos padrões estéticos estabelecidos pelo sistema em que se vive (TILIO, 2014).

O conceito de beleza por inúmeras vezes sofreu variações ao longo da história, no qual, quanto ao padrão estético corporal, o belo é normatizado desde os regimes patriarcais (OLIVEIRA; HUTZ, 2010). Na constante busca por esse ideal de beleza, atualmente, surge uma obsessão para o controle e modelagem do corpo, além da preocupação e o medo de não se encaixar nesse padrão disseminado pela mídia (SOUTO; FERRO-BUCHER, 2002), favorecendo assim o desenvolvimento de comportamentos indesejáveis, dispondo riscos para a saúde dos indivíduos (OLIVEIRA; HUTZ, 2010).

Definido como “as percepções, pensamentos e sentimento de uma pessoa a respeito de seu próprio corpo” (GROGAN, 2016, p. 1-8), a imagem corporal trata-se de um constructo multifacetado, incluindo uma dimensão perceptual e atitudinal, no qual a dimensão perceptual é definida como a acurácia do julgamento de um indivíduo sobre seu tamanho, formato e peso relativos às suas proporções atuais (CASH *et al.*, 1991).

A dimensão atitudinal é composta por quatro componentes afetivos (que diz respeito às emoções relacionadas à aparência física), cognitivo (diz respeito a pensamentos e crenças sobre o próprio corpo), comportamental (refere-se à evitação de situações que possam induzir preocupações com a imagem corporal) e a insatisfação global (derivado da discrepância entre a aparência auto percebida e o corpo considerado ideal pelo indivíduo), devendo-se considerar que trata-se também de um constructo multidimensional, podendo, portanto, referir-se ao peso, à forma ou à alguma parte ou característica específica do corpo (BANFIELD; MCCABE, 2002; CASH *et al.*, 1991; MENZEL; KRAWCZYK; THOMPSON, 2014).

Diferentemente das outras épocas vividas, a atual, é marcada pela globalização e revolução tecnológica, estabelecendo comunicação imediata, gerando influências recíprocas em todas as partes do mundo. Com isso, para definir o tempo presente, o sociólogo Zygmunt criou o conceito de modernidade líquida, interpretando a principal característica de nossa época: a fluidez (BAUMAN, 2001).

Com o início da revolução tecnológica, as formas de vida contemporânea se assemelham à fluidez, não mantendo assim, a mesma identidade por muito tempo, visto que as relações sociais e os laços humanos são marcados pela fragilidade e vulnerabilidade, produzindo incertezas. Em contrapartida, nessa sociedade, cresce a sensação de liberdade individual, embora isso não garanta um estado de satisfação, pois, ao mesmo tempo em que proporciona liberdade, transfere-se aos indivíduos a responsabilidade pelos seus atos (BAUMAN, 2001).

Uma particularidade da sociedade é definir categoricamente os atributos considerados normais ou comuns do ser humano, criando-se uma identidade social, na qual os indivíduos que possuem características desviantes de tais atributos são considerados portadores de um estigma. Diante disso, um indivíduo estigmatizado é aquele cuja identidade social inclui qualquer atributo que frustre as expectativas da normalidade, observadas pela sociedade em questão (GOFFMAN, 1988). Contudo, a sociedade contemporânea atribui crenças, valores e estigmas negativos ao indivíduo que não se enquadram nos padrões de aparência atuais, designando-se em uma marca social, moral e identitária indesejável, que desqualifica os sujeitos (GRACIA-ARNAIZ, 2013).

Dentre as fontes de imposições sociais, a mídia exerce um papel fundamental na disseminação de modelos corporais e de padrões de beleza. Nessa perspectiva, a influência desta é considerada um dos principais fatores de risco para a insatisfação corporal (IC), que por sua vez, repercute de forma negativa na vida dos sujeitos, gerando frustração, culpa, vergonha, depressão, baixa autoestima e redução da qualidade de vida, além de ser um dos principais fatores de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares, doenças psicossomáticas e problemas de convívio social (SOUZA; ALVARENGA, 2016).

Contudo, pesquisadores especializados em estudar imagem corporal e comportamento alimentar têm criticado fortemente a mídia por criar e perpetuar esse padrão cultural de beleza que é difícil, senão impossível, de se alcançar. A prática do culto ao corpo perfeito é uma das preocupações atuais, que atravessa todos os setores, classes sociais e faixas etárias, tendo como base um discurso estético e/ou de preocupação com a saúde. Não medindo esforços para o alcance dos seus objetivos e tornando-se criaturas servis desse mundo de poder da imagem (LAUS et al., 2011).

Deste modo, conforme afirmado por Goldenberg (2004), a população encontra-se em meio a um surto de glorificação do corpo, com a criação de uma completa nova moralidade, que relaciona-se supostamente a uma libertação física e sexual, mas que, na

prática, é gerido pela conformidade de determinados padrões estéticos. A autora afirma que no Brasil, o corpo é tido como um capital, um bem ou recurso, que é percebido como um veículo ao qual é de fundamental importância para a ascensão social, como também, para o sucesso na esfera profissional e afetiva.

Com base no exposto, a pesquisa tem como objetivo avaliar a influência da mídia acerca da construção da imagem corporal.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Destacando-se das outras épocas, a contemporaneidade é marcada por inúmeras peculiaridades, por meio do maior acesso à informação, característica esta prevalente da era informacional, marcada pela liquidez de conceitos, valores e imagens, fator este que pode ser determinante em questões acerca da imagem corporal, inserindo-se em um conceito multidimensional, englobando componentes perceptivos, afetivos e de atitudes relacionado diretamente com a autoestima (BAUMAN, 2001).

2.1 IMAGEM CORPORAL

Constituindo-se como um complexo fenômeno, a imagem corporal compreende concepções afetivas, sociais, cognitivas e culturais, constituindo os níveis físico, emocional e mental, sendo esta, compreendida através dos sentidos, envolvendo figurações e representações mentais que modificam-se constantemente, influenciável pelas dinâmicas de comunicação entre o ser e o meio (VERAS, 2010).

Segundo Adami *et al.*, (2005), o empenho para obter-se uma imagem corporal ideal é um dos fenômenos impressionantes na atualidade, verificando-se uma imensa influência da cultura, construindo assim, conceitos relacionados a “modelos” um tanto inatingíveis. Desta maneira, o autor supracitado afirma que, os aspectos da produção da imagem corporal relacionam-se com a interação de conhecimentos sobre a formação de imagens na mente humana, sobre os tônus, a postura, a organização espacial bem como sobre a realidade existencial do indivíduo, envolvendo a percepção, memória, sentimentos e aspectos simbólicos da interação com o ambiente.

Dessa forma, a construção da imagem corporal advém do processo de desenvolvimento da própria identidade corporal do sujeito, no qual, ambos processos resultam das especificidades da constituição orgânica e do meio de inter-relações individuais (TAVARES, 2003). Sendo necessário que o corpo encontre-se cada vez mais em suas particularidades, para que sua representação mantenha-se perfeitamente pertencente a ele, assegurando a construção da personalidade conforme as sensações corporais, integrando a percepção cognitiva do próprio corpo (SAIKALI, 2003).

Contudo, conceituado como mercadoria-signo, o corpo, conseqüentemente, locus e propagador comunicacional, caracteriza-se como mecanismo de diferenciação social, indicando autoridade pessoal e admiração. Nessa perspectiva, a idolatria pode ser

entendida como meio de obtenção, garantindo à determinados sujeitos à aceitação e pertencimento a uma específica comunidade social, pelo qual se produz sua individualidade em um complexo de práticas cotidianas produzidas e vivenciadas para esta finalidade (KNOPP, 2008).

2.2 A INSTRUMENTALIDADE DO CORPO OU O CORPO COMO CAPITAL

Compreende-se como culto ao corpo uma expressão artística (um formato de aquisição cultural) da sociedade moderna, embora não seja um fenômeno unicamente vigente nos tempos modernos. Segundo Castro (2003), “a comunicação social caracteriza-se como o agente que motiva a idolatria ao corpo, e tem tendência de comportamento”, promovendo inovações e modos de lidar com este para que o mesmo torne-se encantador, sendo construído e reconstruído por meio de discursos elaborados pela mídia, reforçado por ambição do mercado da beleza e por interesses econômicos.

Considerado o objeto de referência que o ser humano possui para caracterizar-se e relacionar-se com o mundo, o corpo é o que exterioriza o indivíduo. Dessa forma, considera-se o mesmo como um capital, ou seja, instrumento de poder, utilizado por atores sociais, em um determinado espaço social para obter vantagens (BOURDIEU, 2007).

Segundo Castro (2003), o corpo transformou-se em um artigo cultural e social semelhante a outro bem com valor de troca, constituindo-se em um dispositivo de sociabilidade, assegurando ao indivíduo, receptividade social, tornando o sujeito mais lucrativo é concebível. Deste modo, os corpos passam a atuar como materialismo emblemático, o corpo configura-se como “um ambiente” pelo qual insere-se o social (COSTA, 2004). Partindo dessa mesma premissa, Mauss (2003) assegura que este “o corpo” é o mais autêntico mecanismo e espaço técnico do homem.

Em vista disso, com a disseminação da ideia de beleza, associado à saúde, bem-estar e conquista, formado à partir do discurso difundido pela mídia, constata-se que não há sociabilidade sem a atratividade, conseqüentemente, com o reconhecimento de que o próprio corpo é aprovado pelo outro, em que a expressão e teatralização da vida no corpo social do espetáculo constitui fração do fanatismo cotidiano do esteticismo (JEUDY, 2002).

2.3 CORPO E MENTE E(M) CRISE

Compenetrados em um mundo desterritorializado, marcado por numerosas exigências, em que as barreiras do espaço e do tempo comunicacional desaparecem diante o imperialismo do sentido, considera-se que inúmeros indivíduos ao se depararem imersos em uma sociedade de opressão racional, frustram-se ao perceber considerável perda de suas peculiaridades, por consequência de alienações estéticas que culminam na ausência de suas essências (ONUKEI; WOSNIAK, 2019).

Segundo Haroche (2009), vivenciamos uma profunda e radical modificação no modo de ser, perceber e sentir. A mídia por sua vez, impõe efeitos fundamentais, desenvolvendo uma cultura de sentidos e sensações, através de estímulos, controlando a alternância entre a capacidade de atenção e desatenção. Dessa forma, presume-se que é justamente neste curso de incentivos artificiais que elaboram-se os mais diversificados modelos de alienação, ocasionando a “apatia e inércia”, consequentemente fomentando o “cansaço do eu”.

De forma momentânea ou contínua, a procura pela ausência, encontra em si, paradoxos relativistas da subsequente existência, bem como retrata Clarice Lispector sobre a vivência de G.H. – “A alegria de perder-se é uma alegria de sabá. Perder-se é um achar-se perigoso.” (2009, p. 101). Considerando diversas questões acerca da pretensão do sujeito em ausentar-se de si mesmo, desperta-se respostas atreladas aos avanços tecnológicos, capitalistas e científicos, que arquitetam a origem de múltiplas problematizações em torno do corpo, tornando supérfluo vínculos consigo e com o seu entorno (FERRY, 2009).

Conforme Baitello Junior (2014), a relação entre o sujeito e a mídia estaria ocasionando, aos poucos, a ausência das sensações do próprio corpo e do seu espaço-tempo, denominando-se de “perda da percepção” e “perda do presente”. Para o autor, a primeira vertente traz consigo uma crise no regime da perceptibilidade, uma vez que toda hipertrofia gera a distrofia compensatória. O segundo aspecto traz consigo a perda do presente, pois tantos tempos presentes se apresentam em um curto tempo, sem que cada um deles tenha a oportunidade de se tornar ato, apenas remetendo para o outro, subentendendo e exigindo a rápida passagem em *zapping* para o próximo.

No entanto, o conflito da vivência é produzido pelo rompimento dos modos de compreender o conhecimento que traçam no homem o anseio de conhecer uma experiência plena, do impecável, do extraordinário, porém de uma natureza, por vezes,

inexistente. Desta forma, a maestria de compreender-se e viver traduz um nível de percepção e discernimento que o indivíduo possui de si enquanto um “ser-no-mundo” e um “ser-do-mundo”, por meio do entendimento de tangenciar o real ou não, ultrapassando verdades e circunstâncias para ajustar-se ao tempo presente (ONUKEI; WOSNIAK, 2019).

2.4 METAMORFOSE CORPORAL: A POTÊNCIA DO VAZIO E A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA

Tornando-se reflexo da cultura e da sociedade, o corpo arquiteta suas particularidades, estabelecendo assim, seus próprios padrões (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011). Desta forma, é perceptível a forte influência sociocultural e midiática acerca da construção do corpo ideal (CORDÁS, 2001), sendo este, o “primeiro suporte” dos textos culturais e dos meios comunicativos, funcionando como “mídia primária” (BAITELLO JUNIOR, 2014).

Segundo Cordás (2001), é inegável que o corpo integra uma das maiores preocupações na atualidade. A necessidade de encaixar-se em um padrão estético imposto, incita incontáveis sintomas, exteriorizando a crise do corpo e da mente. Todavia, considera-se que a construção do corpo perfeito, exige esforço e disciplina, uma responsabilidade constante de si para si, para obter-se aprovação e reconhecimento social, no qual, o indivíduo constitui-se como o único responsável pelo seu fracasso, em que o remodelamento e a reconstrução depende apenas do empenho e esforço individual, em que nada é gratuito, e sim obtido (SANTOS, 2008).

Sob esta perspectiva, o corpo torna-se um objeto controlável (um corpo-capital), que direciona possibilidades, ordenadas e planejadas, segundo determinado fim. Nesse sentido, pode ser produzido, moldado e ajustado, segundo uma imagem-objetivo definida, a partir de uma diversidade de ações produtivas, idealizadas estrategicamente (WACQUANT, 2002).

Por conseguinte, verifica-se que o corpo gradativamente vem sendo metamorfoseado em máquina, tornando-se um rascunho a ser corrigido (BRETON, 2003). Ou seja, os corpos perderam sua própria identidade e transformaram-se em objeto moldável e transitório, no qual qualquer tentativa de mudar este é também uma tentativa de mudar de vida. Nesse sentido, o desejo de reconstrução confunde-se com o desejo de (re)construção da própria identidade, em que a aparência e essência se confundem (CAMPOS *et al.*, 2016).

2.5 PADRÕES DE BELEZA E SEUS IMPACTOS

Passando por inúmeras variações ao longo dos tempos, o conceito de beleza vem sendo disseminado de forma padronizada, marcado por modelos estéticos fortemente definidos (OLIVEIRA; HUTZ, 2010). Na constante tentativa à procura desse ideal de beleza e do corpo perfeito, surge atualmente, uma obsessão pelo o controle da modelagem, favorecendo o desenvolvimento de comportamentos alimentares disfuncionais (SOUTO; FERRO-BUCHER, 2002).

Segundo Tilio (2014), os corpos metamorfoseados pelo consumo de propósitos, em busca de satisfação, ocasionam, na maioria das vezes, desespero em função das influências para adaptação dos indivíduos aos padrões estéticos, integrando parte do léxico contextual das promessas em busca da perfeição do corpo na atualidade (FILHO; SOUSA, 2015).

Dessa forma, a busca e o empenho para se conquistar o ideal de beleza imposto pelo sistema em que vivemos corresponde à uma prática percebida desde a antiguidade clássica, sendo este modificado em conformidade aos costumes de cada época, interpostos pelas culturas (BOTELHO, 2009). Todavia, é válido ressaltar que o corpo é compreendido como uma construção inconstante e modificável, vulnerável à variações. Mauss (1985) assegura que estes não são unicamente biológicos, como também arquitetado socialmente, contribuindo de forma negativa para o desenvolvimento de distúrbios psicológicos e alimentares (PAIXÃO; LOPES, 2014).

2.6 MÍDIA, SUBJETIVIDADE E COMPORTAMENTO ALIMENTAR

Vivenciando um cenário de inovações tecnológicas, que se propaga em ritmo acelerado, habitamos uma palpável realidade cujo principal motivo de expansão é a informação, destacando a mídia como ferramenta primordial nesse processo de manipulação. Tal avançar, detém uma dimensão capital centralizada nas variadas esferas da sociedade moderna, associado à necessidade de troca mútua, tornando-se um espaço influente na sociedade, gerando uma nova produção da subjetividade na qual as experiências e relações sociais são arroladas pela mídia (SILVA; SANTOS).

Tomando Heidegger (2002) como referência, o humano configura-se como o único ser que sabe da sua existência, deste modo, o fato de cada indivíduo ser singular desperta em demasia o enigma do “universo interior” humano. Partindo do pressuposto

de que a mente humana encontra-se intimamente interligada ao comportamento, por intermédio disso, surge a subjetividade, expressão esta que diz respeito ao modo de ser, ou seja, aquilo que particulariza o sujeito, sendo construída socialmente, em uma relação de encontro do eu com o mundo.

Relacionando-se com os aspectos psicológicos do indivíduo, o comportamento alimentar abrange o contexto sociocultural, subjetivo e individual, envolvendo o consciente e o inconsciente. Dessa forma, o modelo teórico biopsicossocial evidencia que o uso da mídia é determinante na internalização de ideologias, que, por sua vez, pode desencadear dois desfechos: a IC e a restrição alimentar, sendo estes considerados preditores dos comportamentos alimentares disfuncionais, tido como fatores de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares (RODGERS *et al.*, 2020).

Destarte, segundo Fischer (2002), é indiscutível o fato de que os recursos midiáticos auxiliam no processo de conhecimento, configurando-se atualmente como uma das organizações responsáveis pela educação na contemporaneidade, socializando e difundindo valores. Em contrapartida, segundo Toral (2006), a mídia, de modo extremamente taxativa, e até ríspida, impõe ordens, modificando comportamentos, desencadeando disfunções relacionadas à saúde e à alimentação, destacando-se os transtornos alimentares.

2.7 TRANSTORNOS ALIMENTARES

Caracterizando-se como uma disfunção, os transtornos alimentares (TAs), são marcados por alterações no comportamento alimentar, possuindo etiologia multifatorial, abrangendo componentes genéticos, biológicos, socioculturais, psicológicos e familiares. Contudo, a sua evolução pode suscitar por meio de modificações dos hábitos alimentares, por pressões psicológicas ou até mesmo por indisponibilidade temporal para se alimentar (CRUZ; STRACIERI; HORSTS, 2011).

Nesse sentido, os TAs constantemente são apontados como quadros clínicos associados à modernidade, conforme ao avanço dos recursos midiáticos, dentre estes destacam-se a anorexia nervosa (AN) e a bulimia nervosa (BN) (CORDÁS; CLAUDINO, 2002).

2.7.1 Anorexia Nervosa (AN)

O termo anorexia refere-se a ausência de *orexis* – apetite, ou seja, caracteriza-se como um comportamento em que há uma intensa restrição alimentar com o objetivo de alcançar uma forma corporal extremamente magra, conforme padrões que divergem do senso comum. De acordo com a *Classificação Internacional de Doenças (CID 10)*, esta seria investigada, inicialmente, por uma magreza de acordo com duas perspectivas de avaliação: uma perda de peso excedente a 15% ou um índice de massa corporal (IMC) igual ou inferior a 17,5 (MORRIS; TWADDLE, 2007).

Em relação à psicogênese, a psiquiatria contemporânea, influenciada pelos conceitos cognitivo-comportamentais, compreende que, apesar de resultar de alguma predisposição genética, a AN, sobrepõe esse fato, havendo consideráveis imposições praticadas por familiares ou grupo social relacionados à aparência, marcada por significativos traços depressivos, obsessivos, perfeccionistas e competitivos (MORRIS; TWADDLE, 2007; YAGER; ANDERSEN, 2005).

Perante o exposto, a AN apresenta-se de dois modos, o tipo restritivo, que diz respeito ao indivíduo que nos últimos três meses não se envolveu em episódios de compulsão alimentar ou comportamento purgativo, no qual a perda de peso se dar através de jejum, dieta restritiva e/ou exercício físico. O outro subtipo, é a compulsão alimentar purgativa, ou seja, nos últimos três meses, o indivíduo se envolveu em episódios regulares de compulsão alimentar, por meio de vômitos auto induzidos ou uso impróprio de laxantes, diuréticos ou enemas (DSM-5, 2014).

2.7.2 Bulimia Nervosa (BN)

Originando do grego “bous” (boi) e “limos” (fome), o termo bulimia possui uma antiga história, designando um apetite intenso, que seria plausível um homem comer um boi, ou quase (CORDÁS; CLAUDINO, 2002).

Por sua vez, a BN caracteriza-se por um intenso consumo de alimentos de forma veloz, com sentimento de ausência de controle, definidos como “episódios bulímicos”. Contudo, esses acontecimentos são seguidos de estratégias compensatórias inadequadas, com o intuito de controlar o peso, como vômitos auto induzidos (em mais de 90% dos casos, uso de medicamentos como os laxantes, inibidores de apetite e diuréticos), dietas e exercícios físicos excessivos, entre outros (CORDÁS; CLAUDINO, 2002).

Contudo, existem três aspectos básicos para se caracterizar a BN, dentre eles: episódios regulares de compulsão alimentar (critério A), condutas compensatórias

indevidas para impossibilitar o ganho de peso (critério B), e por fim, autojulgamento impróprio, motivado pela forma e peso corporal (critério D). Dessa forma, de acordo com o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais DSM-5, para o diagnóstico, a referida compulsão e comportamentos compensatórios inadequado devem ocorrer, em média, no mínimo uma vez por semana no período de três meses (critério C) (DSM-5, 2014). Com isso, surge a nutrição comportamental no intuito de modificar a relação indivíduo-dieta, proporcionando a não culpabilização no ato de comer (ALVARENGA; FIGUEIREDO, 2019).

2.8 NUTRIÇÃO COMPORTAMENTAL (NC)

Definido como a maneira de se comportar ou se conduzir, o termo “comportamento” também pode ser entendido como um conjunto de reações do indivíduo diante as interações do meio em que está inserido, sob determinadas circunstâncias (TARAGANO; ALVARENGA, 2019).

Segundo Alvarenga (2016), a Nutrição Comportamental justifica-se como uma abordagem inovadora, incluindo aspectos sociais, culturais e emocionais da alimentação, relacionando-se diretamente a auto percepção e a identidade social do ser humano. Dessa forma, a NC surge como uma nova perspectiva de versar sobre os diversos aspectos relacionados ao comportamento alimentar, por meio de várias estratégias, no qual o principal objetivo, é a comunicação responsável e científica, respeitando as crenças e valores dos pacientes (SILVA; MARTINS, 2017).

Com isso, aplica-se técnicas de forma a garantir mudança de hábitos efetiva, à exemplo da “Entrevista Motivacional”, “Comer Intuitivo”, “Comer com Atenção Plena”, “Terapia Cognitivo Comportamental”, entre outras, estabelecendo assim, uma comunicação responsável e inclusiva, consolidando vínculos, segurança e respeito (ALVARENGA *et al.*, 2019).

2.8.1 Entrevista Motivacional (EM)

Designada como uma técnica de aconselhamento em saúde, a EM, tem como principal objetivo exteriorizar motivações intrínsecas de um indivíduo, por meio de um estilo de comunicação colaborativa de aceitação, que sensibiliza e guia as escolhas de comportamentos que deseja modificar e/ou incluir (MILLER; ROLLNICK, 2013).

Segundo Burgess *et al.*, (2017), a EM é uma conversa que afasta-se do estilo tradicional de consultas, nesta ocasião, o paciente é guiado para as escolhas de comportamento que deseja mudar. Dessa forma, o terapeuta nutricional (TN) direciona o indivíduo para declarações auto motivacionais, verificando sua prontidão para a mudança. Sendo assim, a EM consiste em etapas que se estendem desde o primeiro contato até a finalização do atendimento.

De início a primeira etapa consiste em “envolver”, ou seja, escutar e entender a história do indivíduo a fim de criar um vínculo entre o treinador e o paciente, fazendo com que este se sinta aceito, respeitado, confortável e disposto às mudanças. A segunda consiste em “focar”, nesse processo, o TN e o indivíduo focam nas questões relacionadas à alimentação, questionando quais mudanças está interessado em realizar (ALVARENGA *et al.*, 2019).

Concomitantemente, a terceira etapa diz respeito a “focar” nas questões relacionadas à alimentação. Outro componente da conversa consiste em “evocar”, na qual a comunicação é colocada em prática, o paciente é guiado para identificar seus reais interesses, sua motivação intrínseca e assim realizar a mudança. Por fim, vem a etapa de “planejar”, que ocorre quando o paciente está pronto para que a mudança ocorra, e ele mesmo encontra sua solução. Nesse momento, o TN pode fazer o uso de instrumentos como o plano de ação e o planejamento de metas para direcioná-lo (ALVARENGA *et al.*, 2019).

Corroborando com os autores supracitados, Figlies e Guimarães (2014), apontam que a EM propõe ajudar pessoas em sua ambivalência/conflito, agregando uma visão humanista e construtivista nas modificações de comportamentos de risco, levando o paciente a tomar uma decisão que almeje sua mudança.

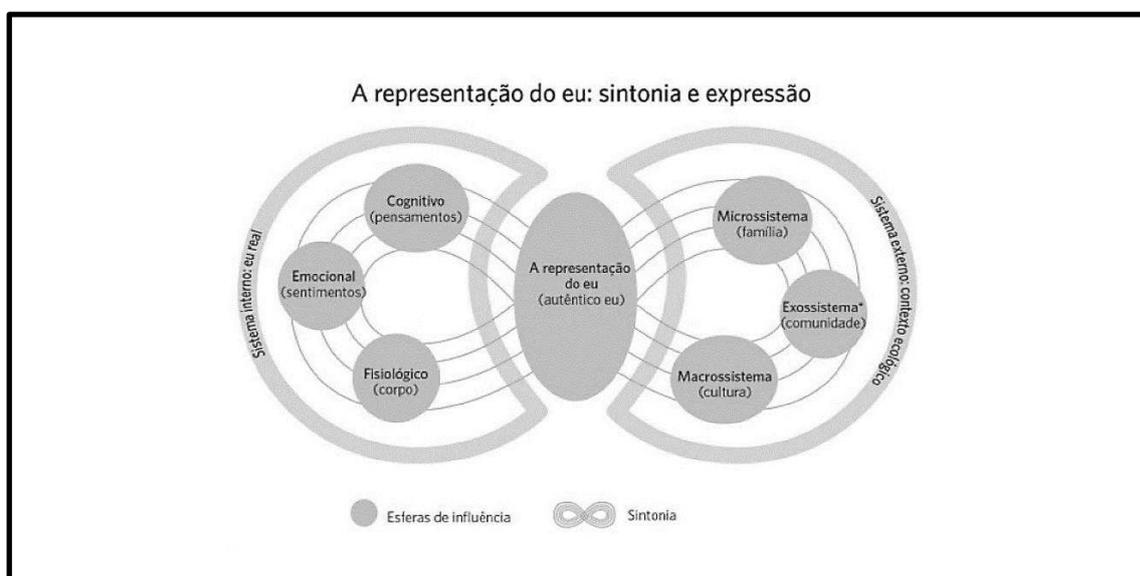
2.8.2 Comer Intuitivo (CI)

Baseado em evidências, o conceito de CI foi criado por duas nutricionistas americanas, Evelyn Tribole e Elyse Resch, e trata-se de uma abordagem que desconsidera a prática de dietas como possibilidade de mudança de comportamento. Nessa perspectiva, este ato tem como finalidade manter a sintonia entre comida, mente e corpo, fundamentando-se em três pilares: permissão incondicional para comer, comer para atender as necessidades fisiológicas, e não emocionais e basear-se nos sinais internos de fome e saciedade para determinar o que, quanto e quando comer (NEUFELD, 2012).

No entanto, na atualidade vivenciamos uma “falta de sintonia” entre comida, mente e corpo, algo não proposto pelo CI, que em contrapartida, define “sintonizar” como uma integração dinâmica entre os mundos internos e externos de um indivíduo (ALVARENGA; FIGUEIREDO, 2019).

Nessa perspectiva, o desafio no CI é auxiliar o indivíduo a atingir uma sintonia entre os sistemas, sendo compreendido com base no modelo proposto por Cook-Cottone, chamado modelo de sintonia - Figura 1. Este, compreende a integração dos sistemas de um indivíduo, representando seu “eu” autêntico, visto como a integração do sistema interno: pensamentos, emoções e necessidades fisiológicas e o sistema externo: família, comunidade e cultura (COOK-COTTONE, 2006).

Figura 1 – Modelo de sintonia e autorregulação.



Fonte: Cook-Cottone, 2006.

Deste modo, a conexão com os sistemas envolve: os pensamentos (rejeitar a mentalidade da dieta, fazer as pazes com a comida, desafiar o policial alimentar e respeitar o corpo), os sentimentos (honrar as emoções sem usar a comida) e o fisiológico (honrar a fome, respeitar a saciedade, descobrir a satisfação, exercitar-se e honrar a saúde por meio de uma nutrição gentil). Contudo, é válido reforçar que a habilidade que cada um tem de perceber os seus sinais é essencial para a busca dessa sintonia, sendo necessária para se obter um bom estado de saúde (OSWALD; CHAPMAN; WILSON, 2017).

2.8.3 Comer com Atenção Plena (Mindful Eating)

Envolvendo razões além das necessidades biológicas, o ato de comer desperta sensações e prazeres, no qual o comportamento relacionado à comida encontra-se intimamente conectado à identidade social do indivíduo. Nesse contexto, o comportamento alimentar reflete os inúmeros aspectos relacionados ao sujeito, sejam eles fisiológicos, psicológicos ou fatores externos (SILVA; MARTINS, 2017).

Traduzido em português como “comer com atenção plena”, este origina-se do *mindfulness eating*, termo criado por Jon Kabat-Zinn, definindo-se como a capacidade intencional de transferir atenção ao momento presente, sem julgamentos ou críticas (KABAT-ZINN, 1990). No contexto da alimentação, recorrer a essa habilidade de estar presente, sem julgamentos, é essencial para que se tenha uma relação saudável, atendendo aos sinais internos do corpo, especialmente de fome e saciedade (BAUER, 2011).

Com isso, o autor produz sete fundamentos chamados “qualidades da mente”, indispensáveis para a execução da atenção plena. Sendo eles: não julgamento, paciência, mente de principiante, confiança, não resistência, aceitação e desapego (KABAT-ZINN, 1990). Dessa forma, os fundamentos da atenção plena aplicados no contexto da alimentação auxiliam a mudança de comportamento alimentar, por isso, deve ser direcionado pela própria experiência interna do indivíduo, que é única, considerando cada ser um expert em si mesmo (BAYS, 2009).

2.8.4 Terapia Cognitivo Comportamental (TCC)

Idealizada por Aaron Beck em 1956, a TCC trata-se de uma terapia breve, semiestruturada e objetiva, voltada ao presente, com enfoque em soluções de complicações atuais, através de mudanças comportamentais. Nesse sentido, a Terapia Cognitivo Comportamental objetiva auxiliar o indivíduo a instruir-se, empregando novos métodos para agir no ambiente, de forma a promover transformações necessárias (ABREU; GUILHARD, 2014).

Possuindo como princípio Andreatta e Oliveira (2012) afirmam que “as nossas emoções e comportamentos são determinados pela forma como interpretamos a realidade”, a TCC dispõe de instrumentos relevantes para lidar com a modificação de comportamentos alimentares, utilizando-se de estratégias ajustadas à realidade da

nutrição como elemento das orientações nutricionais (ANDREATTA; OLIVEIRA, 2012).

Deste modo, a mesma passou a ser explorada e aplicada no mundo em diversos transtornos e problemas psicológicos, contribuindo para com o indivíduo, nas mais variadas adversidades, como obesidade, transtornos alimentares, ansiedade, entre outros, considerando que os resultados obtidos através do tratamento com esse tipo de psicoterapia, proporciona além da remissão temporária dos sintomas, a manutenção à longo prazo da melhora alcançada (CATÃO; TAVARES, 2017).

3 METODOLOGIA

O presente estudo constituiu-se como uma pesquisa epidemiológica observacional, apresentando características descritivas e analíticas, de caráter transversal. De acordo com Last (1995), define-se epidemiologia como o estudo da distribuição e dos determinantes das doenças ou condições relacionadas à saúde em populações específicas, baseando-se na coleta sistemática de informações e na quantificação destes eventos.

Deste modo, os estudos epidemiológicos observacionais podem ser classificados em descritivos e analíticos. Logo, a pesquisa classifica-se como um estudo descritivo, visto que serão feitas observações de um fenômeno, registros e análises, sem haver nenhuma manipulação nos resultados, elencando as características da amostra. É analítico por se tratar de uma observação da frequência e distribuição de um determinado evento, relacionado à saúde-doença e seus determinantes, ou seja, avaliação de hipóteses (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007).

Além disso, a presente pesquisa possui caráter transversal, uma vez que realizou-se um recorte do tempo, utilizando um único momento, sem que houvesse acompanhamentos futuros (BASTOS; DUQUIA, 2007). Dessa forma, o público deste estudo foram adolescentes e jovens-adultos natural da cidade de Mossoró/RN e Russas/CE, enquadrados na faixa-etária de 15 à 34 anos de idade, de ambos os sexos, visto que estes são os mais propensos às influências acerca do assunto abordado.

Segundo informações do último Censo Demográfico de 2010, realizado de acordo com a população residente, por grupo de idade, considerando os municípios e o sexo, a cidade de Mossoró, era composta por 259.815 habitantes, distribuídos entre 11.758 femininos e 11.525 masculinos (15 à 19 anos), 13.597 femininos, 13.118 masculinos (20 à 24 anos), 12.812 femininos e 12.532 masculinos (25 à 29 anos) e 11.503 femininos e 10.828 masculinos (30 à 34 anos).

Concomitantemente a cidade de Russas/CE, no mesmo ano era composta por 69.833 habitantes, distribuídos entre 3.404 femininos e 3.567 masculinos (15 à 19 anos), 3.481 femininos, 3.601 masculinos (20 à 24 anos), 3.302 femininos e 3.247 masculinos (25 à 29 anos) e 2.847 femininos e 2.817 masculinos (30 à 34 anos).

Para o estudo em questão, o tamanho da amostra (n) foi calculado por meio de uma calculadora amostral online, em que através da fórmula, obteve-se uma amostra mínima de 384 entrevistados, com nível de confiabilidade de 95% e margem de erro de

5%. Tendo isso em vista, a amostra foi selecionada aleatoriamente por conveniência, de acordo com a disponibilidade e interesse em participação na pesquisa.

No que se refere aos critérios de inclusão, participaram indivíduos na faixa-etária descrita (15 à 34 anos), natural de Mossoró/RN ou Russas/CE, bem como a voluntariedade. Foram excluídos aqueles, que não estavam na faixa-etária e cidades descritas, aqueles que, por algum motivo, deixaram de responder a mais de 5% das perguntas (instrumento de pesquisa), não assinaram o TCLE/TALE (APÊNDICE A e B) ou que auto relataram algum transtorno mental diagnosticado previamente.

A coleta de dados do presente estudo, se deu através de um questionário virtual, pela plataforma *Google Forms*, tendo em vista o momento atual, com o intuito de permitir um maior alcance da população a ser entrevistada. O link do instrumento foi enviado através de aplicativos de comunicação como WhatsApp, Facebook, Telegram e E-mail, acontecendo de forma inteiramente online.

Para a obtenção das características gerais dos entrevistados, foi estruturado um questionário específico para esta pesquisa contendo as seguintes variáveis: sexo, orientação sexual, idade, etnia, estado civil, cidade e escolaridade, acrescentando ao estudo peso e estatura (APÊNDICE C). Para avaliar o estado nutricional dos entrevistados, foi utilizado o IMC, obtido por meio da relação entre o peso (kg) e o quadro da estatura (m^2), cujos dados foram autorreferidos, para a classificação do estado nutricional.

Para avaliar as atitudes socioculturais em relação à aparência utilizou-se como instrumento de medida o SATAQ-4 elaborado, originalmente, na língua inglesa por Schaefer *et al.*, (2015). O instrumento apresenta 22 itens com respostas em escala de Likert de 5 pontos (variando de 1 – discordo totalmente a 5 – concordo totalmente). Contudo, os itens utilizados para a pesquisa em questão foram: 2, 3, 4, 8, 10, 12, 16 e 21 (ANEXO A e B). No qual o resultado final foi expresso através de porcentagem representando proporcionalmente a influência dos aspectos socioculturais sobre a imagem corporal.

Os dados coletados foram analisados e tabulados e subsequentemente expostos em gráficos e tabelas, sendo expressos em frequência simples e porcentagem através do programa Microsoft Excel®, a fim de verificar a influência da mídia social e sua associação significativa com os comportamentos alimentares disfuncionais.

Envolvendo seres humanos que contribuiram para coleta de dados, a pesquisa foi realizada levando em consideração os Aspectos Éticos preconizados pela Resolução CNS

466/2012 do Conselho Nacional de Saúde do Brasil, que garante o respeito aos participantes da pesquisa em sua dignidade e autonomia, assegurando sua vontade de permanecer ou não na pesquisa através do expresso Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE) para indivíduos menores de 18 anos, dispostos no apêndice. Sendo esta aprovada pelo comitê de ética com o número do CAAE: 51280821.0.0000.5179.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente, para a obtenção dos perfis gerais dos entrevistados, com o intuito de identificar o público alvo da pesquisa, utilizou-se um questionário estruturado com perguntas sociodemográficas (tabela 1), contendo informações como sexo, orientação sexual, idade, etnia, estado civil, cidade e escolaridade, acrescentando ao estudo peso e estatura, em busca do diagnóstico habitual do IMC.

Mediante ferramentas utilizadas para direcionar a pesquisa, a população voluntária foi possível exceder a quantidade esperada. Ao fechamento do formulário eletrônico pela plataforma *Google Forms*, encontrou-se uma amostra de 388, que ao passar pelos critérios de exclusão resultou em 384, tornando-se assim, 04 questionários inválidos devido a imprecisão de informações que os concretizasse nos critérios de inclusão.

Composto por 384 entrevistados, nos quais 192 residiam na cidade de Mossoró/RN e 192 na cidade de Russas/CE, a amostra em sua totalidade foi composta em sua maioria, 70% pelo sexo feminino e 30% do sexo masculino, dos quais 83% refere-se ao público heterossexual. Constata-se também, uma maior prevalência de idade 46% entre 20 e 24 anos, seguido por 19% entre 25 a 29 anos, 18% entre 30 a 34 anos e 16% entre 15 a 19 anos, variável esta, independente do sexo, não havendo disparidade dos dados quando comparada as cidades individualmente (tabela 1).

Tabela 1 – Valores de frequência simples e porcentagem dos indivíduos nas diferentes variáveis sociodemográficas, (n=192, 192, 384), cidade – Mossoró/RN e Russas/CE, Brasil, 2021.

Variáveis	Mossoró/RN		Russas/CE		Total	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Gênero						
Feminino	134	70	133	69	267	70
Masculino	58	30	59	31	117	30
Orientação Sexual						
Heterossexual	148	77	169	88	317	83
Homossexual	17	9	9	5	26	7
Bissexual	18	9	8	4	26	7
Sem declaração	6	3	4	2	10	3

Outro	3	2	2	1	5	1
Idade						
15 a 19 anos	25	13	41	21	60	16
20 a 24 anos	90	47	85	44	175	46
25 a 29 anos	38	20	34	18	73	19
30 a 34 anos	39	20	32	17	71	18
Etnia						
Branco	77	40	54	28	131	34
Pardo	94	49	113	59	207	54
Amarelo	4	2	5	3	9	2
Preto	15	8	17	9	32	8
Sem declaração	2	1	3	2	5	1
Estado Civil						
Solteiro	99	52	99	52	198	52
Namorando	57	30	45	23	102	27
Casado	35	18	45	23	80	21
Divorciado	1	1	3	2	4	1
Viúvo	0	0	0	0	0	0
Escolaridade						
Analfabeto/Fund. I incompleto	3	2	8	4	11	3
Fund. I completo/Fund. II incompleto	4	2	16	8	20	5
Fund. II completo/Médio incompleto	13	7	35	18	48	13
Médio completo/Superior incompleto	131	68	113	59	244	64
Superior completo/Especialização	41	21	20	10	61	16

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

No que diz respeito à etnia constatou-se uma maior prevalência da cor parda 54%, seguido por 34% da cor branca. Quanto ao estado civil, houve uma semelhança nos dados tanto para as cidades de forma individualizadas quanto a frequência total, havendo prevalência de pessoas solteiras, representado por 52% do total.

Em relação ao estado civil, os dados obtidos foram divergentes dos encontrados no estudo de Da Silva, Cassepp-Borges e De Paiva (2021), no qual demonstrou que os participantes que encontravam-se em um relacionamento estável apresentaram uma média maior comparado aos que não tinham nenhum compromisso.

A respeito do nível de escolaridade dos indivíduos, os resultados mostraram-se bastante variáveis, identificando maior prevalência para o nível médio completo/superior incompleto representando cerca de 64% do total, seguido por 16% superior

completo/especialização, 13% fundamental II completo/médio incompleto, 5% fundamental I completo/fundamental II incompleto e 3% analfabeto/fundamental I incompleto.

No que se refere aos dados inerentes a cada cidade, pode-se observar um predomínio da cor parda, com 49% para a cidade de Mossoró/RN e 59% para a cidade de Russas/CE. Já em relação à escolaridade, houve uma disparidade a respeito do ensino médio completo/superior incompleto, obtendo-se 68% para Mossoró/RN e 59% para Russas/CE, dado este comprovado devido ao índice de desenvolvimento das cidades.

Com base na pesquisa de Lira *et al.*, (2017), foi verificado que 80% das adolescentes que fizeram parte da pesquisa independente da sua escolaridade, mostraram-se insatisfeitas com a sua imagem corporal, embora possuam uma alimentação saudável, a maioria aspiram ter uma menor silhueta, ou seja, essa problemática se torna frequente em especial para aqueles com sobrepeso. Em contrapartida, Adami *et al.*, (2005) discutiram que o grau de escolaridade é fator influente na percepção do tamanho corporal ideal dos mesmos.

O estudo de Thompson, Corwin e Sargent (1997), mostrou que as moças brancas em relação as negras apresentaram maior insatisfação com o seu corpo, principalmente com relação ao excesso de peso, identificando-se que estas parecem estar mais susceptíveis aos padrões de beleza impostos pela mídia.

A tabela 2 descreve o índice de massa corporal (IMC) dos participantes da pesquisa em questão. Realizou-se o IMC através das informações sobre o peso e altura, em relação a classificação de Baixo peso (inferior a 18 kg/m²), Eutrofia (entre 19 kg/m² e 24,9 kg/m²), Sobrepeso (entre 25 kg/m² e 30 kg/m²), Obesidade grau I, II e III (entre 30 kg/m² e 35 kg/m², 36 kg/m² e 40 kg/m² respectivamente).

Tabela 2 – Valores de frequência simples e porcentagem da classificação do Estado Nutricional em relação ao IMC**, (n=192, 192, 384), Cidade – Mossoró/RN e Russas/CE, Brasil, 2021.

Variáveis	Mossoró/RN		Russas/CE		Total	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
IMC**						
Abaixo do peso	8	4	7	4	15	4
Eutrófico	106	55	106	55	212	55
Sobrepeso	57	30	60	31	117	30

Obesidade grau I	14	7	16	8	30	8
Obesidade grau II	3	2	2	1	5	1
Obesidade grau III	4	2	1	1	5	1

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Constata-se uma maior prevalência dos classificados com padrões de IMC eutrófico 55%, seguido por 30% com sobrepeso, em contrapartida, as variáveis baixo peso, obesidade grau I, obesidade grau II e III, não apresentaram alterações consideráveis de acordo com os dados obtidos, sendo representado por 4%, 8% e 1%, respectivamente.

Nesse íterim, no que concerne às variáveis entre as cidades, não houveram alterações significativas entre os dados analisados, quando comparado os parâmetros de classificação do estado nutricional, constatou-se uma maior prevalência para eutrofia 55% para ambas cidades, seguido por 30% e 31% de sobrepeso, para a cidade de Mossoró/RN e Russas-CE, respectivamente.

Na subcategoria a respeito da pressão da mídia quanto a aparência e percepção corporal, a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) foi analisada com o intuito de identificar variáveis no qual a mesma exercia influência, percorrendo as escalas 1 (Discordo totalmente), 2 (Discordo parcialmente), 3 (Nem concordo nem discordo), 4 (Concordo parcialmente) e 5 (Concordo totalmente). Dessa forma, foi possível identificar uma prevalência afirmativa sobre tal variável, no qual 34 % confirmaram concordar totalmente (escala 5) como mostra a (Tabela 3).

Tabela 3 – Valores de frequência simples e porcentagem das respostas em escala de Likert de 5 pontos, quanto a influência/pressão da mídia acerca da construção da imagem corporal (n=192, 192, 384), Cidade – Mossoró/RN e Russas/CE, Brasil, 2021.

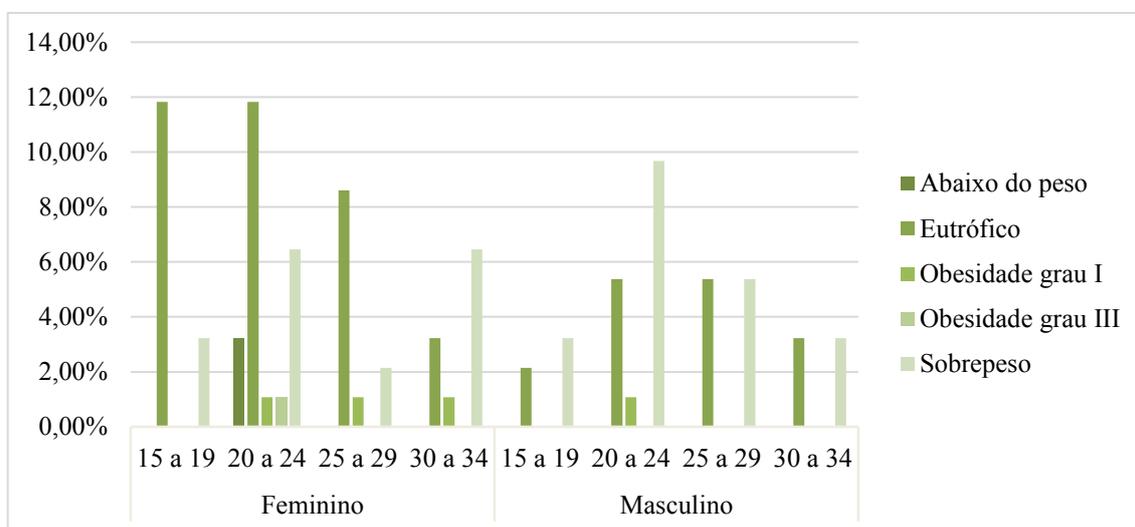
Escala	Frequência	%
1	93	24,22%
2	29	7,55%
3	45	11,72%
4	85	22,14%
5	132	34,38%
Total Geral	384	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Na análise das associações, 3 variáveis foram consideradas, o sexo, a idade e o IMC em correlação com a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar

a minha aparência). De acordo com o gráfico 1, quando questionados acerca da pressão midiática para melhorar a aparência, tendo esta como fator relevante para a insatisfação da imagem corporal, 61,29% correspondente ao sexo feminino e 38,71% ao masculino asseguraram discordar totalmente, em que 35,48% e 21,51% dos gêneros listados apresentavam-se eutróficos, e 11,83% e 16,13% compreende a faixa etária entre 20 e 24 anos respectivamente.

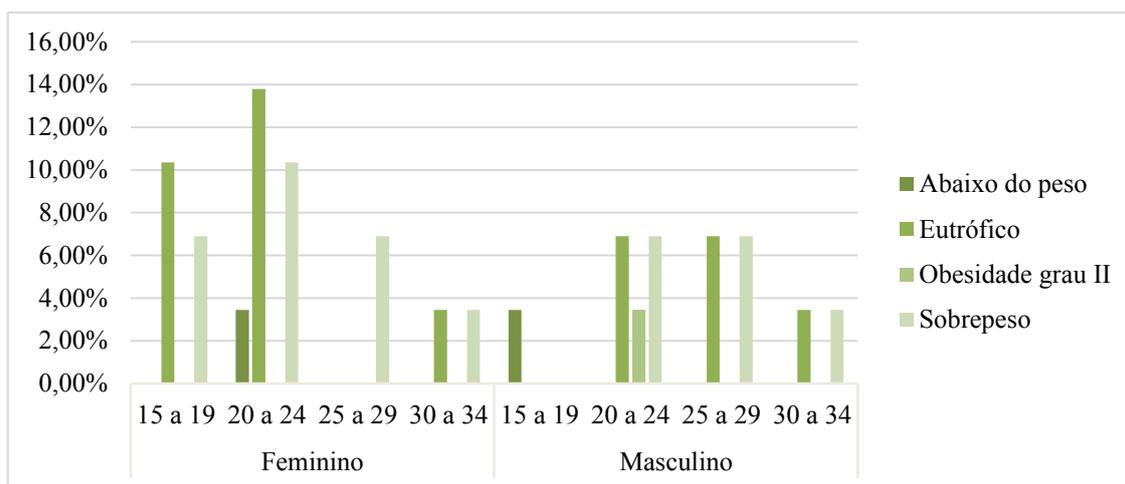
Gráfico 1 – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 1 (discordo totalmente).



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A respeito da segunda escala no qual a mesma condiz em discordar parcialmente, 58,62% refere-se ao sexo feminino e 41,38% ao masculino, em que 27,59% e 17,24% dos gêneros listados apresentavam-se eutróficos e com sobrepeso, no qual 13,79% e 10,34% do gênero feminino compreende a faixa etária entre 20 e 24 anos e 6,90% do público masculino compreende a faixa etária de 20 a 24 e 25 a 29 anos respectivamente.

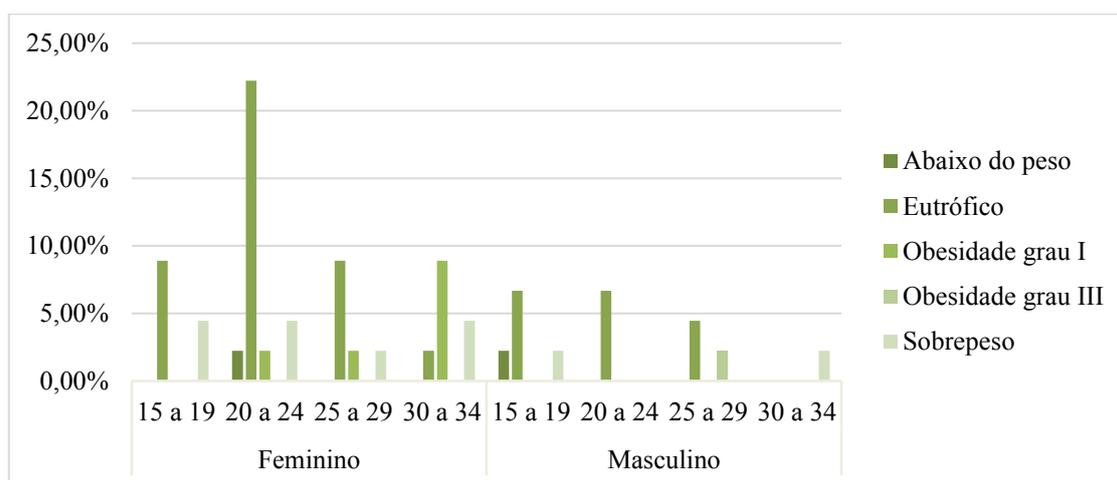
Gráfico 2 – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 2 (discordo parcialmente).



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Como mostra no gráfico 3, 73,33% correspondente ao sexo feminino e 26,67% ao masculino atestaram nem concordar e nem discordar sobre a temática abordada, em que 42,22% e 17,78% dos gêneros listados apresentavam-se eutróficos, em que 22,22% das mulheres compreenderam a faixa etária de 20 a 24 anos e 6,67% dos homens compreenderam a faixa etária entre 15 a 19 e 20 e 24 anos respectivamente.

Gráfico 3 – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 3 (nem concordo nem discordo).



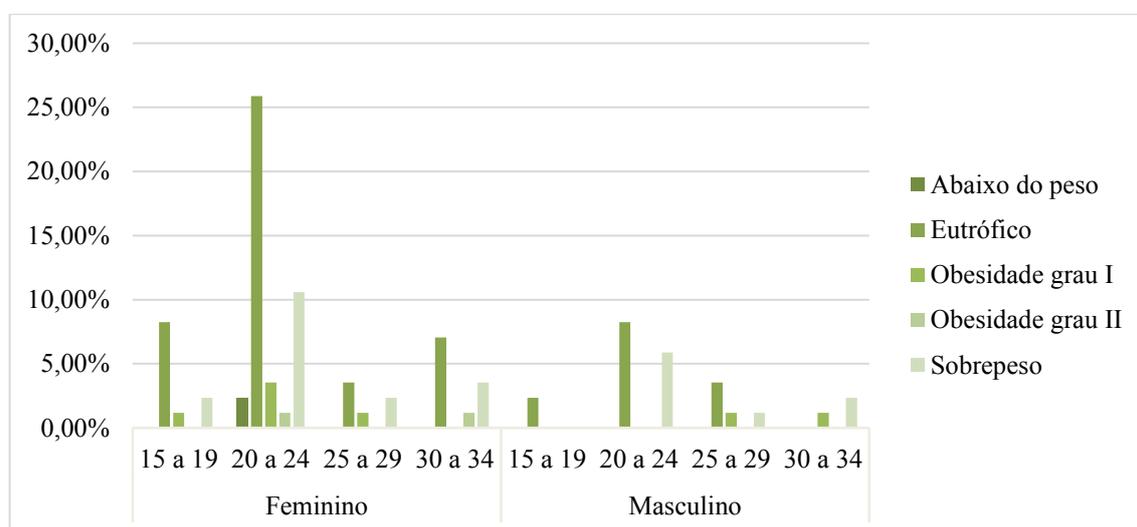
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quanto a concordar parcialmente, correspondente a escala 4 da pergunta, 74,12% refere-se ao sexo feminino e 25,88% masculino, em que 44,71% e 14,12% encontravam-

se eutróficos, em que 25,88% e 8,24% compreendia a faixa etária de 20 a 24 anos, (gráfico 4).

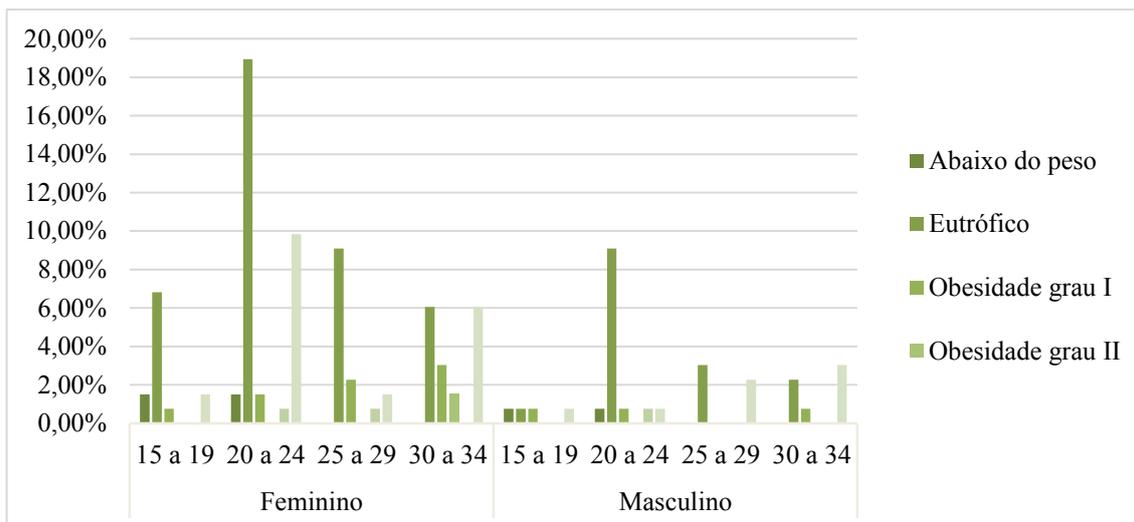
No que concerne a escala 5, 73,48% das mulheres e 26,52% dos homens afirmaram concordar totalmente que a exposição a mídia contribuía de algum modo, na autopercepção de sua imagem corporal. Contudo, 40,91% do sexo feminino e 15,15% masculino encontrava-se eutróficos, no qual 18,94% e 9,09% compreendiam a faixa etária entre 20 e 24 anos (gráfico 5).

Gráfico 4 – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 4 (concordo parcialmente).



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Gráfico 5 – Associações entre as variáveis sexo, idade, IMC em relação a pergunta 21 (eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência) e a escala 5 (concordo totalmente).



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Diante a era contemporânea, embora exista um expressivo crescimento da vaidade masculina, influenciando diretamente a percepção corporal e como estes comportam-se em relação à alimentação, consta-se que as mulheres ainda são as mais suscetíveis aos efeitos da mídia no que diz respeito a este aspecto. Dado este facilmente constatado através de um recorte histórico que ilustra a mulher como um alvo da pressão midiática, e da sua imposição do que é ou não é tido como belo (ALVARENGA, 2010).

Tal imposição no que diz respeito ao corpo feminino pode ser constatada de acordo com estudo de Gonçalves e Martinez (2014), em sua pesquisa com ambos os sexos, em relação à IC, para os homens, de modo leve, moderado e extremo, respectivamente, aparecem com 7,6%, 4,2% e 2,5%. E para as mulheres desse mesmo modo, respectivamente, aparecem com 24,6%, 8,5% e 11,9%. Já em relação à satisfação corporal, os homens aparecem com 85,7% e as mulheres com 55,1%.

A respeito dos impactos culturais sobre a construção da imagem corporal, Domingues (2016) faz menção ao corpo como um meio das pessoas se adequarem aos padrões sociais. Já Skura *et al.*, (2014) relatam que desde criança as mulheres vivenciam os sentimentos de insegurança relacionada a sua fisionomia, e o crescente desenvolvimento e uso de tecnologias pode estar atrelado a essa vulnerabilidade. Contudo, segundo Rabelo (2019), o corpo é entendido como um produto célebre, no qual em uma análise cultural os homens são vistos como seres voltados para a razão, em contrapartida as mulheres agem mais pela emoção.

Em consonância com o estudo de Batista *et al.*, (2015), no qual afirma que as mulheres comparadas aos homens possuem o nível de IC maior sendo este fator

importante para hábitos alimentares disfuncionais. Pressupõe-se que uma das hipóteses é que o sexo feminino sofre maior pressão por parte das figuras sociais com o desígnio de internalização de padrões de beleza inatingíveis. Dessa forma, ainda que as respostas sejam pontuais, confirma-se diferenciações entre os sexos, relacionando-se com os estereótipos de gêneros.

Na mesma perspectiva, Sarwer, Wadden e Foster (1998) executaram um estudo com mulheres obesas e não obesas em que a finalidade era analisar o nível de satisfação corporal. A análise evidenciou que a maioria da amostra de mulheres obesas em paralelo as não obesas externaram menor satisfação corporal. Em contraposição, chama-se atenção para o estudo, no qual associação alguma foi encontrada entre a satisfação com o corpo e o IMC dos participantes, ressaltando para o pressuposto que a insatisfação com o corpo é influenciada por variados fatores, e não somente pelo peso.

Diante da mesma variável, é plausível inferir que o modo como um indivíduo percebe o próprio corpo é mais relevante do que a real aparência. Nesse sentido, o peso, que tem associação direta com o IMC, não é o único agente causador da satisfação/insatisfação com a imagem corporal. Portanto, cabe ressaltar que há outras variáveis, que não o peso, responsáveis pela representação corporal (SARWER; WADDEN; FOSTER, 1998).

Reforçando os dados obtidos, De Sousa (2018), assegura que dentro da concepção de influência, a mídia é apontada como um dos principais fatores para a insatisfação da imagem corporal, ressoando de forma negativa na vida dos indivíduos, ocasionando uma série de fatores que resultam em frustração e culpa, contribuindo simultaneamente para a redução da percepção da qualidade de vida, podendo ser fator predisponente para o desenvolvimento de algum tipo de transtorno alimentar.

Conforme os dados totais obtidos, constatou-se que referente a aparência musculosa os entrevistados relataram concordar parcialmente, dado este representado por 32% da população total, em contrapartida, 44% afirmaram não doar parte do seu tempo fazendo coisas para parecer musculoso, em relação a internalização do padrão de magreza, 42% demonstraram discordar totalmente, entretanto, em relação ao mesmo parâmetro, 35% manifestaram concordar totalmente em querer que o corpo pareça ter pouca gordura e 28% que o corpo aparente ser muito esguio (esbelto).

Dessa forma, mediante informações coletadas e as disponíveis na literatura, evidencia que o modo de comportar-se das mulheres e homens são díspares relacionado a imagem corporal, apresentando uma predisposição feminina de insatisfação com o

corpo em relação ao excesso de peso e grupo masculino quanto ao desejo de tornarem-se mais musculosos.

A respeito do corpo ideal, Ribeiro *et. al.*, (2018) declaram que a procura desse corpo para os homens é ser musculoso/atlético, bem como, para Barbosa e Silva (2016). Em contraposição, em relação às mulheres para Ribeiro *et. al.*, (2018), a característica é dispor de um corpo magro, do mesmo modo que Domingues (2016) acrescenta ainda ter “extrema” magreza, ou corpo esquelético, bem como para Barbosa e Silva (2016).

Por outro lado, para Assunção e l (2016) constatou-se que o corpo ideal para ambos os sexos é o magro, torneado, e ainda um corpo que é exposto nas mídias, sendo comparado a um corpo “modelo”. Para Skura *et al.*, (2014), o corpo ideal feminino é aquele aprovado socialmente pelos homens, ideia também compartilhado por Rabelo (2019), o qual afirma que o corpo é tido como um objeto para agradar o sexo masculino.

No que diz respeito, a influência da família e amigos 42% e 48%, declararam discordar totalmente, itens correspondente às perguntas 16 e 12 respectivamente, não havendo discrepância referente às cidades e o total, independente do sexo.

Em relação a influência da família e amigos, os dados coletados mostraram-se divergentes dos disponíveis na literatura, no qual o estudo de Da Silva, Cassepp-Borges e De Paiva (2021) mostram que as mulheres sofrem uma maior pressão por parte da família quanto a internalização do padrão de magreza. Na dimensão da pressão sociocultural exercida pelos amigos, os resultados demonstraram que tanto os homens quanto as mulheres são influenciados de maneira análoga por estes.

Corroborando com as informações disponíveis Thompson e Stice, (2001) afirmam que é possível que os indivíduos sejam pressionados pelos pais, amigos e a mídia, na busca pelo ideal de beleza, tendo principalmente como alvo as mulheres, produzindo IC.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos dados levantados ao decorrer da pesquisa, tornou-se possível verificar que as amostras coletadas foram compostas, em sua maioria, pelo sexo feminino. Além disso, a maior parte das pessoas que contribuíram com este estudo se encontravam na faixa etária entre 20 e 24 anos e de acordo com o IMC encontravam-se eutróficas. No que diz respeito à etnia, houve uma prevalência da cor parda e do estado civil solteiro. Sobre os níveis de escolaridade das pessoas entrevistadas, foi possível observar que a maioria delas possuíam o ensino médio completo/ superior incompleto.

Em consonância com outros estudos foi possível perceber a influência da mídia com relação à construção da imagem corporal feminina, ao transmitir estereótipos corporais de beleza, pois os participantes afirmaram concordar totalmente que a exposição a mídia contribuía de algum modo, na autopercepção de sua imagem corporal, sendo em sua maioria do sexo feminino.

Desse modo, os resultados obtidos reforçam a importância da temática em questão contribuindo assim para o âmbito científico, favorecendo a atualização dos dados, assim como estabelecer bases para futuros estudos. Nesse sentido, é de nosso interesse que a presente pesquisa contribua satisfatoriamente com as teorias que se propõem analisar os impactos negativos que a mídia desenvolve na mente dos indivíduos que consomem um ideal de perfeição inexistente, fruto de um sistema que visa lucrar com a insatisfação que as pessoas desenvolvem sob seus corpos ao acreditarem que para ser consideradas bonitas precisam alcançar um padrão de beleza inatingível.

REFERÊNCIAS

- ADAMI, Fernando et al. Aspectos da construção e desenvolvimento da imagem corporal e implicações na Educação Física. **Revista Digital de Buenos Aires**, v. 83, 2005.
- AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION et al. **DSM-5: Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais**. Artmed Editora, 2014.
- ASSUNÇÃO, Brenna Lúcia De. et. al. **Psicologia da Saúde e processos midiáticos: aproximações teóricas e práticas**. Revista Eletrônica de Ciências, 2016.
- ALVARENGA, M. Contextos da Alimentação. **Revista de Comportamento, Cultura**, 2016.
- ALVARENGA, M. S.; FIGUEIREDO, Manoela. Comer Intuitivo. **Nutrição Comportamental**, v. 2, p. 227-256, 2019.
- ALVARENGA, M. et al. 2ª edição. Nutrição comportamental. 2019.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura**. Paulus, 2014.
- BANFIELD, Sophie S.; MCCABE, Marita. Uma avaliação do construto da imagem corporal. **Adolescência**, v. 37, n. 146, pág. 373-393, 2002.
- BARBOSA, Bruno Rafael Silva Nogueira; SILVA, Laionel Vieira Da. **A mídia como instrumento modelador de corpos: um estudo sobre gênero, padrões de beleza e hábitos alimentares**. Razón y Palabra, vol. 20, Quito, Equador 2016.
- BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA, Maria Emília. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, p. 24-34, 2011.
- BASTOS, João Luiz Dornelles; DUQUIA, Rodrigo Pereira. Um dos delineamentos mais empregados em epidemiologia: estudo transversal. **Scientia Medica**, v. 17, n. 4, pág. 229-232, 2007.
- BATISTA, Alessandra et al. Dimensão atitudinal da imagem corporal e comportamento alimentar em graduandos de educação física, nutrição e estética da cidade de Juiz de Fora-MG. **Revista da Educação Física/UEM**, v. 26, p. 69-77, 2015.
- BAUER-WU, Susan. **Folhas caindo suavemente: vivendo plenamente com doenças graves e que limitam a vida por meio da atenção plena, da compaixão e da conexão**. Novas Publicações Harbinger, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2001.

BAYS, Jan Chozen. **Alimentação consciente: um guia para redescobrir uma relação saudável e alegre com os alimentos - inclui o CD**. Publicações de Shambhala, 2009.

BRETON, D. L. O corpo supranumerário no espaço cibernético. **Breton DL. Adeus ao corpo: antropologia e sociedade**. Sao Paulo: Papirus, p. 141-161, 2003.

BOTELHO, Flávia Mestriner. Corpo, risco e consumo: uma etnografia das atletas de fisiculturismo. **Revista Habitus**, v. 7, n. 1, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, p. 82-121, 1983.

BURGESS, Emily et al. Estratégias de tratamento comportamental melhoram a adesão a programas de intervenção no estilo de vida em adultos com obesidade: uma revisão sistemática e meta-análise. **Obesidade clínica**, v. 7, n. 2, pág. 105-114, 2017.

CASH, Thomas F. et al. Novas avaliações da imagem corporal relacionada ao peso derivadas de instrumentos existentes. **Habilidades perceptivas e motoras**, v. 73, n. 1, pág. 235-241, 1991.

CATÃO, Larissa Gomes; TAVARES, Renata Leite. Técnicas da Nutrição Comportamental no Tratamento dos Transtornos Alimentares. **Revista Campo do Saber**, v. 3, n. 1, 2020.

CERVO, Amanda L.; BERVIAN, Pedro Alcino. Pesquisa—conceitos e definições. **Metodologia Científica**, v. 5, p. 65, 2002.

COOK-COTTONE, Catherine. O modelo de representação sintonizada para a prevenção primária de transtornos alimentares: uma visão geral para psicólogos escolares. **Psicologia nas Escolas**, v. 43, n. 2, pág. 223-230, 2006.

CORDÁS, Táki Athanássios. Transtornos alimentares em discussão. **Brazilian Journal of Psychiatry**, v. 23, p. 178-179, 2001.

CORDÁS, Táki Athanássios; KACHANI, Adriana Trejger. **Nutrição em psiquiatria**. Artmed Editora, 2009.

COSTA, Aureci de Fátima et al. **O percurso dos sentidos sobre a beleza através dos séculos: uma análise discursiva**. 2004.

CRUZ, A. C.; STRACIERI, A. M. P.; HORSTS, R. M. F. Percepção corporal e comportamentos de risco para os transtornos alimentares em estudantes de um curso de nutrição. **Nutrir. Gerais**, v. 5, n. 9, p. 821-40, 2011.

DA SILVA, Ellen Fernanda Gomes; DE BARROS SANTOS, Ms Suely Emilia. **O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade**. 2009.

DA SILVA, Fernanda Lopes; CASSEPP-BORGES, Vicente; DE PAIVA, Maria Silvia Paolucci. Estudo psicométrico do Questionário de Atitudes Socioculturais em Relação à Aparência—4. **Revista Psicologia em Pesquisa**, v. 15, n. 2, 2021.

- DA SILVEIRA CAMPOS, Silvana et al. Gordinha da Silva: análise discursiva acerca do corpo feminino considerado gordo no universo dos blogs. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 11, n. 3, p. 629-642, 2016.
- DE ABREU, Cristiano Nabuco; GUILHARDI, Hélio José. **Terapia Comportamental e cognitivo-comportamental-Práticas Clínicas**. Editora Roca, 2004.
- DE CASTRO, Ana Lucia. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. Annablume, 2003.
- DE SOUSA SILVA, Ana Flávia et al. **Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores**. *DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde*, v. 13, n. 2, p. 395-411, 2018.
- DE TILIO, Rafael. Padrões e estereótipos midiáticos na formação de ideais estéticos em adolescentes do sexo feminino. **Revista Ártemis**, v. 18, n. 1, 2014.
- DOMINGUES, Lila Ribeiro Conde. **O padrão de beleza imposto pela sociedade brasileira influencia no desenvolvimento de distúrbios psicológicos**. Instituto Brasiliense de Direito Público, 2016.
- FERRY, Luc. **Kant: uma leitura das três críticas**. Difel, 2009.
- FIGLIE, Neliana Buzi; GUIMARÃES, Livia Pires. A Entrevista Motivacional: conversas sobre mudança. **Boletim Academia Paulista de Psicologia**, v. 34, n. 87, p. 472-489, 2014.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e pesquisa**, v. 28, p. 151-162, 2002.
- GOFFMAN, Erving. Estigma: notas sobre a manipulação da identidade. **Tradução: Mathias Lambert**, v. 4, 1988.
- GOLDENBERG, Mirian. **Nu e vestido: 10 antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Editora Record, 2011.
- GONÇALVES, Vivianne Oliveira; MARTÍNEZ, Juan Parra. Imagem corporal de adolescentes: um estudo sobre as relações de gênero e influência da mídia. **Comunicação & Informação**, v. 17, n. 2, p. 139-154, 2014.
- GRACIA-ARNAIZ, Mabel. Não engordarás: representações médicas e autoimagens da obesidade em uma sociedade mediterrânea. 2013.
- GROGAN, Sarah. **Imagem corporal: Compreendendo a insatisfação corporal em homens, mulheres e crianças**. Routledge, 2016.
- HAROCHE, Claudine. A condição sensível: formas e maneiras de sentir no Ocidente. **Rio de Janeiro: Contra Capa**, p. 123-226, 2008.

HEIDEGGER, Martin. Heidegger. **Ser e tempo**, v. 1. 2001.

JEUDY, Henri-Pierre. **O corpo como objeto de arte**. Estação Liberdade, 2002.

KABAT-ZINN, Jon; HANH, Thich Nhat. **Vida em plena catástrofe: usando a sabedoria do corpo e da mente para enfrentar o estresse, a dor e a doença**. Delta, 2009.

KNOPP, Glauco da Costa. A influência da mídia e da indústria da beleza na cultura de corpolatria e na moral da aparência na sociedade contemporânea. **ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA**, v. 4, 2008.

LAST, John M. Making the dictionary of epidemiology. **International journal of epidemiology**, v. 25, n. 5, p. 1098-1101, 1996.

LAUS, Maria F.; COSTA, Telma M. Braga; ALMEIDA, Sebastião S. Insatisfação com a imagem corporal e sua relação com atividade física e índice de massa corporal em adolescentes brasileiros. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 60, p. 315-320, 2011.

LIRA, Ariana Galhardi et al. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, p. 164-171, 2017.

LISPECTOR, Clarice. **A paixão segundo GH**. Editorial Universidad de Costa Rica, 1996.

MARIA DA CONSOLAÇÃO, G. Cunha F. et al. **Imagem corporal-Conceito e desenvolvimento**. Editora Manole Ltda, 2003.

MENZEL, Jessie E.; KRAWCZYK, Ross; THOMPSON, J. Kevin. **Avaliação atitudinal da imagem corporal para adolescentes e adultos**. 2011.

MILLER, William R.; ROLLNICK, Stephen. **Entrevista motivacional: ajudando as pessoas a mudar**. Guilford press, 2012.

NEUFELD, Carmem Beatriz; MOREIRA, Cleidimara Aparecida Martins; XAVIER, Gabriela Salim. Terapia cognitivo-comportamental em grupos de emagrecimento: o relato de uma experiência. **Psico**, v. 43, n. 1, 2012.

OLIVEIRA, Leticia Langlois; HUTZ, Cláudio Simon. Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo. **Psicologia em estudo**, v. 15, p. 575-582, 2010.

OLIVEIRA, Margareth da Silva; ANDRETTA, LIANA. **Manual prático de terapia cognitivo-comportamental**. 2011.

ONUKEI, Gisele Miyoko; WOSNIAK, Cristiane. Linguagem, corpo, estética e experiência-(re) dimensionamento do sentido e da presença nas práticas comunicativas midiáticas. **Galáxia (São Paulo)**, p. 101-113, 2019.

OSWALD, Alana; CHAPMAN, Janine; WILSON, Carlene. A consciência interoceptiva e a responsividade interoceptiva mediam a relação entre a apreciação corporal e a alimentação intuitiva em mulheres jovens?. **Apetite**, v. 109, p. 66-72, 2017.

PAIXÃO, Jairo Antônio da; LOPES, Maria de Fátima. Alterações corporais como fenômeno estético e identitário entre universitárias. **Saúde em Debate**, v. 38, p. 267-276, 2014.

RABELO, Lara Porfirio. **Gênero, mídia e corporeidade: diálogos entre a psicologia e as artes visuais**. Faces - Faculdade de Ciências da Educação e Saúde. Brasília, 2019.

RIBEIRO, Maria Thereza O. **A influência da mídia na imagem corporal**. Revista Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas, 2018.

RODGERS, Rachel; CHABROL, Henri. Atitudes parentais, distúrbios da imagem corporal e distúrbios alimentares entre adolescentes e adultos jovens: uma revisão. **European Eating Disorders Review: The Professional Journal of the Eating Disorders Association**, v. 17, n. 2, pág. 137-151, 2009.

SAIKALI, Carolina Jabur et al. Imagem corporal nos transtornos alimentares. **Archives of Clinical Psychiatry (São Paulo)**, v. 31, n. 4, p. 164-166, 2004.

SANTOS, Ligia Amparo da Silva. **O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais alimentares cotidianas a partir da cidade de Salvador**. Edufba, 2008.

SARWER, David B.; WADDEN, Thomas A.; FOSTER, Gary D. Avaliação da insatisfação com a imagem corporal em mulheres obesas: especificidade, gravidade e significado clínico. **Jornal de consultoria e psicologia clínica**, v. 66, n. 4, pág. 651, 1998.

SILVA, B. F.; MARTINS, E. S. Mindfuleating na nutrição comportamental. **Anais IX**, 2017.

SOUTO, Silvana; FERRO-BUCHER, Júlia Sursis Nobre. Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. **Revista de Nutrição**, v. 19, p. 693-704, 2006.

SOUZA, Aline Cavalcante de; ALVARENGA, Marle dos Santos. Insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitários—Uma revisão integrativa. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 65, p. 286-299, 2016.

SOUZA FILHO, Moyses; DE SOUZA, Hunaway Albuquerque Galvão. Olhares e reflexões sobre o corpo na cultura contemporânea. **Dialektiké**, v. 3, n. 2, p. 2-9, 2015.

SKURA, Ivania; PÁTARO, Cristina Satiê de Oliveira; MEZZOMO, Frank Antonio. **Beleza e Feminilidade: Relações de poder e discursos midiáticos sobre a mulher**. Salvador BA: UCSal, 2014.

THOMPSON, Sharon H; CORWIN, Sara J; SARGENT, Roger G. Crenças do tamanho corporal ideal e preocupações com o peso de crianças da quarta série. **Jornal internacional de transtornos alimentares**, v. 21, n. 3, pág. 279-284, 1997.

VERAS, Aimorá L. Laus. Desenvolvimento e construção da imagem corporal na atualidade: um olhar cognitivo-comportamental. **Revista Brasileira de Terapias Cognitivas**, v. 6, n. 2, p. 94-117, 2010.

WACQUANT, Loïc. Corpo e alma: notas etnográficas de um aprendiz de boxe. **Rio de Janeiro: Relume Dumará**, v. 41, 2002.

YAGER, Joel; ANDERSEN, Arnold E. Anorexia nervosa. **New England Journal of Medicine**, v. 353, n. 14, pág. 1481-1488, 2005.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa: intitulada “**A MÍDIA COMO INSTRUMENTO PROTÓTIPO DE CORPOS E MENTES: UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEPÇÃO CORPORAL ENTRE JOVENS E ADULTOS**”, que tem como finalidade avaliar a influência da mídia como instrumento influenciador acerca das imagens representativas do ideal de beleza sobre o comportamento alimentar e os impactos biopsicossociais ocasionados. O presente estudo está sendo realizado como requisito parcial para a obtenção do título de bacharelada em nutrição pela Faculdade Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN, de responsabilidade da acadêmica Lorena Santiago de Sousa. Para a realização deste estudo, será feita uma coleta de dados que será constituída da aplicação de um Questionário Sociodemográfico e do Questionário de Atitudes Socioculturais em relação à Aparência (SATAQ-4). Esta pesquisa lhe apresentará risco mínimo, visto que algumas pessoas poderão sentir algum desconforto ou tensão ao responder aos questionários. Contudo, os procedimentos adotados na mesma obedecem aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos conforme Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde. Todas as informações coletadas neste estudo serão estritamente confidenciais, em que o pesquisador tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. Em caso afirmativo para participação, o Sr. (Sra.) não terá nenhum benefício direto e nenhuma despesa para participar. Entretanto, esperamos que o estudo proporcione informações de forma que o conhecimento que será construído a partir desta possa contribuir para o âmbito acadêmico e científico, favorecendo a ampliação e atualização da literatura brasileira dedicada à temática. Os resultados estarão à sua disposição quando finalizada, e os dados coletados serão arquivados durante cinco anos, contados a partir da data da coleta. Seu nome ou material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão, e nem será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo, no qual uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável.

Se você tem entre 15 e 34 anos, por favor dê continuidade à pesquisa. O tempo estimado para responder esse questionário é cerca de 3 minutos. Agradecemos a sua colaboração! Considerando que fui informado(a) dos objetivos e relevância do estudo proposto:

- Li e ACEITO participar da pesquisa
- Li e NÃO ACEITO participar da pesquisa

Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, e autorizo a execução do trabalho de pesquisa e a divulgação dos dados obtidos nesse estudo, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

Assinatura do Participante

Lorena Santiago de Sousa
Acadêmica de Nutrição – FACENE/RN
lorenass010399@gmail.com

_____/_____/_____

Cidade

APÊNDICE B - TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa intitulada “**A MÍDIA COMO INSTRUMENTO PROTÓTIPO DE CORPOS E MENTES: UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEÇÃO CORPORAL ENTRE JOVENS E ADULTOS**”, de responsabilidade da acadêmica Lorena Santiago de Sousa, bacharelada em nutrição pela Faculdade Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN, que tem como objetivo avaliar a influência da mídia como instrumento influenciador acerca das imagens representativas do ideal de beleza sobre o comportamento alimentar e os impactos biopsicossociais ocasionados. Para a realização do estudo, será feita uma coleta de dados que será constituída da aplicação de um Questionário Sociodemográfico e do Questionário de Atitudes Socioculturais em relação à Aparência (SATAQ-4). Esta pesquisa lhe apresentará risco mínimo, visto que poderá sentir algum desconforto ou tensão ao responder aos questionários. Contudo, os procedimentos adotados na pesquisa obedecem aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos conforme Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde. Todas as informações coletadas neste estudo serão estritamente confidenciais, em que o pesquisador tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. Em caso afirmativo do responsável legal para a sua participação, o Sr. (Sra.) não terá nenhum benefício direto e nenhuma despesa para participar. Entretanto, esperamos que o estudo proporcione informações de forma que o conhecimento que será construído a partir desta possa contribuir para o âmbito acadêmico e científico, favorecendo a ampliação e atualização da literatura brasileira dedicada à temática. Os resultados estarão à sua disposição e do seu responsável legal quando finalizada, e os dados coletados serão arquivados durante cinco anos, contados a partir da data da coleta. Seu nome ou material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão, e nem será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo, no qual uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável.

Se você tem entre 15 e 34 anos, por favor dê continuidade à pesquisa. O tempo estimado para responder esse questionário é cerca de 3 minutos. Agradecemos a sua colaboração! Considerando que fui informado(a) dos objetivos e relevância do estudo proposto:

- Li e ACEITO participar da pesquisa
- Li e NÃO ACEITO participar da pesquisa

Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Assentimento Livre e Esclarecido, e autorizo a execução do trabalho de pesquisa e a divulgação dos dados obtidos nesse estudo, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

Assinatura do Participante

Lorena Santiago de Sousa
Acadêmica de Nutrição – FACENE/RN
lorenass010399@gmail.com

Assinatura do Responsável

_____/_____/_____
Cidade

APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO SOCIODEMOGRÁFICO

1. Idade _____ anos
2. Gênero
 Feminino
 Masculino
3. Orientação Sexual
 Heterossexual Homossexual
 Bissexual Sem declaração
 Outro
4. Etnia
 Branco Pardo
 Amarelo Preto
 Sem declaração
5. Estado Civil
 Solteiro (a) Namorando
 Casado Divorciado
 Outro
6. Escolaridade
 Analfabeto/ Fundamental incompleto
 Fundamental I completo/ Fundamental II incompleto
 Fundamental II completo/ Médio incompleto
 Médio completo/ Superior incompleto
 Superior completo/ Especialização
7. Peso: _____ kg
8. Altura: _____ m

**ANEXO A - SOCIOCULTURAL ATTITUDES TOWARDS APPEARANCE
QUESTIONNAIRE-4 (SCHAEFER ET AL., 2015)**

2	I think a lot about looking muscular.
3	I want my body to look very thin.
4	I want my body to look like it has little fat.
8	I want my body to look very lean.
10	I spend a lot of time doing things to look more muscular.
12	I feel pressure from family members to improve my appearance.
16	I feel pressure from my peers to improve my appearance.
21	I feel pressure from the media to improve my appearance.

**ANEXO B - QUESTIONÁRIO DE ATITUDES SOCIOCULTURAIS EM
RELAÇÃO À APARÊNCIA (SATAQ-4) (SCHAEFER ET AL., 2015)**

Leia cada um dos itens abaixo e indique o número que melhor reflete o quanto você concorda com a afirmação. Marque **1 = Discordo totalmente; 2 = Discordo parcialmente; 3 = Nem concordo nem discordo; 4 = Concordo parcialmente; 5 = Concordo totalmente.**

2	Eu penso muito sobre a aparência musculosa.
3	Eu quero que meu corpo pareça muito magro.
4	Eu quero que meu corpo aparente ter pouca gordura
8	Eu quero que meu corpo pareça muito esguio.
10	Eu passo muito tempo fazendo coisas para parecer mais musculoso.
12	Eu me sinto pressionado por membros da família para melhorar a minha aparência.
16	Eu me sinto pressionado pelos meus amigos para melhorar a minha aparência.
21	Eu me sinto pressionado pela mídia para melhorar a minha aparência.