

Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação
Universidade do Porto

**EU, O MEU CORPO E OS OUTROS:
A IMPORTÂNCIA DOS FACTORES SOCIOCULTURAIS NA VIVÊNCIA
CORPORAL DOS JOVENS PORTUGUESES**

Juliana Machado

Outubro de 2011

Dissertação apresentada no Mestrado Integrado em Psicologia na área do Comportamento Desviante e da Justiça, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto, orientada pela Professora Doutora Raquel Barbosa (FPCEUP)

À minha mãe, que me mostra todos os dias que a verdadeira beleza será sempre “invisível aos olhos”.

Agradecimentos

O trabalho aqui apresentado nunca seria possível sem a ajuda de muitas pessoas, às quais não posso deixar de mostrar o meu agradecimento.

À Professora Raquel Barbosa, pela sua disponibilidade e orientação cuidada com que me foi guiando neste percurso e ajudando na concretização deste trabalho e, principalmente, pelo exemplo de psicóloga que sempre foi para mim.

A todos aqueles que se disponibilizaram a participar neste estudo e partilhar as suas opiniões, inseguranças e sentimentos acerca do seu corpo. Sem eles este trabalho não teria sido possível.

À Marta, pela ajuda e sugestões que enriqueceram muito este trabalho.

À minha família, pelo apoio e incentivo e porque me ensinaram sempre a fazer melhor.

Às colegas desta caminhada, Bea e Elsa, pelos sorrisos, desabafos, frustrações e gargalhadas partilhadas no meio do stress deste trabalho. As resistentes, juntas até ao fim.

Aos meus amigos, pelas palavras de incentivo, “está quase”, “vai-te correr bem!”... Obrigada pelo constante carinho.

A ti Rui, pela paciência, bom humor e apoio incondicional em todos os momentos desta caminhada.

A todos os que de uma forma ou de outra me ajudaram e apoiaram na concretização deste trabalho.

Obrigada!

Porto, Outubro de 2011

Juliana Machado

Resumo

A imagem corporal é uma dimensão fundamental da identidade e tem implicações importantes na qualidade de vida. Nos dias de hoje, a sociedade ocidental assiste a uma preocupação cada vez maior com a aparência e várias abordagens têm sido apontadas para explicar o sentimento generalizado de insatisfação corporal e a razão porque apenas algumas pessoas não desenvolvem problemas relacionados com o corpo. A aceitação generalizada da perspectiva sociocultural na etiologia da imagem corporal negativa tem evidenciado o impacto da internalização dos ideais de beleza divulgados pelos meios de comunicação social e valorizados pela sociedade em geral na imagem corporal.

O presente estudo pretende explorar a influência destes factores socioculturais na vivência corporal dos jovens portugueses e as possíveis associações com características sociodemográficas. A amostra é constituída por 338 participantes (168 rapazes e 170 raparigas) dos 15 aos 24 anos de idade, com uma média de 20,5 anos.

Os resultados deste estudo exploratório refutam a ideia da insatisfação corporal como um sentimento exclusivamente feminino e revelam uma disseminação cada vez maior da insatisfação corporal pelos dois sexos e pelos diferentes grupos etários. No geral, todos os jovens aceitam e internalizam características corporais que consideram desejáveis, tomando como referência o corpo ideal masculino ou feminino. A hipótese de que os factores socioculturais funcionam como preditores da satisfação corporal foi parcialmente comprovada, embora não no sentido esperado, sendo a satisfação predita positivamente pela internalização de um ideal atlético. A auto-estima é considerada, também, um factor relevante na predição da satisfação.

Considera-se este estudo como uma importante contribuição ao nível da compreensão da vivência corporal dos jovens, fortemente modelada pelas pressões socioculturais da beleza, não esquecendo a natureza multidimensional a que o estudo do corpo obriga.

Palavras-chave: corpo; satisfação corporal; ideais de beleza; pressão sociocultural.

Abstract

Body image is an essential dimension of identity and has important implications for quality of life. Today, Western society is witnessing a growing concern with appearance and various approaches have been suggested to explain the widespread feeling of body dissatisfaction and why only some people do not develop problems related to the body. The widespread acceptance of the sociocultural perspective on the etiology of negative body image has shown the impact of internalization of beauty standards portrayed by the media and valued by society in general.

The present study aims to explore the influence of sociocultural factors in body image and potential associations with sociodemographic features. The sample is constituted by 338 Portuguese adolescents and young adults (170 boys and 168 girls) from 15 to 24 years old, with an average age of 20,5 years.

The results of this exploratory study lead to the conclusion that body dissatisfaction is no longer an exclusive feminine feeling and reveal an increasing spread of body dissatisfaction for both sexes and different age groups. In general, all young people accept and internalize beauty ideals that they take as a reference.

The hypothesis that sociocultural factors serve as predictors of body satisfaction was partially comproved, though not in the expected direction, because satisfaction is positively predicted only by the internalization of an athletic ideal. Self-esteem is also considered a relevant factor in predicting satisfaction.

This research gives an important contribution for a better understanding of adolescents and young adults' body image, strongly modeled by sociocultural pressures, although we need to take the body's multidimensional nature into account when studying it.

Key-words: body; body satisfaction; beauty ideals; social and cultural pressure.

Resumé

L'image corporelle est un aspect essentiel de notre identité et elle a des implications très importantes dans notre qualité de vie. De nos jours, la société occidentale se préoccupe de plus en plus avec l'apparence physique. Plusieurs approches théoriques tentent de comprendre et d'expliquer le sentiment d'insatisfaction chronique chez une grande majorité des personnes en ce qui concerne le développement de leur propre corps. Enfin, nous ne pouvons ignorer que les critères esthétiques de beauté répondent à des normes transmises par les médias. L'acceptation généralisée de la perspective socioculturelle sur l'étiologie de l'image corporelle négative montre l'impact de l'internationalisation de ces normes de beauté si valorisées par la société en général.

La présente étude vise à explorer l'influence des médias et d'autres facteurs socioculturels dans les représentations sociales du corps des jeunes portugais, en relation aux caractéristiques sociodémographiques de la population. Nous avons travaillé sur un échantillon national de 338 individus (168 garçons et 170 filles) âgés de 15 à 24 ans.

Les résultats de notre étude réfutent l'idée de l'insatisfaction corporelle comme un sentiment uniquement féminin; par contre, on s'aperçoit que l'inquiétude au sujet de l'image corporelle affecte femmes et hommes de différents groupes d'âge. En général, tous les jeunes acceptent et intériorisent les caractéristiques du *corps désirable*, en référence à une idée de corps idéal. L'hypothèse que les facteurs socioculturels nous permettent de prédire la satisfaction (ou estime) corporelle a été partiellement prouvée, non dans le sens souhaité, une fois que cette satisfaction est positivement prédite par l'intériorisation d'un idéal athlétique. L'estime de soi-même est également considérée comme un facteur important pour prédire la satisfaction corporelle.

Cette étude est une contribution importante à la compréhension de l'expérience corporelle des jeunes, qui est fortement influencée par les pressions socioculturelles de la beauté.

Mots-clés: corps ; satisfaction corporelle ; concepts de beauté ; pression socio-culturelle

Índice

Agradecimentos	II
Resumo	III
Abstract.....	IV
Resumé	V
Introdução	1
Capítulo I – Enquadramento Teórico.....	3
1. Enquadramento teórico.....	4
1.1. Evolução dos ideais de beleza ao longo do tempo.....	4
1.1.1. O ideal de beleza contemporâneo	7
1.2. As diferentes formas de perspectivar o corpo.....	10
1.4. O impacto dos factores socioculturais na imagem corporal	13
1.5. A (in)satisfação corporal.....	15
1.5.1. O papel dos <i>media</i>	17
1.5.2. A internalização dos ideais de beleza	19
1.6. Abordagens socioculturais da imagem corporal	20
1.6.1. Teoria da Aprendizagem Social	20
1.6.2. Teoria da Comparação social	21
Capítulo II – Estudo empírico	23
2. Estudo empírico.....	24
2.1. Objectivos	24
2.2. Hipóteses de investigação	25
2.3. Caracterização da amostra	25
2.4. Instrumento	26
2.4.1. Procedimentos prévios à construção do questionário.....	26
2.4.2. Construção do questionário	27
2.4.2.1. SATAQ-R: Escala original	28
2.4.2.2. SATAQ-R: Estudo das qualidades psicométricas.....	29
2.4.2.3. Validade factorial e fiabilidade.....	29
2.5. Procedimento	31
3. Apresentação dos resultados.....	32
4. Discussão dos resultados	37
5. Limitações do estudo e investigação futura.....	41
6. Considerações finais	43
Referências bibliográficas	45
Anexos.....	50

Introdução

O corpo ocupa actualmente um lugar de destaque na sociedade e na experiência individual. Na verdade, com a pressão dos ideais de beleza impostos pela indústria da moda e alimentados pelos *media*, a valorização do corpo perfeito tornou-se uma obsessão global. Hoje, cada vez mais pessoas procuram formas de transformar o físico, em busca da perfeição, de acordo com os padrões veiculados socialmente. Esta exacerbação contemporânea da imagem justifica, por si só, o interesse de uma investigação focada na vivência corporal e na sua importância a nível individual e social.

Esta “ditadura da beleza” terá importantes implicações, nomeadamente na forma como as pessoas se sentem consigo próprias, na sua auto-estima ou nas suas relações com os outros. Apesar da investigação existente evidenciar a preocupação com a imagem corporal fortemente associada ao sexo feminino (ex: Jones, Vigfusdottir & Lee, 2004; Tiggemann & Slater, 2003; Bedford & Johnson, 2006) tem-se verificado uma crescente preocupação por parte dos homens (ex: Arbour & Ginis, 2006; Furnham, Badmin & Sneade, 2002; Cafri & Thomspson, 2004).

A adolescência e juventude foram as faixas etárias destacadas para este estudo uma vez que são um período fulcral em termos de construção de identidade e transformações corporais bem como de preocupação com a aparência e desenvolvimento do corpo (Grogan, 2008). A investigação tem demonstrado que as significativas mudanças físicas e desenvolvimentais experienciadas pelos adolescentes os torna especialmente vulneráveis aos *media* e às suas concepções de beleza.

De facto, o corpo apresenta e representa a pessoa perante os outros (Maffesoli, 1990, *cit in* Ribeiro, 1996), daí a percepção de como os outros nos vêem e a maneira como nos sentimos com a nossa aparência serem aspectos bastante importantes na vida de alguns adolescentes.

A tomada de consciência desta complexa emergência do corpo tornou urgente a necessidade de clarificar o lugar os novos papéis que desempenha actualmente, bem como as pressões que suporta.

Enquadrado numa investigação mais alargada, que tem como objectivo o estudo da vivência corporal segundo diversos olhares, este trabalho focaliza-se nos aspectos socioculturais, entendendo o corpo como uma construção social. Pretende-se, deste

modo, aceder à forma como as pessoas percebem a influência de uma sociedade com padrões de beleza bem definidos na sua vivência corporal, tentando-se contribuir para a compreensão da relação entre os factores socioculturais e os factores intrapessoais na forma como os jovens se sentem com o seu corpo. O facto de existir uma lacuna na investigação em Portugal sobre este tema confere ao estudo uma maior relevância, além das suas eventuais implicações sociopolíticas e para a prática clínica.

Neste sentido, este trabalho está dividido em duas partes, a primeira referente a uma contextualização teórica e revisão bibliográfica acerca do tema e a segunda diz respeito à apresentação do estudo empírico realizado e dos principais resultados obtidos.

Capítulo I – Enquadramento Teórico

1. Enquadramento teórico

Vivemos actualmente um momento em que o culto do corpo se tornou quase uma obrigação, uma vez que o corpo jovem, bonito e fisicamente perfeito é considerado essencial para uma vida com qualidade (Lobo, 1999). Este crescente destaque social do corpo parece ser consequência de uma série de mudanças e movimentos sociais. Cada sociedade e cultura encaram o corpo de uma maneira diferente, enfatizando certos atributos em detrimento de outros e criando os seus próprios padrões de beleza que funcionam como uma referência para aos indivíduos (Ribeiro, 2003). Para Bento (1999, *cit in* Moreira, 2009), o corpo enquanto construção cultural das sociedades permite uma melhor compreensão da própria sociedade em questão. Neste sentido, impõe-se a necessidade de fazer uma breve viagem pelos ideais corporais ao longo da História.

1.1. Evolução dos ideais de beleza ao longo do tempo

“Cada sociedade empenha-se em desvendar à sua maneira os mistérios que o corpo encerra” (Ribeiro, 2003, p.20)

Os padrões culturais de beleza não são intemporais mas algo que se encontra em permanente mudança (Thompson *et al.*, 2004). O corpo resulta de uma construção cultural e social e, como tal, tem sido entendido e valorizado de acordo com as características da sociedade a que pertence.

A civilização grega atribuía uma grande importância ao cuidado do corpo devido ao lugar de destaque que este ocupava. A imagem do corpo grego, ainda hoje considerada uma referência, revela os padrões estéticos da época que valorizavam “a beleza de um corpo saudável e bem proporcionado” (Barbosa, 2011, p. 25). O corpo era extremamente idealizado e treinado, mas apenas conceptualizado no masculino, excluindo as mulheres da sua concepção de ideal de beleza (Barbosa, 2008). O corpo exposto era objecto de admiração, justificando a importância da perfeição e procura da beleza (Moreira, 2009).

O Cristianismo, por seu lado, faz emergir uma nova concepção de corpo, cada vez mais afastado da expressão da beleza. Numa época em que o corpo é entendido

como “fonte de pecado”, a sua exposição deixa de ser apreciada e mesmo entre os casais não deveria ser totalmente revelado (Barbosa, 2008). O corpo passa, assim, a ser constantemente reprimido e é valorizada a prevalência do bem-estar da alma acima dos desejos e prazeres da carne.

Durante a Idade Média, continuou a verificar-se uma influência preponderante da Igreja. Assim, permanece a importância de resguardar o corpo em função da pureza da alma (Moreira, 2009). Nesta época, o corpo funcionava como um mediador das relações sociais, determinando a distribuição das funções sociais através de características físicas como a altura, a cor da pele e o peso corporal (Barbosa, Matos & Costa, 2011). Para além disso, a obesidade começou a constituir um sinal de prestígio devido aos períodos de fome que se viviam. No final da Idade Média, começam a emergir sinais de valorização progressiva do ser humano, o que provoca, consequentemente, modificações ao nível das noções e vivências do corpo.

O Renascimento, período marcado por grandes mudanças culturais, sociais, económicas e religiosas, assinalou o fim da Idade Média e o início da Idade Moderna bem como o novo valor atribuído à beleza feminina. A beleza sensual da arte encontra a sua maior manifestação nesta época, promulgando a harmonia de proporções do corpo e da cara (Rumsey & Harcourt, 2005). Paralelamente, as acções humanas passaram a ser guiadas pelo método científico, começando a haver uma maior preocupação com a liberdade do ser humano, o que teve importantes consequências ao nível da concepção de corpo (Barbosa *et al.*, 2011). O corpo serve, nesta altura, de objecto de estudos e experiências, passando-se do teocentrismo ao antropocentrismo. A disciplina e controlo corporais constituíam preceitos básicos, com o objectivo de atingir a saúde corporal.

No século XVIII, o Pensamento Iluminista atribui ao corpo um plano inferior, negando a vivência sensorial e corporal. Posteriormente, o crescimento da produção agrícola e dos meios de transporte da sociedade feudal associado à expansão comercial promoveram mudanças sociais que culminaram no surgimento do Sistema Capitalista. Na lógica de produção capitalista, o corpo é percebido como uma máquina de acumulo de capital. Assim, o homem é colocado ao serviço da economia e da produção e precisa de se adaptar aos padrões de beleza para melhor consumir (Rosário, 2006). As novas possibilidades tecnológicas, o aumento da expectativa de vida e os novos meios de transporte e comunicação expandiram as formas de realização de actividades corporais. Contudo, a padronização das noções de beleza, associada à necessidade de consumo

criada pelas novas tecnologias parece resultar, também, numa grande diminuição da qualidade da vivência corporal (Barbosa *et al.*, 2011).

No século XX, a representação da beleza passa a ser associada a certos padrões de saúde, magreza e, principalmente, atitude. Nos anos 50, Marilyn Monroe era considerada o maior ícone de beleza, tendo as suas imagens publicadas em inúmeras revistas, numa época em que se enaltecia um corpo com formas arredondadas (Bale, 2008) (cf. Anexo 1, Figura 1). Contudo, desde o início dos anos 60 que o ideal corporal de magreza tem sido cada vez mais promovido (Garner *et al.*, 1980, *cit in* Bale, 2008), significativamente influenciado pela famosa modelo Twiggy e a sua figura extremamente magra (cf. Anexo 1, Figura 2). Durante a década seguinte, o corpo ideal continuou a tornar-se cada vez mais magro (Silverstein *et al.*, 1986), apesar de se começar a valorizar também um corpo tonificado e em forma (Bale, 2008). Por outro lado, antes do reconhecimento dos perigos das doenças de pele, uma face extremamente bronzeada era atraente e idealizada, uma vez que mostrava a riqueza daqueles que podiam viajar para climas quentes. Nos anos 80, a era das *top models* como Claudia Schiffer ou Naomi Campbell (cf. Anexo 1, Figuras 3 e 4), o culto do corpo toma proporções nunca antes alcançadas. Ser atraente fisicamente tornou-se importante para o sucesso social das mulheres, aumentando a pressão para se enquadrar no ideal de magreza valorizado. Posteriormente, alguns estudos dos anos 90 demonstraram que as imagens difundidas pelos *media* promoviam a perda de peso (Turner *et al.*, 1997, *cit in* Bale, 2008), tornando a anorexia nervosa numa grande preocupação social desta época. Em 2000, Lightstone (*cit in* Bale, 2008) concluiu que a aparência magra feminina estava intimamente relacionada com os processos competitivos que levam a atingir o poder e destaque social.

Assim, nos finais do século XX, entre as principais mudanças culturais ocorridas, é realçada a emergência do corpo com um estatuto e omnipresença imprevisíveis em meados do século (Ribeiro, 2003). Sucedeu-se, desta forma, uma tomada de consciência do corpo como face visível da própria pessoa, como identificação e apresentação social da mesma, havendo um regresso ao ideal grego do desenvolvimento equilibrado entre corpo e mente. Assim, o homem contemporâneo vive o corpo na sua total liberdade, proporcionando uma compreensão do mesmo e uma busca de prazer e perfeição (Lobo, 1999). No entanto, apesar de mais livre e assumido, está sujeito a pressões sociais, principalmente no que diz respeito a normas estéticas (Lipovetsky, 1994, *cit in* Moreira, 2009). A investigação tem demonstrado que o corpo

ideal feminino tem vindo a ficar cada vez mais magro, valorizando-se as dietas e o exercício físico. O facto de grande parte das mulheres não encaixarem neste ideal que tem a magreza como principal referência é considerada uma razão central para a insatisfação geral feminina com as suas formas corporais. Os padrões estéticos da cultura ocidental encontram nos *media* a divulgação da sua imagem, normalizando um determinado modelo do corpo e um conjunto de práticas necessárias à sua manutenção (Barbosa, 2008), mediadas pelos interesses da indústria de consumo. Os cuidados físicos revelam-se como uma forma de estar preparado para enfrentar os julgamentos e expectativas sociais e a disciplina do corpo pretende alcançar reconhecimento social pelo esforço e determinação. Assim, o corpo é um objecto de idealização mas também um potencial alvo de estigmatização caso não corresponda aos ideais padronizados de beleza (Turner, 1994).

1.1.1. O ideal de beleza contemporâneo

“Numa sociedade que desenvolve uma necessidade psíquica de magreza, a obesidade converteu-se no símbolo dos defeitos.”

(Augusto Cury, 2008, p.78)

Na sociedade ocidental, a imagem projectada pelo nosso corpo funciona como um “cartão de visita”, através do qual nos apresentamos aos outros. O corpo é marcado pelo culto da aparência, exacerbando tudo o que é visível e imediato, contrapondo a importância dada ao corpo actualmente à negação a que esteve submetido no passado. Como referido anteriormente, o corpo já foi venerado, desprezado, exposto, escondido, livre e também oprimido (Lobo, 1999), mas hoje é elevado a um nível de importância nunca antes verificado. O corpo alto, magro e jovem é o modelo estético que a sociedade persegue. Contudo, a beleza tem um estatuto relevante na mulher, devido a factores culturais e psicológicos, em grande parte devido à imprensa feminina e às imagens transmitidas em massa.

De facto, dependemos muito mais da imagem do que em qualquer outro período da História (Santos, 2006), sendo a obsessão com o corpo perfeito uma realidade dos dias de hoje. A magreza é vista como um atributo desejável para as mulheres e é associada ao auto-controlo, à elegância, à atractividade social e juventude (Bordo, 2003,

cit in Grogan, 2008). É inquestionável que o corpo jovem, saudável e belo é um ideal perseguido por um número infinito de homens e mulheres dos tempos actuais cujos investimentos individuais exigem energia, dinheiro e dedicação.

Os psicólogos sociais têm enfatizado a importância dos factores culturais na determinação do que é atraente, demonstrando que o ideal de magreza se tem tornado cada vez mais exagerado nos últimos anos. Ser magra tornou-se um objectivo a atingir a todo o custo (Myer & Biocca, 1992, *cit in* Barbosa, 2001). Esta emergência de um corpo magro e bonito como padrão de beleza feminina é especialmente notória nos *media*, resultando num reforço das preocupações com a aparência (Silverstein *et al.*, 1986).

Uma das formas de disseminação destes ideais de beleza para o público é através dos estereótipos associados à aparência. Na sociedade ocidental impera um estereótipo extremamente negativo relativamente às pessoas gordas, sendo estas tratadas de forma diferente desde a sua infância (Cash, 1990, *cit in* Barbosa, 2008). Deste modo, as pessoas que não se inserem neste modelo de magreza tendem a ser visualizadas como menos activas, menos inteligentes, menos trabalhadoras ou menos bem sucedidas do que as pessoas magras. Por outro lado, exibir um corpo que se enquadra nos padrões ideais de beleza simboliza uma atitude social correcta, traduzindo uma preocupação com a apresentação aos outros. Para além disso, atingir esse mesmo corpo envolve controlo, força de vontade e energia, a tradução de uma imagem de determinação e sucesso, considerada ideal na sociedade de hoje. Assim, a boa aparência parece beneficiar a pessoa com certas vantagens na vida comparativamente com as pessoas menos atraentes que podem ser socialmente penalizadas (Barbosa, 2001).

Para facilitar a realização destes propósitos, existe hoje um mercado crescente de produtos, serviços e tecnologias. Assim, à medida que se diversificam os usos do corpo, aumenta o esforço interdisciplinar no sentido de satisfazer todas as necessidades e vontades de cada um. Neste sentido, o exercício é um dos valores mais aceites em sociedade, sendo, a par da dieta, o comportamento mais frequente para a obtenção do corpo idealizado ao mesmo tempo que está associado à indústria de *fitness* que se tem desenvolvido de uma forma exponencial. De facto, as consequências da centralidade que o corpo adquiriu na cultura contemporânea podem ser observadas neste crescente mercado de produtos e serviços relacionados com o corpo, nomeadamente os cosméticos, os ginásios, os *spa's* e as clínicas de estética.

Na realidade ocidental actual, o ideal de beleza feminino passa por um corpo magro, alto e jovem, modelo corporal veiculado pela boneca *Barbie* (Correia, 2006, *cit*

in Moreira, 2009). A forma, a linha e a firmeza são os signos de um corpo perfeito (Marques, 2004). No que diz respeito ao ideal masculino, a principal ênfase está em ter um corpo musculado, ombros largos e um tronco em “V” (Grogan, 2008). Os homens são mais preocupados com a forma do que com o peso corporal, apesar dos dois estarem bastante relacionados (Anderson & Di Domenico, 1992, *cit in* Furnham *et al.*, 2002). Por outro lado, as mulheres são mais propensas do que os homens a descreverem-se como sendo gordas, a pesarem-se mais frequentemente e a fazerem dieta (Furham *et al.*, 2002). O desejo dos homens de aumentarem o peso é associado ao aumento muscular, influenciado pelo crescente número de artigos de revistas focados no desenvolvimento dos músculos e tonificação do corpo (Thompson *et al.*, 1999).

De modo a corresponder a estas exigências culturais e se enquadrar nestes padrões de beleza, a investigação evidencia o aumento das modificações no corpo (ex: Heinberg, Thompson & Stormer, 1995; Bale, 2008). De facto, as pessoas já não se satisfazem com as características próprias do seu corpo, nem com o simples cuidar da aparência com roupas e cosméticos. Os medos e responsabilidades acerca dos seus desempenhos corporais levam muitas delas a realizar transformações radicais no corpo, não só pela extravagância da apresentação mas pela alteração da própria estrutura corporal. Os regimes dietéticos e a prática de exercício físico constituem as principais estratégias utilizadas para alterar o corpo. Contudo, os ideais de imagem corporal aos quais as mulheres aspiram estão longe de poderem ser atingidos com níveis saudáveis de dieta e exercício (Brownell, 1991, *cit in* Furham *et al.*, 2002), resultando no recurso a tratamentos estéticos e intervenções cirúrgicas.

Por efeito de todas as variáveis culturais já referidas, vivemos um momento em que todo o ambiente cultural incute nas mulheres que a beleza é algo que pode e deve ser alcançada e que um corpo belo vale mais do que um corpo que não corresponda ao padrão valorizado. A sociedade ocidental encoraja e recompensa a busca por um corpo perfeito uma vez que este ideal simboliza várias virtudes e realizações pessoais (Furham *et al.*, 2002; Forbes *et al.*, 2001).

1.2. As diferentes formas de perspectivar o corpo

“The body is a sagacity, a plurality with no sense, a war and a peace, a flock and a shepherd.” (Friedrich Nietzsche, s.d.)

O interesse na temática do corpo remonta ao início da Filosofia grega. De facto, Platão já afirmava: “Os três desejos de toda a gente: ter saúde, ser rico de modo honesto e ser belo.” Porém, o primeiro investigador a referir a experiência corporal enquanto realidade psicológica e sociológica foi Paul Schilder nos anos 20 no âmbito de estudos da Neurologia e Neuropsicologia. Contudo, estes limitavam-se a estudar as percepções corporais distorcidas causadas por danos cerebrais (Grogan, 1999, *cit in* Barbosa, 2008).

Posteriormente, a Psicologia, a Sociologia e a Filosofia têm vindo a demonstrar as várias abordagens e formas de representar o corpo. A imagem corporal constitui um objecto de estudo abrangido por diversas perspectivas e visto por vários ângulos. Neste sentido, o corpo engloba diversas dimensões, nomeadamente, o corpo biológico, o corpo psicológico, o corpo estético e da beleza, o corpo subjectivo e fenomenológico, o corpo social e de interacção com os outros corpos, o corpo objecto de arte e admiração ou o corpo histórico (Barbosa, Matos & Costa, 2008).

De facto, quando observamos um corpo humano, os nossos sentidos captam um objecto físico. A aparência física é frequentemente a informação mais imediata que se obtém acerca de uma pessoa, como o sexo, a raça, a idade aproximada e possivelmente o estatuto sócio-económico. No entanto, a Psicologia tem investigado a importância da aparência na esfera individual e social, uma vez que o corpo vivido na experiência subjectiva do sujeito é distinto daquele que é exibido nas situações sociais e percebido pelos outros (Ribeiro, 1996). Cash (1985, *cit in* Barbosa, 2008) evidencia duas perspectivas psicológicas da aparência física: a visão do exterior que avalia a influência da beleza corporal nas interacções sociais e no desenvolvimento individual e a visão do interior que se relaciona com a imagem e identidade corporal. Desta forma, o corpo é uma dimensão elementar do desenvolvimento psicológico e está na base da construção da identidade.

Por outro lado, a abordagem fenomenológica postula o corpo como um aspecto fundamental na percepção do mundo e afirmação da pessoa. A noção de imagem

corporal ou consciência do próprio corpo introduzida pela Fenomenologia¹ evidencia a natureza psicológica e social do corpo. A concepção fenomenológica do corpo particulariza uma expressão inerente a um *estar no mundo*, que ultrapassa a dimensão funcional, sendo o corpo visto como um registo da história de cada um. Efectivamente, a noção de *corpo vivido* de Merleau-Ponty (1945/1994) será fundamental para a compreensão da inscrição corporal do conhecimento, na medida em que a cognição depende da nossa experiência perceptiva, que acontece na acção corporal, opondo-se à compreensão de cognição enquanto um processamento de informações.

Numa perspectiva psicológica, tem sido enfatizado o conceito de imagem corporal aqui definido como a percepção subjectiva que uma pessoa tem do seu corpo e como este se parece perante os outros (Bierma, 2003, *cit in* Bale, 2008). Este conceito integra, assim, a sensação, a percepção e a simbolização, uma vez que perceber o mundo é apreendê-lo com o corpo, é perceber o corpo. Isto implica a integração de modelos sociais, na medida em que é na interacção com os outros que os modelos são internalizados, isto é, nas vivências e experiências, que são intransferíveis e subjectivas. Para além disso, a avaliação subjectiva do corpo poderá condicionar atitudes e formas de relacionamento. De facto, a satisfação corporal constitui um elemento estabilizador do auto-conceito e auto-estima, operacionalizando-se como intermediária entre fenómenos motivacionais e processos cognitivos.

A imagem corporal costuma, desta forma, ser identificada como um elemento fulcral do sentimento de identidade, resultando de um processo evolutivo complexo com início na infância precoce (Allport, 1969, *cit in* Ribeiro, 2003). Neste sentido, Marie-Claire Célérier (1991, *cit in* Ribeiro, 2003) salienta a possibilidade de este processo de formação do sentimento de identidade sofrer bloqueios ou desvios, dando origem a estruturas disfuncionais. Afirmando-se com uma forte componente psicológica, o corpo é, indubitavelmente, um território onde emergem sempre dúvidas, incertezas e preocupações.

O constante apelo à beleza e o consequente investimento que exige vários sacrifícios e cuidados manifesta-se na manipulação do corpo como um dos múltiplos significantes de estatuto social (Baudrillard, s.d.). As modificações corporais, constituem, assim, um meio para a socialização, mas proporcionam, principalmente, uma experimentação de si e uma procura de singularidade e pertença, especialmente nos

¹ A Fenomenologia descreve os fenómenos tais como são experienciados pela consciência, sendo que o sujeito e o objecto se interrelacionam no processo de conhecimento (Moreira, 2009).

jovens que procuram valores e referências próprios (Le Breton, 2004). Por outro lado, a conquista de um corpo que se enquadre nos padrões estéticos vigentes na actualidade é promessa de maior auto-estima. Neste sentido, a aparência e o corpo revelam-se aspectos centrais na construção da identidade, através do desenvolvimento da consciência corporal e influenciando os pensamentos, sentimentos, comportamentos e futuros objectivos.

Compreender a vivência corporal é, desta forma, nunca esquecer o contexto social em geral e a dimensão sociológica do corpo. Como refere Ribeiro (2003), os processos emocionais e cognitivos que condicionam as regulações biológicas básicas dependem bastante de representações sociais acerca desses mesmos processos. Assim, o significado que cada um atribui ao seu corpo depende invariavelmente da conjuntura cultural em que está inserido (Falk, 1994, *cit in* Barbosa, 2008), evidenciando o corpo como uma materialidade produzida socialmente. Neste sentido, a estruturação social do corpo afecta toda a nossa postura e atitude, resultando da educação propriamente dita ou simplesmente da imitação e adaptação. Para além disso, criamos expectativas e agimos inconscientemente classificando as pessoas em determinadas categorias corporais. A maioria da literatura focalizada nos estereótipos de aparência centra-se no estereótipo social de que “o belo é bom e o feio é mau” (Ribeiro, 2003).

A abordagem sociológica do corpo pressupõe uma vivência diferente do mesmo consoante a cultura em que o sujeito está inserido. Para Foucault, o corpo é fortemente influenciado pela história e determinado pelos valores sociais e modo de organização económica de cada sociedade (Moreira, 2009). Uma vez que o corpo apresenta socialmente a pessoa, torna-se essencial na sua inserção no mundo (Rivière, 1995, *cit in* Ribeiro, 1996).

Vários estudos demonstram a influência multidimensional da sociedade através das pressões exercidas pelas mensagens e imagens veiculadas pelos meios de comunicação social (ex: Agliata & Tantleff-Dunn, 2004; Alvarenga *et al.*, 2010; Arbour e Ginis, 2006; Bedford & Johnson, 2006; Borzekowski, Robinson & Killen, 2000; Cafri *et al.*, 2005; Cohen, 2006; Coleman, 2008; Heinberg *et al.*, 1995; Thompson *et al.*, 2004; Tiggemann & Slater, 2003). Segundo Field *et al.* (1999, *cit in* Thompson *et al.*, 2004). A investigação tem evidenciado um aumento histórico na percentagem de artigos de revistas e anúncios de publicidade relativos ao aperfeiçoamento do corpo (Thompson *et al.*, 1999), o que influencia não só o comportamento alimentar mas leva também à prática de exercício. Tendo a juventude contemporânea nascido e crescido na cultura

mediática e, principalmente, na cultura televisiva, pode afirmar-se que a televisão exerce muita influência sobre a mesma (Louro, Neckel, & Goellner, 2003). Os jovens são precocemente deslumbrados pelos modelos ideais de beleza e sucesso veiculados pelos *media*, fazendo com que passem a vida a inteira a tentar alcançar este corpo “modelo”. Neste sentido, as novas tecnologias exercem um efeito nas cognições, afectando as interacções sociais. A influência dos *media* consiste, assim, no modo pelo qual os meios de comunicação em massa afectam o comportamento e o pensamento das pessoas (McLuhan & Quentin, 1967, *cit in* Alvarenga *et al.*, 2010), representando um papel crucial na formação da opinião pública e na influência de valores, normas e padrões estéticos incorporados pela sociedade.

Todas as percepções e experiências corporais são interpretadas e vividas sob influência de crenças e atitudes determinadas pela cultura em que o sujeito está inserido, mostrando a existência de padrões culturais de representação do corpo (Ribeiro, 2003). McCabe e Ricciardelli (2003) demonstraram que as variáveis socioculturais predizem mais frequentemente a experiência corporal e as estratégias de modificação do corpo do que as variáveis biológicas relacionadas com a idade, por exemplo. Desta forma, o corpo transcende o objecto físico, manifestando-se como uma construção social, susceptível a variadas intervenções consoante o desenvolvimento científico e tecnológico e as representações corporais de cada cultura. São, portanto, os significados culturais e sociais que se atribuem ao corpo que o definem.

Evidenciando-se como um conceito multidimensional e uma construção biopsicossocial, o corpo tem sido conceptualizado de diferentes formas e caracterizado segundo uma variedade de significados decorrentes das lentes utilizadas na sua abordagem (Barbosa *et al.*, 2008).

1.4. O impacto dos factores socioculturais na imagem corporal

“Nada tem um impacto tão importante no desenvolvimento de um homem como o seu aspecto, e não tanto o seu verdadeiro aspecto como a convicção de que é ou não atraente.” (Tolstoi)

Cada indivíduo desenvolve uma construção psicológica do seu corpo, representando-o como único e diferente dos outros. Através deste processo, vai

adquirindo a sua identidade corporal, a partir da qual define atitudes e comportamentos no plano social, tendo a mesma um papel significativo para a sua auto-estima.

Deste modo, o conceito de imagem corporal pode ser definido como a representação interna da própria aparência, ou seja, a percepção que temos do nosso próprio corpo (Thompson *et al.*, 1999). A construção da imagem corporal é um processo dinâmico, em constante alteração, representante da vivência individual, que influencia activamente muitos dos nossos comportamentos, a nossa auto-estima e o desenvolvimento de psicopatologias (Garner, 1997, *cit in* Barbosa, 2001). Esta vivência integra aquilo que o sujeito pensa sobre si próprio e ainda o que os outros pensam e fazem com os seus corpos (Lopes, 2008), desenvolvendo-se ao longo da vida como um produto da experiência sensorial e comportamental incluindo a aparência física, normas sociais e ideais culturais de beleza (Hurd, 2000, *cit in* Bedford & Johnson, 2006). As experiências e emoções que temos enquanto crianças e adolescentes acerca da nossa aparência têm um impacto significativo na formação da imagem corporal (Bierma, 2001, *cit in* Bale, 2008).

Assim, a representação que temos acerca do nosso corpo é construída nas relações que estabelecemos com os outros significativos, ou seja, é num contexto relacional que se vai construindo a imagem que cada um tem de si e do seu próprio corpo. Contudo, cada um dispõe de uma *escala subjectiva* que lhe indica o quanto gosta do seu corpo, consoante ele se revela mais ou menos capaz de se enquadrar em certos padrões de aparência e de funcionamento. Neste sentido, é importante realçar que a vivência exacerbada do corpo permite ao sujeito, por um lado, explorar as gratificações que ele oferece, mas também experienciar frustrações quando os seus desempenhos ficam aquém dos desejos e expectativas. As experiências que temos e o *feedback* que recebemos acerca do nosso corpo por parte da sociedade influenciam a satisfação corporal, que consiste na dimensão avaliativa dos confrontos dos desempenhos do corpo com as necessidades, desejos ou expectativas e constitui, ainda, um elemento estabilizador da auto-estima (Ribeiro, 2003).

A investigação mostra que as normas sociais influenciam fortemente os sentimentos acerca do corpo e têm um grande impacto no desenvolvimento da imagem corporal devido aos ideais de beleza que difundem (Thompson & Heinberg, 1999). As mulheres são constantemente bombardeadas com mensagens socioculturais que promovem a magreza como o padrão da beleza feminina. Assim, de modo a desenvolverem uma boa percepção da sua imagem corporal, têm de alcançar esse ideal

extremamente magro, transmitido como o padrão apropriado para as mesmas (Bierma, 2003, *cit in* Bale, 2008). No que diz respeito aos homens, a crescente valorização de um corpo masculino musculado tem aumentado a importância de atingir este ideal e a insatisfação corporal masculina. Sendo o corpo uma fonte importante de auto-estima, o não atingir dos padrões físicos ideais tem indubitavelmente consequências negativas ao nível da satisfação corporal.

1.5. A (in)satisfação corporal

“Não há beleza perfeita que não contenha algo de estranho nas suas proporções” (Francis Bacon)

A insatisfação corporal faz parte de um componente da imagem corporal relacionada com as atitudes e avaliações do próprio corpo (Grabe & Hide, 2006), sendo definida como a avaliação negativa do próprio corpo. Assim, desenvolve-se perante a inconsistência entre o corpo ideal de uma pessoa e aquele que ela realmente tem (Cash & Strachan, 1999, *cit in* Bedford & Johnson, 2006) e pode ser definida como o conjunto de pensamentos e sentimentos negativos que as pessoas têm relativamente ao seu corpo. O conceito de imagem corporal tornou-se precisamente alvo de interesse académico e social no âmbito das perturbações alimentares e da insatisfação corporal, uma vez que as preocupações relacionadas com a aparência estão a atingir proporções epidémicas na sociedade ocidental devido ao facto de as pessoas estarem cada vez mais insatisfeitas com o seu corpo (Rumsey & Harcourt, 2005).

O grande desejo pela magreza, as preocupações com o peso, as dietas extremas e a insatisfação com a imagem corporal têm sido considerados importantes factores de risco para o desenvolvimento de uma perturbação alimentar (Barbosa, 2001). Deste modo, o sentimento de insatisfação corporal funciona como variável moderadora dos contactos do sujeito consigo próprio e com os outros, tendo consequências negativas ao nível do comportamento, do bem-estar e da qualidade de vida (Rumsey e Harcourt, 2005). De facto, a insatisfação corporal tornou-se, nos últimos anos, um problema cultural (Bierma, 2003, *cit in* Bale, 2008). A avaliação negativa de um pequeno pormenor de grande importância para a pessoa pode levar a mesma a experienciar uma

insatisfação corporal difícil de suportar (Ribeiro, 2003). Tratando-se de um sentimento tão comum dos nossos dias, a imagem corporal negativa tem sido reportada em vários estudos (ex: Alvarenga *et al.*, 2010; Arbour & Ginis, 2006; Bedford & Johnson, 2006; Birkeland *et al.*, 2005; Cohen, 2006; Furnham *et al.*, 2002; Peat *et al.*, 2011; Thompson & Stice, 2001; Tiggemann & Slater, 2003).

No sentido de compreender a insatisfação corporal, os factores desenvolvimentais têm sido apontados como razões da génese deste sentimento. Nestes podem incluir-se o estágio de desenvolvimento em que a pessoa se encontra e as suas transições de vida, principalmente na adolescência, como, por exemplo, as mudanças associadas à puberdade, a formação do grupo de pares, as relações de namoro e o desenvolvimento de uma identidade independente. Para além disso, a insatisfação com o próprio corpo pode também ser determinada por características de personalidade, como a predisposição do sujeito para uma perturbação alimentar, a auto-avaliação negativa ou ainda a auto-estima (Barbosa, 2001). A investigação tem confirmado que as raparigas que se sentem mais insatisfeitas com o seu corpo têm uma auto-estima mais baixa do que aquelas com uma imagem corporal mais positiva (Furnham *et al.*, 2005; Thompson & Stice, 2001). Apesar da maioria da investigação neste domínio se focar no sexo feminino, existe um número crescente de estudos que apontam a existência de insatisfação corporal também nos homens (ex: Agliata & Tantleff-Dunn, 2004; Alvarenga *et al.*, 2010; Cohane & Pope, 2001). De facto, vários estudos mostram igualmente uma grande prevalência de uma imagem corporal negativa, mais especificamente, no que diz respeito aos músculos (Arbour & Ginis, 2006). A dimensão muscular tem um efeito muito forte na insatisfação corporal masculina, à semelhança do efeito da magreza na insatisfação feminina. O conceito de musculatura é uma componente fundamental da imagem corporal masculina, uma vez que é conotado positivamente como atraente e forte, ao passo que corpos masculinos magros ou gordos têm uma conotação negativa (Cafri & Thompson, 2004). Desta forma, enquanto a insatisfação feminina está frequentemente associada a preocupações com a aparência, nos rapazes está mais relacionada com o vigor físico (Ribeiro, 2003), evidenciando a influência dos estereótipos de género nas diferenças entre sexos da insatisfação corporal. Neste sentido, as mulheres acham frequentemente que estão acima do peso ideal, enquanto os homens são mais propensos a acharem que têm peso a menos (Furnham & Calnan, 1998, *cit in* Furham *et al.*, 2002).

De acordo com o Modelo Cognitivo-Comportamental da imagem corporal de Cash (2002, *cit in* Arbour & Ginis, 2006), a socialização cultural é uma das dimensões que moldam o desenvolvimento da imagem corporal. A imagem corporal pode ser profundamente alterada através da exposição aos *media* (Myers & Biocca, 1992, *cit in* Bale) e aos padrões sociais de beleza ideal.

1.5.1. O papel dos *media*

“(...) contemporary media blur the boundaries between glorified fiction and reality.” (Rumsey & Harcourt, 2005, p. 81)

Os *media* e as imagens veiculadas pelos mesmos são elementos cruciais da cultura da aparência e têm sido identificados como forças poderosas na formação de ideais de beleza e na alteração da percepção da imagem corporal, em especial para o corpo feminino (Lopes, 2008). De facto, apesar dos padrões corporais poderem ser transmitidos de muitas formas, como, por exemplo, pelos pais ou pelos pares, os *media* são o mais poderoso meio de divulgação dos ideais socioculturais (Tiggemann, 2002, *cit in* Arbour & Ginis, 2006).

A investigação neste domínio tem demonstrado que o ideal de magreza da sociedade ocidental actual é difundido através da televisão, e dos vídeos de música em particular, tendo um impacto negativo na imagem corporal e desenvolvendo preocupações com a aparência e processos de comparação (Tiggemann & Slater, 2003), uma vez que, quando uma pessoa se compara com uma imagem idealizada vai encontrar algo que não corresponde ao seu corpo real e, conseqüentemente, experienciar sentimentos negativos e insatisfação com o mesmo. Um estudo de McCreary & Sadava (1999, *cit in* Cohen, 2006) demonstra que as mulheres que vêem mais televisão se vêem a si próprias como tendo excesso de peso comparativamente com mulheres que vêem menos televisão. A publicidade com conteúdos relacionados com a aparência leva igualmente a um aumento do desejo de atingir a magreza e ao desenvolvimento da insatisfação corporal feminina (Cohen, 2006) devido ao facto de glorificar uma juventude totalmente idealizada, criando expectativas irrealistas (Marques, 2004). Para além da televisão e da publicidade, a leitura de revistas sobre beleza, *fitness* e moda tem sido identificada como razão do aumento da predisposição para sintomas de perturbação

alimentar (Arbour & Ginis, 2006; Cohen, 2006; Thompson *et al.*, 1999; Thompson *et al.*, 2004). Muitos milhões de pessoas compram revistas regularmente e ainda mais milhões têm acesso às mesmas através dos amigos, das bibliotecas, das salas de espera, dos cabeleireiros e cafés. As revistas femininas contêm imagens que retratam as modelos e celebridades magras como sendo atraentes e competentes (Silverstein *et al.*, 1986) bem como bastantes artigos onde se elogia a boa forma das celebridades, se divulgam sequências de exercícios para aperfeiçoar o corpo e são recomendados produtos. Por sua vez, tem-se registado um aumento do número de revistas masculinas, nas quais se elogia e se encoraja a atingir o corpo musculado ideal (Thompson *et al.*, 1999)

Esta exposição contínua a ideais corporais irrealistas leva ao desenvolvimento de sentimentos corporais negativos, o que pode contribuir para a depressão e perturbações alimentares (Agliata & Tantleff-Dunn, 2004; Arbour & Ginis, 2006; Birkeland *et al.*, 2005; Cohen, 2006; Thompson *et al.*, 1999; Tiggemann & Slater, 2003;), manifestando-se de uma forma mais acentuada no sexo feminino (Cafri *et al.*, 2005), devido ao lugar central que a aparência ocupa na vida da mulher na nossa sociedade (Thompson & Stice, 2001). Avaliar a influência dos *media* revela-se, desta forma, indispensável para o planeamento de estratégias de prevenção e compreensão dos factores relacionados com os comportamentos inadequados referentes à insatisfação corporal (Dunker, 2009, *cit in* Alvarenga *et al.*, 2010).

No entanto, apesar da influência inquestionável dos *media* no aumento da insatisfação corporal, as respostas serão diferentes consoante a vulnerabilidade dos indivíduos à exposição a pressões socioculturais ao nível da aparência. De facto, todos estamos sujeitos às mesmas pressões socioculturais mas nem todos demonstram descontentamento em relação ao corpo, independentemente de este ser congruente com os padrões sociais valorizados ou não (Barbosa, 2001; Barbosa, 2008).

Assim, certas características como o sexo e a idade podem reforçar ou diminuir a relação entre a exposição aos ideais de beleza e a insatisfação corporal (Peat *et al.*, 2011). As mulheres apresentam geralmente uma maior insatisfação com a aparência do que os homens (ex: Cohane & Pope, 2001; Furham *et al.*, 2002) e são mais directamente afectadas pelas imagens dos *media* do que os homens (Jones *et al.*, 2004; Thompson *et al.*, 1999; Thompson & Stice, 2001). Por outro lado, a idade tem um papel importante na insatisfação corporal masculina, que, por sua vez, está mais fortemente associada à auto-estima do que a feminina (Cohane & Pope, 2001). Para além disso, um historial de

insatisfação corporal nas mulheres parece fazer com que sejam mais afectadas pelas imagens de corpos ideais veiculadas pelos *media* (Arbour & Ginis, 2006).

1.5.2. A internalização dos ideais de beleza

A internalização dos ideais de beleza é um dos factores de risco que tem recebido uma atenção particular na investigação sobre o desenvolvimento da insatisfação corporal (ex: Cafri *et al.*, 2005; Thompson *et al.*, 2004). A internalização manifesta-se numa incorporação profunda e aceitação desses ideais a ponto de afectarem a imagem corporal ou levarem ao desenvolvimento de perturbações alimentares (Thompson & Stice, 2001; McCabe & Ricciardelli, 2003). Consequentemente, a pessoa aceita os ideais socialmente valorizados e dirige os seus comportamentos no sentido de se aproximar o mais possível dos mesmos (Thompson *et al.*, 1999).

Os ideais culturais do corpo são internalizados desde muito cedo e ao longo de toda a vida. A partir dos oito anos, as raparigas são capazes de reconhecer e internalizar as pressões culturais para serem magras (Grogan & Wainwright, 1996, *cit in* Coleman, 2008) e, na idade adulta, perante a exposição a imagens de corpos elegantes, tendem a internalizar e idealizar certos tipos de corpo, desenvolvendo sentimentos corporais negativos (Thompson & Heinberg, 1999, *cit in* Cohen, 2006). A internalização deste ideal de magreza actualmente valorizado, irrealista e inatingível para a maioria das mulheres, promove directamente a insatisfação corporal e o desenvolvimento de perturbações alimentares (Thompson *et al.*, 1999) bem como um aumento das preocupações com o peso nas mulheres (Dittrich, 2004, *cit in* Bale, 2008), respostas emocionais negativas ou comportamentos perigosos (Tiggemann & Pickering, 1996, *cit in* Bale, 2008).

Os agentes de socialização como a família, os pares e os *media*, podem ainda reforçar esse mesmo ideal de magreza através de comentários ou comportamentos, como criticar o excesso de peso, encorajar a fazer dieta ou admirar a magreza extrema (Thompson & Stice, 2001). Deste modo, transmitem expectativas em relação aos benefícios da magreza como uma maior aceitação social que contribuem bastante para a propagação desse ideal.

Na verdade, têm sido apontadas diferentes perspectivas na explicação de como se desenvolve a internalização dos ideais de beleza, nomeadamente através de processos de modelagem ou de comparação social.

1.6. Abordagens socioculturais da imagem corporal

“A expressão corporal é socialmente modulável, mesmo sendo vivida de acordo com o estilo particular do indivíduo”

(Le Breton, 2007, p.9)

Tem-se verificado uma aceitação generalizada das teorias socioculturais no estudo do desenvolvimento das perturbações da imagem corporal, uma vez que as pessoas estão expostas a ideais largamente difundidos e expectativas sobre o que é considerado atraente (Bagnara, Huon & Donazzolo, 2004).

1.6.1. Teoria da Aprendizagem Social

A Teoria da Aprendizagem Social de Bandura (1986) sugere que os factores pessoais, comportamentais e ambientais influenciam o comportamento humano e determinam a maneira como as pessoas apreendem a realidade. Segundo este autor, a percepção da realidade depende daquilo que as pessoas aprenderam através da sua experiência ou da observação do comportamento dos outros. Para estas experiências e observações terem um efeito motivacional no observador, este tem de estar consciencializado da acção modelada e das consequências que podem ser esperadas se modelar essa mesma acção. Neste sentido, a motivação para continuar a ter esse comportamento específico é baseada nas consequências positivas ou negativas que o observador experiencia após replicar a acção (Bandura, 1986). Consequentemente, os ideais de magreza retratados como socialmente bem sucedidos pelos *media* podem ser internalizados como os padrões de beleza a atingir devido aos seus resultados sociais positivos que estimulam as pessoas a tentarem atingir esses mesmos padrões. Segundo esta teoria, através da aprendizagem social, os sujeitos aprendem um novo comportamento sem passarem pelo processo de tentativa e erro necessário para executá-lo, sendo a observação utilizada como um guia para acção imitada. Neste sentido, as

imagens de corpos que se enquadram no ideal de beleza são percebidos como modelos a seguir (Bale, 2008) e quanto mais atraentes esses modelos forem, maior será a tentativa de os imitar (Silverstein *et al.*, 1986).

1.6.2. Teoria da Comparação social

De acordo com a Teoria da Comparação Social de Festinger (1954), as pessoas tendem a avaliar-se a si próprias através da comparação com os outros, utilizando as imagens veiculadas pelos *media* como exemplos para comparação.

A comparação pressupõe um estado de deficiência em que se activa a prossecução de um modelo, através da imitação, ou a tentativa de conseguir uma distância para o inferior ou rival, através da distinção (Falk, 1994). Efectivamente, os indivíduos constroem a sua identidade pessoal também através de comparações com os outros, desde que estes tenham atributos que sejam valorizados (Wykes & Gunter, 2005).

De facto, esta teoria tem sido aplicada a várias áreas, nomeadamente no estudo da imagem corporal e na sua relação com os *media* (Morrison, Kalin & Morrison, 2004). Reconhece-se, actualmente, que podem ocorrer comparações indesejadas, o ponto de referência utilizado no processo de comparação pode ser um indivíduo e, ainda, a comparação social pode ocorrer em dimensões como a aparência física e os hábitos alimentares (Morrison *et al.*, 2004)

Alguns estudos utilizam mesmo um modelo teórico baseado em processos de comparação social para explicar como a exposição a ideais de magreza aumenta a insatisfação corporal (Thompson & Heinberg, 1999). As respostas serão diferentes consoante os indivíduos forem mais vulneráveis que outros à exposição às pressões socioculturais sobre a aparência.

Esta teoria explica a vontade de atingir a magreza de muitas mulheres com perturbações alimentares, uma vez que quando visionam imagens que idealizam, estão a comparar a sua aparência com a de alguém que consideram ser melhor (Thompson *et al.*, 2004). Não conseguir atingir este ideal pode influenciar negativamente a avaliação da própria aparência, levando à insatisfação corporal (Thompson *et al.*, 1999). Segundo Richins (1991, *cit in* Barbosa, 2001) pré-adolescentes, adolescentes e jovens adultas comparam a sua aparência com a de modelos, fazendo com que se sintam insatisfeitas e inseguras com o seu corpo, manifestando a intenção de emagrecer. A influência da

televisão e das revistas a este nível é especialmente problemática uma vez que as modelos extremamente magras são percebidas pela maior parte das mulheres como representações realistas da imagem corporal ideal (Botta, 1999, *cit in* Bale, 2008) e não como imagens cuidadosamente manipuladas (Thomspon *et al.*, 2004). Por sua vez, os homens conseguem ser mais discriminativos na escolha dos alvos de comparação do que as mulheres e na consideração dos mesmos como realistas e atingíveis (Arbour & Ginis, 2006), evidenciando diferenças ao nível do género nos processos de comparação social.

Capítulo II – Estudo empírico

2. Estudo empírico

A literatura evidencia bastante pressão exercida pela sociedade em relação à aparência e a influência das representações corporais presentes em cada contexto social na vivência corporal de cada um. Neste sentido, este estudo centra-se no processo de vivência corporal na juventude, tendo em conta as representações psicológicas individuais acerca do corpo e as influências socioculturais que estão na origem das mesmas.

O breve enquadramento teórico e revisão da literatura acerca do tema em questão servem como grelha de apresentação do estudo empírico que será descrito de seguida. Assim, neste capítulo, serão especificados os objectivos da investigação, as hipóteses em estudo, a metodologia utilizada, a caracterização da amostra, a selecção dos instrumentos e estudo das suas características psicométricas.

2.1. Objectivos

O presente trabalho pretende, para além de conhecer a forma como os jovens portugueses se sentem com o seu corpo, perceber de que forma alguns factores socioculturais, nomeadamente a internalização dos ideais de beleza veiculados nos *media* se relacionam com a forma como os jovens se sentem com o seu próprio corpo.

Para além disso, pretende-se explorar o papel desempenhado por factores como o sexo, a idade, o IMC ou a auto-estima nas dimensões socioculturais analisadas e na satisfação corporal.

Outro dos objectivos prende-se com o estudo das propriedades psicométricas da escala *SATAQ-R (Sociocultural Attitudes Towards Appearance – Revised; Cusumano & Thompson, 1997)* numa amostra nacional de jovens entre os 15 e os 24 anos de idade.

2.2. Hipóteses de investigação

Com base na exploração teórica e empírica realizada foram formuladas algumas hipóteses que orientarão a análise e interpretação dos resultados. De uma forma geral espera-se que:

H1: O sexo feminino apresente uma menor satisfação corporal do que o sexo masculino (Bearman *et al.*, 2006; Jones *et al.*, 2004)

H2: Os jovens mais novos apresentem uma menor satisfação corporal do que os mais velhos (Peat *et al.*, 2011)

H3: O sexo feminino apresente valores mais elevados nas variáveis socioculturais estudadas (Thompson & Stice, 2001; Jones *et al.*, 2004)

H4: As faixas etárias mais novas apresentem valores mais elevados nas variáveis socioculturais (Alvarenga *et al.*, 2010)

H5: Os indivíduos com uma maior auto-estima apresentem níveis superiores de satisfação corporal e valores mais baixos nas influências socioculturais (Furnham *et al.*, 2002; Thompson & Stice, 2001; Birkeland *et al.*, 2005)

H6: As variáveis socioculturais estudadas sejam preditores da insatisfação corporal (Warren *et al.*, 2005; Thompson *et al.*, 1999; Alvarenga *et al.*, 2010; Tiggemann & Slater)

2.3. Caracterização da amostra

Este estudo incide sobre o universo da população portuguesa residente em Portugal Continental e nas Regiões Autónomas com idades entre os 15 e os 24 anos². A amostra é constituída por 338 participantes de ambos os sexos (170 do sexo feminino e 168 do sexo masculino). Os participantes foram recolhidos segundo o método de amostragem por quotas, com base na região e sexo³, tendo em conta uma margem de erro de 5%. Deste modo, 36,7% dos sujeitos são provenientes do Norte, 22,5% do

² A faixa etária da amostra é estipulada em função da informação disponibilizada pelo INE, no qual este intervalo etário corresponde aos adolescentes e jovens portugueses.

³ As quotas da amostra foram estipuladas em função da informação disponibilizada pelo INE (Estimativas Anuais da População Residente em 2008) para as variáveis sexo e região para o grupo etário em questão (alvo do estudo). As regiões consideradas baseiam-se na nomenclatura das unidades territoriais para fins estatísticos (NUT 2): Norte, Centro, Lisboa, Alentejo, Algarve e Ilhas.

Centro, 24% de Lisboa, 6,8% do Alentejo e 3,8% do Algarve. A região autónoma da Madeira é representada por 3% dos participantes e a região autónoma dos Açores por 3,3%. A amostra foi dividida em três grupos etários: o primeiro grupo com idades dos 15 aos 18 anos (N=73); o segundo com idades dos 19 aos 21 anos (N=136) e o terceiro com idades dos 22 aos 24 anos (N=129). A média de idades é de 20,5 e o desvio-padrão de 2,37.

Relativamente às habilitações literárias, 85 participantes completaram um grau universitário, 214 têm o ensino secundário completo, 36 completaram o 9º ano, 2 frequentaram a escola até ao 6º ano e 1 participante apenas completou o 1º ciclo do ensino básico.

Consideramos pertinente também avaliar o Índice de Massa Corporal (IMC; peso/altura), posteriormente dividido em quatro grupos. Assim, constatámos que 14,8% dos sujeitos são considerados magros (N=50), 52,1% têm um IMC normal (N=176), 15,7% pertencem ao grupo com excesso de peso (N=53) e 2,7% dos participantes são considerados obesos (N=9). Analisando estes grupos por sexos, podemos afirmar que o grupo dos sujeitos com um IMC magro tem uma maior percentagem de sujeitos do sexo feminino (11,8%) do que do sexo masculino (5,6%), ao contrário do grupo do IMC normal, no qual 33,7% são do sexo masculino e 27,4% do sexo feminino. Esta situação repete-se nos outros dois grupos: 11,5% dos homens e 6,9% das mulheres têm excesso de peso e 2,1% dos participantes do sexo masculino e 1% dos participantes do sexo feminino são considerados obesos.

2.4. Instrumento

2.4.1. Procedimentos prévios à construção do questionário

Para a elaboração do questionário, foi realizado um estudo prévio utilizando a técnica de grupos focais (*focus group*), junto de seis jovens com características similares às da população alvo do estudo. Esta é uma metodologia utilizada em investigação qualitativa, onde se efectua uma discussão coordenada por um moderador. Esta técnica, utilizada como uma pré-fase do estudo propriamente dito, pretendeu abordar com o grupo algumas questões acerca dos principais factores que influenciam a forma como os elementos do grupo vêem o seu próprio corpo. Posteriormente, a partir das respostas a estas perguntas base, foi enfatizado o aspecto social da vivência corporal, tema que se

pretende aprofundar mais especificamente neste estudo. O resultado do *focus group* foi, deste modo, utilizado para ajudar a construir as questões para que o questionário avaliasse os aspectos pretendidos da melhor forma possível.

2.4.2. Construção do questionário

Com base na pesquisa bibliográfica prévia e nas sugestões advindas do procedimento dos grupos focais foi elaborado um questionário, que começou por ser aplicado a alguns participantes com o intuito de verificar se compreendiam os diversos itens constitutivos do protocolo de recolha de dados.

Como já foi referido, o questionário final foi utilizado no âmbito de uma investigação mais alargada e é constituído por quatro partes (cf. Anexo 2).

i. 1ª parte: Questões sociodemográficas

O questionário começa por recolher algumas informações de carácter sociodemográfico, como a idade, o sexo, local de residência, escolaridade, estatuto profissional, habilitações literárias e ainda pessoas com quem vive. Seguidamente, apresenta uma secção destinada à recolha de informações acerca da família, como habilitações académicas e profissão. Ainda nesta parte, centram-se as questões relacionadas com a imagem corporal e com as relações amorosas.

ii. 2ª parte: Eu e o Meu Corpo

Esta parte do questionário centra-se na avaliação que o participante faz do seu corpo e no seu papel na sua vida (ver Anexo 2, questões 1 a 16). É de realçar a questão 9 que corresponde a uma subescala do *Eating Disorders Inventory* (EDI; Garner, Olmstead, Polivy, 1983) composto por 11 escalas, das quais utilizamos apenas a que pretende avaliar a satisfação corporal (EDI-BD; *Eating Disorders Inventory – Body Dissatisfaction*). Os participantes têm de se posicionar para cada um dos nove itens numa escala de *Likert* que vai desde o *Sempre* até ao *Nunca* relativamente à satisfação com a forma e tamanho de certas partes do corpo (ex: pernas, coxas, barriga). As propriedades psicométricas do instrumento original são boas e os estudos na população portuguesa suportam a consistência e a validade do mesmo, nomeadamente na nossa amostra ($\alpha = 0,89$).

iii. 3ª parte: O Meu Corpo e os Outros

Esta parte do questionário centra-se na recolha de informações relacionadas com a vivência corporal dos adolescentes e jovens portugueses e as suas relações afectivas (pais, amigos e namorado(a)) (cf. Anexo 2 – questões 17 à 20). É constituída por questões de resposta fechada e por algumas questões de resposta aberta. Nesta parte do questionário encontra-se também a Escala de Vinculação do Adulto (EVA; Canavarro *et al.*, 2006).

iv. 4ª parte: O Meu Corpo e a Sociedade

Esta parte do questionário (objecto deste estudo) centra-se na avaliação que o participante faz do papel de algumas variáveis socioculturais, nomeadamente dos *media*, das crenças interiorizadas da importância da aparência e da pressão das imagens de corpos atléticos recebida pelos meios de comunicação social (cf. Anexo 2, questão 21). Para tal foi utilizada a *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Revised* (SATAQ-R; Cusumano & Thompson, 1997). Segue-se a descrição da escala original, a sua adaptação e estudo psicométrico.

2.4.2.1. SATAQ-R: Escala original

A escala *Sociocultural Attitudes Towards Appearance – Revised*, desenvolvida por Thompson e Cusumano em 1997, é uma versão revista da escala original SATAQ (Heinberg, Thompson & Stormer, 1995). É constituída por duas versões, a versão feminina e a versão masculina, com 21 itens de auto-relato cada e pretende avaliar o reconhecimento e internalização dos ideais socioculturais de beleza. Os participantes têm de se posicionar relativamente a cada item numa escala tipo *Lickert* de 1 a 5, em que 1 corresponde a *Discordo Totalmente*, 3 indica um posicionamento neutro (*Não Concordo Nem Discordo*) e 5 corresponde a *Concordo Totalmente*. A escala original tem duas subescalas ou factores: o Reconhecimento da existência de ideais culturais da aparência, constituído por 11 itens ($\alpha=0,83$) e a Internalização desses mesmos ideais, presente em 10 itens ($\alpha=0,89$).

2.4.2.2. SATAQ-R: Estudo das qualidades psicométricas

A adaptação do instrumento envolveu a sua tradução e a condensação das versões feminina e masculina numa só que pudesse ser respondida por todos. Para além disso, foram adicionados sete itens que resultaram do *focus group* e se revelaram pertinentes no âmbito do tema em estudo:

- 1) *Sinto pressão por parte da sociedade para ter uma aparência cuidada;*
- 2) *Sinto pressão por parte da sociedade para ter um corpo bonito;*
- 3) *Os estereótipos corporais presentes na sociedade influenciam a forma como me sinto com o meu corpo;*
- 4) *As imagens veiculadas pelos media ditam aquilo que é valorizado em termos de imagem;*
- 5) *A imagem tem uma grande importância a nível profissional;*
- 6) *Preocupo-me mais com a imagem se me inserir num contexto em que as pessoas têm uma boa aparência;*
- 7) *A roupa contribui mais para uma boa imagem do que o corpo propriamente dito.*

Antes da recolha de dados, foi realizado um pré-teste com alguns sujeitos da mesma faixa etária da amostra do estudo de modo a avaliar a adequação e compreensão da linguagem utilizada e assegurar a clareza do questionário junto da população.

2.4.2.3. Validade factorial e fiabilidade

A estrutura relacional dos itens do questionário foi avaliada pela Análise Factorial Exploratória (AFE) sobre a matriz das correlações, com extracção dos factores pelo método *Principal Axis Factoring* seguida de uma rotação *Oblimin*. Os factores comuns retidos foram aqueles que apresentavam um *eigenvalue*⁴ superior a 1, em consonância com o *Scree Plot* e a percentagem de variância retida, uma vez que de acordo com Maroco (2007) a utilização de um único critério pode levar à retenção de mais ou menos factores do que aqueles relevantes para descrever a estrutura latente. A medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) verificou a adequação amostral para a análise (KMO = 0,907). O teste de esfericidade de Bartlett conclui que as variáveis estão significativamente correlacionadas ($\chi^2 = 5100,452$; $p = 0,000$) (cf. Anexo 3).

⁴ O *engenvalue* (valor próprio) consiste na variância total explicada pelo respectivo factor.

Inicialmente, procedeu-se à análise da primeira versão do questionário com 28 itens, sendo depois retirados 6 itens devido às baixas comunalidades ($< 0,30$)⁵ ou pela saturação em mais do que um factor ($< 0,10$) extraído na Análise Factorial. O questionário final é composto por 22 itens, sendo a estrutura relacional dos itens em estudo explicada por quatro factores.

O primeiro factor apresenta pesos factoriais elevados ($\lambda \geq 0,5$) dos itens 2, 10, 11, 15, 16 e 18 e explica 42% da variância total. O segundo factor, com pesos factoriais elevados dos itens 1, 3, 5, 7, 13, 14 e 20, explica 12,9% da variância total. O terceiro factor, com pesos factoriais elevados dos itens 8, 9, 19 e 26, explica 7,1% da variância total. O quarto factor apresenta pesos factoriais elevados dos itens 22, 23, 24, 25 e 27 e explica 5,6% da variância total. No global, os quatro factores explicam 67,6% da variância total. Adicionalmente, todas as comunalidades são relativamente elevadas, demonstrando que os factores retidos são apropriados para descrever a estrutura correlacional entre os itens (cf. Anexo 3).

Assim, a nova escala *SATAQ-R*, denominada de *Questionário de Atitudes Socioculturais em relação à Aparência (QASA)* é constituída por quatro factores:

- a) O primeiro factor, *Internalização de um ideal atlético*, agrupa 6 itens ($\alpha = 0,89$) relacionados com a adesão e aceitação de um ideal que valoriza o corpo trabalhado e em forma;
- b) O segundo factor, *Informação ou pressão dos media para um determinado ideal de beleza física*, é constituído por 7 itens ($\alpha = 0,90$) que avaliam a pressão das mensagens e imagens veiculadas pelos media para atingir um corpo que se enquadre no ideal valorizado.
- c) O terceiro factor, *Internalização geral de um estereótipo de beleza física*, é constituído por 4 itens ($\alpha = 0,84$) e o seu conteúdo avalia a adesão e aceitação do ideal de beleza valorizado pela sociedade actual.
- d) O quarto e último factor, *Pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza*, é formado por 5 itens ($\alpha = 0,87$) e avalia a pressão que a sociedade em geral exerce nos participantes para se enquadrarem nos ideais de beleza por ela definidos.

A nomeação dos factores teve em conta cada um dos itens que os compõem bem como um conceito que abrangesse, de uma forma geral, todos eles.

⁵ A comunalidade consiste na proporção da variância comum presente numa variável. A variância comum é a parte da variância total de uma variável em que esta estará dividida com outras variáveis.

A fiabilidade foi analisada sob o ponto de vista da consistência interna da escala, através do cálculo do *alpha de Cronbach* de cada um dos factores. Os valores de *alpha* encontrados e apresentados anteriormente indicam uma boa consistência interna dos mesmos⁶. Deste modo, pode considerar-se que o QASA revela ser um questionário válido e fiável para avaliar as atitudes socioculturais em relação à aparência de rapazes e raparigas, nomeadamente a internalização dos ideais de beleza e a pressão dos *media* e da sociedade para atingir os mesmos. As boas qualidades psicométricas deste instrumento suportam a sua utilização na população portuguesa e geral e na amostra deste estudo em particular.

2.5. Procedimento

De modo a obter uma amostra a nível nacional, optou-se por recolher os dados através de questionário em formato *on-line*, por permitir uma recolha mais alargada e de uma forma mais rápida da informação. Esta escolha deve-se, ainda, ao facto de ser uma tecnologia bastante presente na vida dos jovens, a idade-alvo da amostra, possibilitando um acesso mais facilitado aos mesmos.

A administração do questionário foi realizada entre Abril e Julho de 2011. Como já referido, a amostra foi recolhida por um método de amostragem por quotas, estipuladas em função das variáveis sexo e região (NUT 2). Desta forma, os participantes foram escolhidos, numa fase inicial, por conveniência, sendo utilizada a metodologia “bola-de-neve” para a recolha dos elementos que preencham os critérios estipulados para as quotas, até atingir o número de participantes pretendido. Os contactos prévios para a recolha de participantes foram efectuados através de e-mail e de redes sociais como o *Facebook*, um instrumento poderoso para a divulgação do estudo e a angariação de participantes.

A sessão de preenchimento do questionário demorou aproximadamente 20 minutos, no entanto havia a facilidade de se interromper o preenchimento do mesmo e retornar quando fosse conveniente.

O software estatístico utilizado para a análise dos dados foi o *PASW Statistics* (versão 19.0, SPSS Inc, Chicago, IL).

⁶ O limite inferior geralmente aceite para o *alpha de Cronbach* é de 0,70. (Maroco, 2007).

3. Apresentação dos resultados

De forma sistemática, serão apresentados aqui os principais resultados obtidos na análise dos dados, começando-se por uma abordagem descritiva, passando pela análise de diferenças em função dos grupos estudados, das associações entre as variáveis e terminando no modelo de predição da satisfação corporal tendo em conta as variáveis consideradas neste estudo.

3.1. Análise descritiva

Começou por se perceber como é que se comportava a nossa amostra nas principais variáveis consideradas (cf. Anexo 4)

No que diz respeito ao auto-posicionamento dos participantes relativamente ao seu **peso**, tendo em consideração as categorias “magro”, “normal” ou “gordo”, 64,2% dos participantes consideram-se normais, 20,4% acham que são gordos e 15,4% consideram-se magros, tendo sido obtida uma média de 2,05, um desvio-padrão de 0,60. Comparativamente com a distribuição dos sujeitos pelos grupos de **IMC** segundo o seu peso e altura, podemos observar que a maioria dos participantes incluídos na categoria “normal” se percebe como tendo um peso normal, acontecendo o mesmo com as restantes categorias.

Quando se perguntou aos participantes se **mudariam alguma coisa no seu corpo**, 35,5% afirmaram que não mudavam quase nada e 32% tem uma posição neutra em relação a este assunto. Contudo, 22,8% já mudariam alguma coisa, 3,3% mudaria tudo no seu corpo e 6,5% não mudava nada, não havendo, em média um desejo muito premente de alterar algo em termos físicos nesta amostra de jovens ($M = 2,81$; $DP = 0,97$).

Em relação ao **estilo de vida** dos participantes, embora 47,9% tenham um posicionamento neutro em relação a esta questão, 39,6% consideram ter um estilo de vida saudável, 5,0% muito saudável, 5,3% pouco saudável e 2,1% nada saudável ($M = 3,40$; $DP = 0,76$).

Os valores obtidos em relação à **auto-estima**⁷ dos participantes revelam uma média de 3,95 e um desvio-padrão de 0,91. Verificou-se um nível mais elevado no sexo masculino ($M = 4,06$; $DP = 0,90$), comparativamente ao sexo feminino ($M = 3,84$; $DP = 0,91$), evidenciando diferenças significativas ao nível do sexo na auto-estima [$F(336) = 0,075$, $p = 0,023$].

Relativamente à **satisfação corporal**, os jovens portugueses apresentaram níveis de satisfação ligeiramente abaixo do ponto médio da escala (ponto médio = 3; $M = 2,68$; $DP = 0,89$), parecendo indicar que os participantes deste estudo estariam mais insatisfeitos com o seu corpo. No entanto, foi também incluída no questionário uma questão para avaliar a satisfação geral com o corpo (“*Em que medida estás satisfeito com o teu corpo?*”), cujos resultados revelaram níveis superiores de satisfação corporal ($M = 3,44$; $DP = 0,89$). Contudo, este item isolado, sendo uma medida menos fidedigna da satisfação corporal não foi considerado nas restantes análises como variável dependente.

Relativamente às variáveis socioculturais analisadas verificamos que: a **internalização de um ideal corporal atlético** obteve uma média de 3,91 e um desvio-padrão de 0,78; em relação à **informação ou pressão dos media para um determinado ideal de beleza física** foi obtida uma média de 2,55 e um desvio-padrão de 0,98; a **internalização geral de um estereótipo de beleza física** registou uma média de 3,63, e um desvio-padrão de 0,83; finalmente, a **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** obteve uma média de 3,26 e um desvio-padrão de 0,94. Assim, de uma forma geral, constatou-se um posicionamento dos participantes acima do ponto médio, excepto na variável **informação ou pressão dos media para um determinado ideal de beleza**.

3.2. Análises diferenciais

3.2.1. Efeitos do sexo, grupo etário e IMC na satisfação corporal

Foi realizada uma análise de variância univariada para testar eventuais efeitos do sexo, do grupo etário e de interacção na satisfação corporal (cf. Anexo 5). Apesar de, e

⁷ Saliente-se que a variável auto-estima considerada neste estudo traduz-se apenas na percepção que os participantes têm da sua auto-estima, não verificando, naturalmente, as qualidades psicométricas adjacentes a um conceito complexo como é o da auto-estima, sendo apenas um indicador individual desta variável.

contrariamente ao esperado, o sexo feminino apresentar níveis de satisfação mais elevados do que o masculino ($M = 2,72$; $DP = 0,37$ e $M = 2,64$; $DP = 0,48$, respectivamente), estas diferenças não foram significativas [$F(1,332) = 2,16$, $p = 0,14$]. Não se verificaram quaisquer diferenças estatisticamente significativas, também, relativamente ao grupo etário [$F(2,332) = 0,35$, $p = 0,71$] ou efeitos de interacção do sexo com o grupo etário na satisfação corporal [$F(2,332) = 1,32$, $p = 0,27$].

Para explorar eventuais efeitos do IMC na satisfação corporal foi realizada uma ANOVA – One Way tendo-se verificado diferenças significativas [$F(3,284) = 5,006$, $p = 0,002$]. Especificamente, constatou-se que o grupo dos indivíduos com um IMC normal ($M = 2,77$; $DP = 0,39$) apresenta uma satisfação mais elevada do que o grupo de IMC magro ($M = 2,54$; $DP = 0,48$) e os indivíduos na categoria obeso ($M = 2,56$; $DP = 0,55$).

3.2.2. Efeitos do sexo e do grupo etário nas dimensões socioculturais

Foi realizada uma análise de variância multivariada (recorrendo-se ao teste de Pillai e a testes post-hoc LSD para explorar diferenças encontradas entre os grupos) para avaliar os efeitos do sexo, do grupo etário e de interacção nas 4 variáveis socioculturais extraídas da análise factorial do QASA (cf. Anexo 6).

No que diz respeito ao efeito do **sexo** nas variáveis socioculturais, foi encontrado um efeito tendencialmente significativo [$F(4,329) = 2,30$, $p = 0,059$, $\eta^2 = 0,03$]. No entanto, devido aos valores obtidos na potência do teste (0,666), talvez se a amostra fosse mais elevada essas diferenças se manifestassem. Percebemos, contudo, que: a **internalização de um ideal corporal atlético** é ligeiramente superior no sexo feminino ($M = 3,97$; $DP = 0,06$) em relação ao sexo masculino ($M = 3,95$; $DP = 0,06$); a **informação ou pressão dos media para um determinado ideal de beleza física** é igualmente superior no sexo feminino ($M = 2,64$; $DP = 0,07$) em comparação com o sexo masculino ($M = 2,61$; $DP = 0,08$); a **internalização geral de um estereótipo de beleza física**, por seu lado, obteve valores mais elevados no sexo masculino ($M = 3,74$; $DP = 0,07$) do que no sexo feminino ($M = 3,60$; $DP = 0,06$), sendo a única variável em que o sexo masculino regista valores superiores; finalmente na **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** a média é ligeiramente mais elevada nas mulheres ($M = 3,38$; $DP = 0,07$) do que nos homens ($M = 3,25$; $DP = 0,08$).

Por outro lado, os resultados evidenciam diferenças estatisticamente significativas ao nível do **grupo etário** em todas as variáveis socioculturais estudadas,

[$F(4,330) = 6,51, p = 0,00, \eta^2 = 0,07$], com base no teste maior Raíz de Roy, uma vez que é a estatística que apresenta maior potência de teste (0,999), com os mais novos a apresentarem os valores mais elevados, tal como esperado. Na variável **internalização de um ideal corporal atlético** [$F(2,332) = 6,81, p = 0,001, \eta^2 = 0,04$], os mais novos apresentaram níveis superiores de internalização ($M = 4,21; DP = 0,09$) comparativamente ao segundo grupo etário ($M = 3,84; DP = 0,07$) e ao terceiro grupo etário ($M = 3,83; DP = 0,07$). Quanto à **informação ou pressão dos media para um determinado ideal de beleza física** [$F(2,332) = 11,56, p = 0,00, \eta^2 = 0,07$], foi evidenciada uma maior pressão sentida pelo primeiro grupo etário ($M = 3,03; DP = 0,11$) comparativamente ao segundo grupo ($M = 2,41; DP = 0,08$) e ao terceiro ($M = 2,44; DP = 0,08$). Da mesma forma, os valores obtidos na **internalização geral de um estereótipo de beleza física** [$F(2,332) = 3,27, p = 0,04, \eta^2 = 0,02$], evidenciam níveis ligeiramente superiores de internalização nos sujeitos mais novos ($M = 3,85; DP = 0,10$) comparativamente ao grupo etário intermédio ($M = 3,54; DP = 0,07$) e ao terceiro grupo etário ($M = 3,62; DP = 0,07$). Também na **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** [$F(2,332) = 5,59, p = 0,00, \eta^2 = 0,03$], os mais novos apresentaram níveis de pressão ligeiramente mais elevados ($M = 3,57; DP = 0,11$) do que o segundo ($M = 3,13; DP = 0,78$) e o terceiro grupos ($M = 3,24; DP = 0,08$).

Verificou-se, ainda, um efeito de interacção do **sexo** com o **grupo etário** (teste maior Raíz de Roy), [$F(4,330) = 2,75, p = 0,03, \eta^2 = 0,03$], em três das quatro variáveis socioculturais exploradas. Na **internalização de um ideal atlético** [$F(1,332) = 4,59, p = 0,01, \eta^2 = 0,039$] verificou-se um aumento da média nos rapazes dos 15 aos 18 anos ($M = 4,39; DP = 0,14$) em relação aos outros grupos etários, enquanto no sexo feminino essas diferenças não se verificam. A **internalização geral de um estereótipo de beleza física** [$F(1,332) = 2,45, p = 0,09, \eta^2 = 0,02$] obteve igualmente valores mais elevados no sexo masculino dos 15 aos 18 anos ($M = 4,08; DP = 0,15$) relativamente aos restantes grupos e ao sexo feminino, cujas diferenças entre grupos etários não se verificaram. Finalmente, a **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** obteve os valores de $F(1,332) = 4,09, p = 0,02, \eta^2 = 0,02$, evidenciando valores do primeiro grupo etário do sexo masculino bastante superiores aos outros dois grupos ($M = 3,74; DP = 0,17$), ao passo que no sexo feminino se verificaram novamente apenas ligeiras diferenças entre os três grupos etários.

3.3. Análise correlacional

Para se compreender como é que todas as variáveis se associavam entre si, foi efectuada uma correlação Momento produto de Pearson com as variáveis mais relevantes do estudo, verificando-se significância estatística em algumas delas (cf. Anexo 7).

Foi encontrada uma associação significativa e negativa, apesar da magnitude baixa, entre a **internalização de um ideal atlético** ($r = -0,17$; $p = 0,002$) e a **pressão dos media para um determinado ideal de beleza** ($r = -0,20$; $p = 0,000$) e a **idade**, percebendo-se que à medida que a **idade** aumenta existe uma diminuição da **internalização** e da **pressão para um determinado ideal de beleza**.

Por seu lado, a **diferença entre o peso ideal e o peso real** apresenta uma correlação positiva fraca com a **auto-estima** ($r = 0,27$; $p = 0,000$) bem como correlações negativas com três das variáveis socioculturais: **internalização de um ideal atlético** ($r = 0,18$; $p = 0,001$), **informação e pressão dos media para um determinado ideal de beleza** ($r = 0,19$; $p = 0,000$) e **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** ($r = 0,13$; $p = 0,015$).

Relativamente à auto-estima, verifica-se que à medida que o **IMC** aumenta a **auto-estima** diminui ($r = 0,19$; $p = 0,001$). Obteve-se, como esperado, uma associação positiva, ainda que baixa, entre a **auto-estima** e a **satisfação corporal** ($r = 0,13$; $p = 0,022$), demonstrando que quanto mais elevada for a **auto-estima**, mais elevada será a **satisfação** com o próprio corpo. Também em relação às variáveis socioculturais, a auto-estima apresenta correlações negativas: com a **internalização de um ideal atlético** ($r = -0,26$; $p = 0,000$), a **informação e pressão dos media para um determinado ideal de beleza** ($r = -0,34$; $p = 0,000$), a **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** ($r = -0,30$; $p = 0,000$) e uma correlação negativa, apesar de mais baixa, com a **internalização geral de um estereótipo de beleza física** ($r = -0,14$; $p = 0,010$).

A **satisfação corporal**, por seu lado, parece estar apenas significativamente associada (e de forma positiva) com a **internalização de um ideal atlético** ($r = 0,14$; $p = 0,012$).

Por sua vez, e no sentido esperado, a variável **internalização de um ideal atlético** apresenta correlações positivas moderadas com as restantes variáveis socioculturais: **informação e pressão dos media para um determinado ideal de beleza** ($r = 0,47$; $p = 0,000$), **internalização geral de um estereótipo de beleza física** (r

= 0,58; $p = 0,000$) e a **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** ($r = 0,59$; $p = 0,000$). A **pressão dos media para um determinado ideal de beleza** apresenta uma correlação positiva com a **internalização geral de um estereótipo de beleza física** ($r = 0,34$; $p = 0,000$) e correlaciona-se positivamente de uma forma moderada com a **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** ($r = 0,60$; $p = 0,000$). Por fim, verificou-se uma correlação positiva moderada entre a **internalização geral de um estereótipo de beleza física** e a **pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza** ($r = 0,54$; $p = 0,000$).

Finalmente, com o objectivo de explorar a combinação linear de variáveis independentes que melhor explica cada uma das variáveis dependentes foi utilizada a técnica de Regressão Linear Múltipla com o método *Stepwise* (passo a passo). Este método selecciona o melhor conjunto de variáveis predictoras na equação de regressão de modo a calcular a contribuição de cada variável para a variância explicada e avaliar a significância estatística dessa contribuição. Através desta análise, verificou-se que os únicos preditores para a **satisfação corporal** são a **internalização de um ideal atlético** ($\beta = 0,20$) e a **auto-estima** ($\beta = 0,19$). Contudo, estas duas variáveis explicam apenas 5% da variância total dos valores observados da **satisfação corporal** [$F(2,285) = 8,60$; $p = 0,000$].

4. Discussão dos resultados

O objectivo fundamental deste estudo foi avaliar a vivência corporal dos jovens portugueses, analisando as influências das variáveis socioculturais na satisfação corporal e as implicações de aspectos como o sexo ou a idade ao nível das mesmas. Assim, procedemos à discussão integrada dos resultados, tendo em conta as hipóteses colocadas anteriormente.

A hipótese de que o sexo feminino apresentaria uma menor satisfação corporal em relação ao sexo masculino (H1) não foi confirmada, uma vez que não se verificam diferenças estatisticamente significativas ao nível do sexo nesta variável. Para além disso, os resultados apontam para uma satisfação ligeiramente mais elevada nas mulheres, contrariando os estudos que referem a insatisfação corporal como um

sentimento maioritariamente feminino (ex: Forbes *et al.*, 2001; Furnham *et al.*, 2002; Jones *et al.*, 2004). De facto, as diferenças entre homens e mulheres no que diz respeito à insatisfação corporal têm registado uma crescente diminuição e é evidente a preocupação cada vez maior com a imagem corporal por parte dos homens (Bearman *et al.*, 2006; Cohane & Pope, 2001). O número crescente de revistas masculinas no mercado, o aumento do número de homens que frequenta os ginásios ou o uso de esteróides⁸ pelos homens parecem demonstrar o investimento crescente no corpo e na aparência que se tem vindo a observar também por parte do sexo masculino, constatando-se uma disseminação cada vez mais marcada de comportamentos ligados ao cuidado da imagem pelos dois sexos. Apesar da natureza da insatisfação corporal feminina ser diferente da masculina, como já referido neste trabalho, verifica-se que este é um sentimento generalizado e partilhado por ambos os sexos.

A segunda hipótese, referente à menor satisfação por parte das faixas etárias mais novas, foi igualmente refutada. Os efeitos do grupo etário e a correlação da idade e satisfação corporal não se revelaram estatisticamente significativos, sendo que o primeiro grupo etário foi aquele onde se verificaram os valores mais elevados de satisfação com o próprio corpo. Assim, contrariamente ao esperado, não foram encontrados níveis mais elevados de insatisfação corporal às idades mais jovens (ex: Peat *et al.*, 2004), no entanto, existe alguma investigação que evidencia a insatisfação corporal como um sentimento que abrange todas as faixas etárias (ex: Barbosa, 2001), o que poderá ser explicado pelo acesso generalizado aos *media* e aos padrões de beleza veiculados, contrariando as teorias que postulam a adolescência como um período de maior vulnerabilidade às influências socioculturais.

A hipótese de que o sexo feminino apresentaria valores mais elevados nas variáveis socioculturais (H3) não foi comprovada. Apesar dos resultados apontarem para médias mais elevadas nas mulheres, o efeito do sexo nestas variáveis não é estatisticamente significativo. De facto, embora alguns estudos revelem uma maior internalização dos ideais de beleza ou pressão dos *media* por parte das mulheres (ex: Jones *et al.*, 2004; Thompson & Stice, 2001), existem outros que corroboram esta ausência de diferenças entre sexos nas variáveis socioculturais (ex: Bearman *et al.*, 2006; Smolak *et al.*, 2001). Estes resultados poderão ser explicados pela valorização feminina da magreza e a valorização masculina de um corpo musculado. Isto é, tanto os

⁸ O abuso de esteróides pode ser considerado um comportamento similar às perturbações alimentares nas mulheres (Thompson *et al.*, 1999).

homens como as mulheres perceberão com a mesma intensidade os padrões socioculturais de beleza massivamente divulgados pelos meios de comunicação social através de inúmeras mensagens e imagens destinadas a grandes e heterogêneos grupos de pessoas (Harris, 1994, *cit in* Thompson *et al.*, 2004).

Por sua vez, os resultados comprovam a quarta hipótese devido ao efeito estatisticamente significativo da idade nestas variáveis, com os mais novos a apresentarem maiores níveis de internalização e pressão por parte dos *media* e da sociedade, que tendem diminuir com o avançar da idade. As faixas etárias mais novas parecem aceitar e aderir mais facilmente aos padrões socioculturais de beleza e serem mais influenciadas pelos *media*, o que confirma os resultados já obtidos em estudos anteriores (ex: Alvarenga *et al.*, 2010). Estes resultados, ao contrário dos obtidos na satisfação corporal, vão ao encontro das teorias que caracterizam a adolescência como um período de desenvolvimento onde se verifica uma maior valorização da aparência e vulnerabilidade às pressões exercidas pelos padrões de beleza disseminados pelos *media*.

A hipótese de que os indivíduos com uma auto-estima mais elevada apresentariam níveis superiores de satisfação corporal e valores mais baixos nas variáveis socioculturais (H5) foi comprovada, confirmando os resultados encontrados noutros estudos (ex: Furnham *et al.*, 2002; Thompson & Stice, 2001). Existe um vasto campo de investigação que relaciona a imagem corporal com a auto-estima, essencialmente no sexo feminino, uma vez que esta pode exercer uma maior influência sobre a imagem corporal do que os atributos físicos propriamente ditos. De facto, as pressões e consequências da cultura da beleza dependem bastante de recursos intrapessoais como a auto-estima (Barbosa *et al.*, 2008), que podem reforçar ou diminuir a relação entre essas mesmas pressões e a insatisfação corporal (Cohen, 2006). Neste trabalho verificou-se ainda que a auto-estima é preditora da satisfação corporal, ficando para estudos futuros a exploração do seu papel como variável mediadora entre os factores socioculturais e a vivência corporal.

Os resultados revelam também que os indivíduos com um IMC mais elevado apresentam uma menor satisfação corporal. Os estudos que confirmam estes resultados referem que à medida que o desvio em relação aos padrões estéticos valorizados aumenta, maior é a pressão que as pessoas sentem para se enquadrarem nos mesmos (Low *et al.*, 2003; Jones *et al.*, 2004), sendo o peso uma variável fundamental quando se considera o estudo da imagem corporal.

A hipótese de que as variáveis socioculturais funcionam como preditores da satisfação corporal (H6) foi parcialmente comprovada, embora não no sentido esperado. De facto, como demonstrado em diversos estudos (ex: Alvarenga *et al.*, 2010; Arbour e Ginis, 2006; Birkeland *et al.*, 2005; Cafri *et al.*, 2005; Jones *et al.*, 2004; Thompson *et al.*, 1999; Thompson & Stice, 2001; Tiggemann & Slater, 2003; Warren *et al.*, 2005), os factores socioculturais como a pressão dos *media* para um determinado ideal de beleza e a internalização do mesmo desempenham um importante papel ao nível do desenvolvimento da insatisfação corporal. Segundo os resultados obtidos, a internalização de um ideal atlético parece ser a única variável sociocultural a predizer a satisfação corporal. Esta associação positiva da internalização de um ideal atlético com a satisfação corporal pode ser explicada pelos itens pertencentes a esta variável, retirada da análise factorial realizada à escala QASA. De facto, estes são relacionados com o reconhecimento de que um corpo em boa forma física é mais atraente e valoriza a roupa que a pessoa veste. Assim, verifica-se que esta variável não engloba os aspectos que são mais frequentemente associados à insatisfação corporal como a internalização de ideais de beleza irreais e difíceis de alcançar pela maioria das pessoas ou a pressão dos *media* para atingir esses mesmos padrões através da divulgação de imagens com as quais as pessoas se comparam. A internalização de um ideal atlético parece não ter consequências tão marcadas comparativamente à internalização geral dos estereótipos sociais de beleza, uma vez que o ideal atlético promove uma melhor forma física, apelando à prática de exercício físico com o intuito de obter um corpo mais atraente no qual a roupa ficará melhor. Esta modificação do corpo através do exercício físico está ao alcance da maioria das pessoas, ao contrário de transformações mais profundas de partes específicas do corpo, o que pode explicar em parte os resultados obtidos. Por outro lado, os itens pertencentes a esta variável, como, por exemplo, “A maioria das pessoas acreditam que um corpo em forma e tonificado melhora a aparência”, avaliam a opinião do sujeito em relação aos ideais da sociedade e não a internalização desses ideais propriamente ditos como acontece noutros itens da escala (ex: “Gostava que o meu corpo se parecesse com o das pessoas que aparecem na televisão ou no cinema”). Isto pode contribuir para a associação positiva desta variável com a satisfação corporal, ao contrário das outras variáveis socioculturais estudadas. Contudo, são necessários estudos futuros que explorem mais detalhadamente a relação entre o aumento da internalização de um ideal atlético e o consequente aumento da satisfação corporal.

5. Limitações do estudo e investigação futura

Não obstante os resultados encontrados, é importante referir algumas limitações inerentes a este estudo.

Apesar das qualidades psicométricas das medidas utilizadas, as conhecidas limitações do uso de instrumentos de auto-relato ao nível da desejabilidade social evidenciam o facto de os resultados poderem não revelar verdadeiramente a influência ou a vulnerabilidade às pressões sociais. Para além disso, alguns resultados podem ter sido enviesados pela extensão demasiado longa do instrumento. O facto do QASA ter a mesma versão para os dois sexos pode ter condicionado os resultados, mas a maior atenção recai sobre a variável satisfação corporal, sendo de considerar a hipótese de futuramente se atender a medidas mais sensíveis ao género, uma vez que os ideais de beleza e as partes do corpo que causam insatisfação diferem das mulheres para os homens (Smolak *et al.*, 2001).

Relativamente à metodologia e ao processo de amostragem, ainda que tivéssemos o cuidado de conseguir uma amostra nacional e que representasse cada região por cotas, sabemos que não se trata de uma amostra aleatória e não probabilística e, portanto, representativa da população dos jovens portugueses.

É de referir, ainda, a natureza transversal do estudo e das análises que não permite a inferência de relações de causalidade entre as variáveis, sendo necessária uma abordagem longitudinal para averiguar estes processos. Outra consideração importante prende-se com as magnitudes dos efeitos e das associações encontradas nas análises que, por serem baixas ou moderadas, alertam-nos para a necessidade de considerar outros factores para a explicação da variância explicada da(s) variável (eis) dependente(s).

Em termos de investigação futura, os estudos acerca do desenvolvimento longitudinal da imagem corporal contribuiriam para uma melhor compreensão dos processos cognitivos e interpessoais envolvidos no desenvolvimento da imagem corporal. Seria também interessante tentar perceber esses mesmos processos nas pessoas que não desenvolvem sentimentos de insatisfação corporal após a exposição a imagens de ideais estéticos, por exemplo. Para além disso, o recurso e integração de diversas perspectivas parece ser fundamental para compreender a vivência corporal em todas as suas dimensões. Apesar de este trabalho se ter centrado no contributo dos aspectos

socioculturais, não se pode descurar a importância de todos os outros contextos da vida do sujeito como a família, os pares, as relações amorosas (a considerar no seguimento deste estudo e integrando as restantes variáveis incluídas no questionário aplicado) e, ainda, a implicação dos factores biológicos. É através da valorização de todas as dimensões envolvidas na vivência corporal que se poderão planejar avaliações e intervenções mais eficazes no sentido de diminuir a insatisfação com a aparência. A consciência dos mecanismos e estereótipos subjacentes a estes processos poderá ser um aspecto precioso para o desenvolvimento de respostas adequadas. Devido à complexidade e multidimensionalidade do objecto de intervenção será fundamental a coexistência de diferentes perspectivas e abordagens transdisciplinares.

6. Considerações finais

A vivência corporal tem implicações importantes em várias dimensões do funcionamento psicológico e na nossa qualidade de vida. Porém, essa vivência, que muitas vezes pensamos ser única e individual, é modelada desde muito cedo pela sociedade em que vivemos e pelas relações que experienciamos. Para tal muito contribuem os meios de comunicação social através da divulgação dos padrões de beleza valorizados, sendo que nem as mulheres nem os homens conseguem escapar à pressão sociocultural para atingir o corpo ideal. Os resultados deste estudo parecem apontar para uma maior flexibilização e igualdade de papéis de género bem como uma preocupação corporal generalizada a rapazes e raparigas de todas as idades.

De facto, o processo de desenvolvimento da imagem corporal parece ser mais complexo na contemporaneidade devido à importância e idealização do corpo. De entre diversos processos sociais, tem sido realçado o papel mediador da internalização dos padrões sociais de beleza divulgados pelos *media* na insatisfação corporal. Efectivamente, os jovens deparam-se com uma extrema valorização da aparência e com padrões de beleza que internalizam sem questionar. Contudo, o facto de estes padrões serem demasiado rígidos e difíceis de atingir para maioria das pessoas é decisivo para o desenvolvimento da insatisfação corporal e, conseqüentemente, uma maior probabilidade de poderem desenvolver perturbações alimentares. No caso das raparigas, as consequências mais comuns são as dietas para perder peso, enquanto os homens pretendem o aumento muscular, através do uso de esteróides.

A importância dos resultados obtidos prende-se com a natureza multidimensional e complexa da imagem corporal. A insatisfação com a mesma não está restrita a preocupações com o peso ou a aparência, sendo que factores mais externos como a pressão dos *media* e mais internos como a auto-estima estão interligados na construção da vivência corporal.

Tendo em conta os resultados obtidos e as implicações que deles podemos retirar, haverá um vasto domínio de intervenção aberto aos psicólogos e outros profissionais dos mais diversos contextos institucionais, além de importantes mensagens aos pais e pares. Assim, será também indispensável zelar por uma sociedade mais inclusiva, onde o conceito de beleza seja mais amplo, não representado apenas por uma ínfima parcela da população.

Para além disso, parece premente a necessidade de algumas medidas a nível socio-político no sentido da instituição e valorização de ideais mais realistas, com uma maior diversidade de formas e tamanhos, permitindo uma maior identificação das pessoas com os modelos veiculados. Esta questão já tem sido valorizada em alguns países, nomeadamente no que diz respeito aos critérios de peso mínimo das modelos, na existência de tamanhos mais diversificados nas lojas de roupa e na própria publicidade, apresentando mulheres e homens que representam a população geral (cf. Anexo 8, Figura 1). É importante que as pessoas tenham noção que as imagens dos *media* são meticulosamente melhoradas e manipuladas e não são representações da realidade. É, assim, necessária a construção de respostas globais que resultem do empenho social no seu todo.

Contudo, de uma forma gradual, começa a haver uma consciencialização do perigo de alguns comportamentos e transformações corporais destinados a aproximar o corpo do ideal perpetuado, da irreabilidade que constitui esse mesmo ideal, assistindo-se a uma tentativa de valorização do próprio corpo e aceitação das imperfeições como particularidades de cada um. Esta atitude tem sido adoptada por algumas celebridades na tentativa de serem utilizadas como exemplo e promoverem uma nova mensagem acerca da beleza, como é o caso da cantora Adele, que rejeita completamente o ideal de magreza (cf. Anexo 8, Figura 2) ou a cantora Beyoncé, que fez com que se voltasse a valorizar um corpo com formas em detrimento de um corpo excessivamente magro. No mundo da música, “Born this way” da Lady Gaga ou “Beautiful” da Christina Aguilera são exemplos de algumas canções que tentam transmitir a importância de cada um valorizar a sua própria beleza e aceitar que esta possa não se enquadrar completamente no ideal valorizado actualmente. Para além disso, por toda a Internet, particularmente nas redes sociais⁹, começam a circular imagens e mensagens que tentam igualmente demonstrar que “se toda a gente fosse feita pelo mesmo molde, não existiria beleza como tal” (Darwin) (cf. Anexo 9).

Acreditamos então que este trabalho contribuiu para uma melhor compreensão da dimensão social do corpo e pode ser um pequeno passo no sentido de uma maior sensibilização do público em geral, mas dos profissionais em particular, relativamente aos parâmetros exigidos para o “corpo perfeito”, mesmo sabendo que é a aparência física o nosso “cartão de visita”.

⁹ Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, Weheartit, etc.

Referências bibliográficas

- Agliata, D. & Tantleff-Dunn, S. (2004) The impact of media exposure on males' body image. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23 (1) 7-22
- Bagnara, S.; Huon, G. & Donazzolo, S. (2004) Factorial structure of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire among Italian and Australian girls. *European Eating Disorders Review*, 12, 321-326.
- Bale, K. (2008) *Media representations of female body images in women's magazines: a content analysis of media trends*. VDM Verlag Dr. Muller.
- Bandura, A. (1986) *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Barbosa, M.; Matos, P. & Costa, M. (2011) Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. *Psicologia & Sociedade*, 23 (1) 24-34.
- Barbosa, M. (2008) *Contextos relacionais de desenvolvimento e vivência corporal*. Dissertação de Doutorado em Psicologia. Porto: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto
- Barbosa, M.; Matos, P. & Costa, M. (2008) O corpo falado pelos jovens adultos. *Psicologia, Educação e Cultura*, 12 (2) 279-402.
- Barbosa, M. (2001) *A influência da vinculação parental na imagem corporal de adolescentes e jovens*. Dissertação de Mestrado em Psicologia. Porto: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto.
- Baudrillard, J. (s/d) *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Bearman, S.; Martinez, E. & Stice, E. (2006) The skinny on body dissatisfaction: a longitudinal study of adolescent boys and girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 35 (2) 217-229.
- Bedford, J. & Johnson, C. (2006) Societal influences on body image dissatisfaction in younger and older women. *Journal of Women & Aging*, 18 (1) 41-55.
- Birkeland, R., Thompson, J., Herbozo, S., Roehrig, M., Cafri, G. & van den Berg, P. (2005) Media exposure, mood and body image dissatisfaction: an experimental test of person versus product priming. *Body Image*, 2, 53-61.
- Borzekowski, D., Robinson, T. & Killen, J. (2000) Does the camera add 10 pounds? Media use, perceived importance of appearance and weight concerns among teenage girls. *Journal of Adolescent Health*, 26, 36-41.

- Cafri, G. & Thompson, J. (2004) Measuring male body image: a review of the current methodology. *Psychology of Men & Masculinity*, 5 (1) 18-29.
- Cafri, G., Yamamiya, Y., Brannick, M. & Thompson, K. (2005) The influence of sociocultural factors on body image: a meta-analysis. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 12 (4) 421-433.
- Canavarro, M. C., Dias, P. & Lima, V. (2006). A avaliação da vinculação do adulto: Uma revisão crítica a propósito da aplicação da Adult Attachment Scale- R (AAS-R) na população portuguesa. *Psicologia*, XX (1), 11-36
- Clark, L. & Tiggemann, M. (2008) Sociocultural and individual psychological predictors of body image in young girls: a prospective study. *Developmental Psychology*, 44 (4) 1124-1134.
- Cohane, G. & Pope, H. (2001) Body image in boys: a review of the literature. *Int J Eat Disord*, 29 (4) 373
- Cohen, S. (2006) Media exposure and the subsequent effects on body dissatisfaction, disordered eating and drive for thinness: a review of the current research. *Mind Matters: The Wesleyan Journal of Psychology*, 1, 57-71.
- Coleman, R. (2008) *The becoming of bodies: girls, media effects and body image*. Bailrigg: Institute for Cultural Research.
- Grabe, S. & Hyde, J. S. (2006). Ethnicity and body dissatisfaction among women in the United States: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 132, 622-640.
- Grogan, S. (2008) *Body Image: understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Psychology Press.
- Grogan, S., Williams, Z. & Conner, M. (1996) The effects of viewing same gender photographic models on body satisfaction. *Women and Psychology Quarterly*, 20, 569-75.
- Harbour, K. & Ginis, K. (2006) Effects of exposure to muscular and hypermuscular media images on young men's muscularity dissatisfaction and body dissatisfaction. *Body Image* 3, 153-161.
- Heinberg, L., Thompson, J. & Stormer, S. (1995) Development and validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 17 (1) 81-89.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.

- Forbes, G., Adam-Curtis, L., Rade, B. & Jaberg, P. (2001) Body dissatisfaction in women and men: the role of gender-typing and self-esteem. *Sex Roles*, 44, 461-485.
- Furnham, A., Badmin, N. & Sneade, I. (2002) Body image dissatisfaction: gender differences in eating attitudes, self-esteem and reasons for exercise. *The Journal of Psychology*, 136 (6) 581-596.
- Jones, D., Vigfusdottir, T. & Lee, Y. (2004) Body image and the appearance culture among adolescent girls and boys: an examination of friends conversations, peer criticism, appearance magazines and the internalization of appearance ideals. *Journal of Adolescent Research*, 19 (3) 323-339.
- Le Breton, D. (2007) *A sociologia do corpo*. 2ª Ed. Petrópolis: Editora Vozes.
- Le Breton, D. (2004) *Sinais de identidade: tatuagens, piercings e outras marcas corporais*. Lisboa: Miosótis.
- Lobo, M. (1999) *Sinais de expressão do corpo nas actividades desportivas recreativas*. Dissertação de Mestrado em Ciências do Desporto. Porto: Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade do Porto.
- Lopes, C. (2008) *Percepção da imagem corporal em crianças e adolescentes*. Relatório de estágio curricular realizado no Centro de Saúde de Estarreja e no Centro de Saúde de Aveiro. Porto: Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto
- Louro, G., Neckel, J. & Goellner, S. (2003) *Corpo, género e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis: Vozes.
- Maroco, J. (2007) *Análise Estatística com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Marques, A. (2004) *Mulheres de papel: representações do corpo nas revistas femininas*. Lisboa: Livros Horizonte.
- McCabe, M. & Ricciardelli, L. (2003) Sociocultural influences on body image and body changes among adolescent boys and girls. *The Journal of Social Psychology*, 143 (1) 5-26.
- Merleau-Ponty, M. (1994). *Fenomenologia da percepção* (C. Moura, Trad.). São Paulo: Martins Fontes. (Texto original publicado em 1945).
- Moreira, M. (1999) *Entre a estética do corpo da moda e do corpo do culturismo: estudo exploratório a partir da opinião de manequins e praticantes de culturismo*. Dissertação de Mestrado em Ciências do Desporto. Porto: Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade do Porto.

- Morrison, T., Kalin, R. & Morrison, M. A. (2004). Body-image evaluation and body-image investment among adolescents: a test of sociocultural and social comparison theories. *Adolescence*, 39.
- Peat, C., Peyerl, N., Ferraro, F. & Butler, M. (2011) Age and body image in Caucasian men. *Psychology of Men & Masculinity*, 12 (2) 195-200.
- Pereira, A. (2006) *SPSS: Guia prático de utilização. Análise de dados para Ciências Sociais e Psicologia*. 6ª Ed. Lisboa: Edições Sílabo.
- Ribeiro, A. (2003) *O corpo que somos: Aparência, sensualidade e comunicação*. Casa das Letras.
- Ribeiro, A. (1996) O corpo vai ao psicólogo. *Cadernos de Consulta Psicológica*, 12, 39-43.
- Rumsey, N. & Harcourt, D. (2005) *The Psychology of Appearance*. Berkshire: Open University Press.
- Santos, B. (2006) *Este consumo que nos consome: olhares sobre a sociedade de consumo actual*. Porto: Campo das Letras.
- Silverstein, B, Perdue, L., Peterson, B. & Kelly, E. (1986) The role of the mass media in promoting a thin standard of bodily attractiveness for women. *Sex Roles*, 14, 519-532.
- Smolak, L.; Levine, M. & Thompson, J. (2001) The use of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire with middle school boys and girls. *International Journal of Eating Disorders*, 29: 216-223.
- Thompson, J.; van den Berg, P.; Roherig, M.; Guarda, A. & Heinberg, L. (2004) *The Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3 (SATAQ-3): Development and Validation*. Acedido a 25 de Junho de 2003 em www.interscience.wiley.com.
- Thompson, J. & Heinberg, L. (1999) The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them? *Journal of Social Issues*, 55, 339-353.
- Thompson, J.; Heinberg, L.; Altabe, M. & Tantleff-Dunn, S. (1999) *Exacting Beauty: theory, assessment and treatment of body image disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Tiggemann, M. & Slater, A. (2003) *Thin ideals in music television: A source of social comparison and body dissatisfaction*. Acedido a 26 de Janeiro de 2003 em www.interscience.wiley.com.

- Thompson, J. & Stice, E. (2001) Thin-ideal internalization: mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology. *Psychological Science*, 10 (5) 181-183.
- Turner, B. (1994) *Preface*. In *The Consuming Body*. Ed P. Falk. London: Sage Publications.
- Warren, C.; Gleaves, D.; Cepeda-Benito, A.; Fernandez, M. & Rodriguez-Ruiz, S. (2005) Ethnicity as a protective factor against internalization of a thin ideal and body dissatisfaction. *International Journal of Eating Disorders*, 37: 241-249.
- Wykes, M. & Gunter, B. (2005) *The Media & Body Image – If Looks Could Kill*. London: Sage Pub.

Anexos

Índice de Anexos

Anexo 1: Imagens de pessoas que marcaram a evolução dos ideais de beleza

Figura 1: Marilyn Monroe

Figura 2: Twiggy

Figura 3: Claudia Schiffer

Figura 4: Naomi Campbell

Anexo 2: Questionário

Anexo 3: Análise factorial

Anexo 4: Análise descritiva

Tabela 1: Análise descritiva das variáveis auto-avaliação, auto-estima, satisfação corporal (EDI-BD), satisfação corporal geral e mudanças no corpo

Tabela 2: Análise descritiva das variáveis socioculturais estudadas

Anexo 5: Análises diferenciais

Tabela 1: Efeitos do sexo, grupo etário e de interação entre o sexo e grupo etário na satisfação corporal

Anexo 6: Análises diferenciais

Gráfico 1: Efeitos de interação entre o sexo e grupo etário na variável Internalização de um ideal atlético

Gráfico 2: Efeitos de interação entre o sexo e o grupo etário na variável Informação ou Pressão dos media para um determinado ideal de beleza física

Gráfico 3: Efeitos de interação entre o sexo e o grupo etário na variável Internalização geral de um estereótipo de beleza física

Gráfico 4: Efeitos de interação entre o sexo e o grupo etário na variável Pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza

Anexo 7: Análise correlacional

Tabela 1: Correlações Momento Produto de Pearson entre as variáveis exploradas no estudo

Anexo 8

Figura 1: Campanha Beleza Real (Dove)

Figura 2: Adele

Anexo 9: Imagens divulgadas nas redes sociais que tentam contrariar os ideais de beleza socialmente valorizados

Anexo 1

Figura 1: Marilyn Monroe



Figura 2: Twiggy



Figura 3: Claudia Schiffer

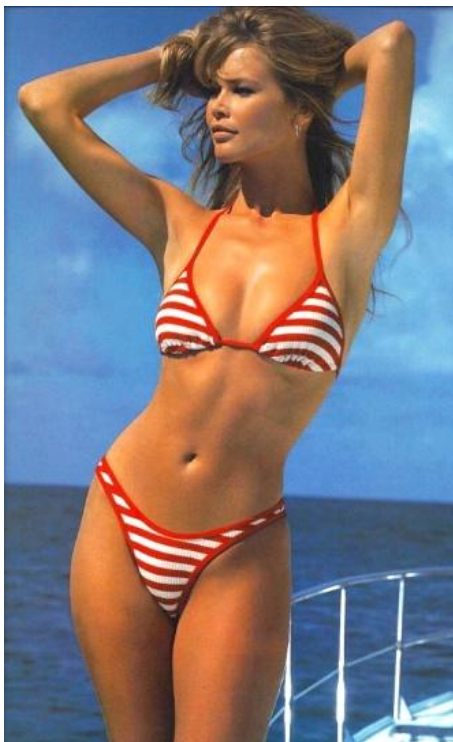


Figura 4: Naomi Campbell



Anexo 2: Questionário

QUESTIONÁRIO DE INVESTIGAÇÃO

Este questionário foi elaborado com vista à realização de um estudo científico, inserido no Mestrado Integrado em Psicologia, que visa explorar as vivências corporais e relacionais dos jovens portugueses.

Não há respostas certas ou erradas: a resposta adequada será aquela que melhor descrever o que pensas e sentes em relação às questões. As perguntas podem fazer-te pensar sobre ti, mas o questionário não faz nenhum julgamento de valor. Todas as respostas são **anónimas e confidenciais**, não havendo qualquer associação entre as respostas e a pessoa que respondeste.

Esta investigação irá basear-se na sinceridade das tuas respostas. A tua participação é muito importante. Por favor responde a **todas** as perguntas, com **calma, consciência e sinceridade**.

No final do preenchimento, verifica, por favor, se respondeste a todas as questões.

Agradecemos, desde já, a tua disponibilidade e colaboração!

Caracterização Socio-demográfica

Data:			
--------------	--	--	--

Nº Questionário:			
-------------------------	--	--	--

Idade: _____

Sexo: M ☐ F ☐

Concelho onde vive: _____

Estado civil: Solteiro(a)
 Casado(a)
 União de facto
 Separado(a)/divorciado(a)
 Viúvo

Habilitações académicas (completas):	
1º Ciclo – instrução primária completa	
2º Ciclo – 6º ano	
3º Ciclo – 9º ano	
Secundário – 12º ano	
Universitário/Bacharelato	

Profissão: _____

Pessoas com quem vive: _____

FAMÍLIA

Habilitações académicas (completas):	Pai	Mãe
1º Ciclo – instrução primária completa		
2º Ciclo – 6º ano		
3º Ciclo – 9º ano		
Secundário – 12º ano		
Universitário/Bacharelato		

Profissão:	Pai	Mãe

O MEU CORPO

Altura: _____ Peso: _____ Peso que consideravas ideal para ti: _____

Considero-me:	Magro(a)		Normal		Gordo(a)		
---------------	----------	--	--------	--	----------	--	--

RELAÇÕES AMOROSAS

- ☐ Neste momento, tenho namorado(a). Duração da relação: _____
- ☐ Já namorei, mas neste momento não tenho ninguém. Duração da relação: _____
- ☐ Já namorei, mas agora tenho tido relações casuais. Duração da relação: _____
- ☐ Nunca tive nenhum namorado(a).
- ☐ Nunca tive nenhum namorado(a), mas tenho tido relações casuais.

Qual o número de relações significativas em que já estive envolvido(a)? _____

Se actualmente tem namorado(a) ou se já namorou, caracterize o seu nível de envolvimento na relação, assinalando com uma cruz.

1-----|-----|-----|-----| 5
1 5
Nada envolvido(a) Bastante envolvido(a)

Se actualmente tem namorado(a) ou se já namorou, caracterize o seu nível de intimidade na relação, assinalando com uma cruz.

1-----|-----|-----|-----| 5
1 5
Nada íntimo Bastante íntimo

1- Em que medida os seguintes factores influenciam a forma como te sentes com o teu próprio corpo?

	Não influencia				Influencia muito
	1	2	3	4	5
Peso					
Aparência física					
Comparação com os outros					
Comentários sobre o teu corpo					
Qualidade das relações afectivas que manténs com os outros					
Comunicação social					
Roupa nas lojas					

Outros? _____

2- Pensando no significado que o corpo tem para ti, em que medida concordas com as seguintes afirmações:

	Discordo totalmente 1	2	3	4	Concordo totalmente 5
O corpo é sinal de vida					

O corpo representa a concretização da nossa existência					
O corpo é o que se vê em primeiro lugar					
O corpo é um veículo que permite o contacto com o mundo exterior					
O corpo define quem somos					
O corpo permite ao mundo retirar conclusões sobre quem somos					

Outro (s) significado (s) que o corpo tenha para ti?

3- Qual o grau de importância que atribuis ao teu corpo ao longo do teu desenvolvimento?

1	2	3	4	5
Nada importante				Muito importante

4- Qual o grau de importância que atribuis ao teu corpo em cada uma das fases seguintes do teu desenvolvimento?

	Nada importante 1	2	3	4	Muito importante 5
Infância					
Puberdade					

Adolescência					
Juventude					

5- Em que medidas concordas com as seguintes afirmações?

	Discordo totalmente 1	2	3	4	Concordo totalmente 5
A adolescência é uma “revolução” na mente e no corpo					
A adolescência é a fase mais marcante em termos corporais					
A adolescência é marcada por um intenso interesse pelo corpo					
É na adolescência que mais nos preocupamos com o corpo					

6- Qual o grau de importância que atribuis ao teu corpo na construção da tua identidade (naquilo que tu és)?

1	2	3	4	5
Nada importante				Muito importante

7- Qual o grau de importância do teu corpo ...

	Nada importante 1	2	3	4	Muito importante 5
Na forma como te caracterizas e te avalias					

Na tua auto-estima					
No teu estado de espírito					
No teu quotidiano					
Na criação de novas relações					
Na forma como te relacionas com os outros					

Outro (s) aspecto (s) em que o teu corpo é relevante?

8- Em que medida gostas de ti?

1	2	3	4	5
Nada				Muito

9- Posiciona-te face às seguintes afirmações?

	Nunca 1	2	3	4	Sempre 5
Acho que o meu estômago é grande demais					
Acho as minhas coxas muito gordas					

Acho que o meu estômago tem o tamanho certo					
Gosto da forma do meu corpo					
Gosto da forma das minhas nádegas					
Penso que as minhas ancas são muito largas					
Acho que as minhas coxas têm o tamanho certo					
Acho as minhas nádegas grandes demais					
Acho que as minhas ancas têm o tamanho certo					

10- Em que medida estás satisfeito(a) com teu corpo?

1	2	3	4	5
Muito Insatisfeito(a)				Muito satisfeito(a)

11- Mudavas alguma coisa no teu corpo?

1	2	3	4	5
Nada				Tudo

12- Em que medida recorrerias às seguintes situações para melhorar o teu corpo?

	Nunca				Sempre
	1	2	3	4	5

Produtos de estética					
Tratamentos estéticos					
Medicina estética					
Cuidados com a alimentação					
Fazer dieta para perder peso					
Fazer dieta para ganhar músculo					
Dieta para ser saudável					
Fazer exercício físico					

Outros? _____

13- Com que frequência recorres às seguintes situações?

	Nunca 1	2	3	4	Sempre 5
Produtos de estética					
Tratamentos estéticos					

Medicina estética					
Cuidados com a alimentação					
Dieta para perder peso					
Dieta para ganhar músculo					
Dieta para ser saudável					
Exercício físico					

Outros? _____

14- Como definirias o teu estilo de vida?

1	2	3	4	5
Nada saudável				Muito saudável

15- O envelhecimento corporal preocupa-te?

1	2	3	4	5
Nada				Muito

16- Em que medida concordas com as seguintes afirmações?

	Discordo totalmente				Concordo totalmente
	1	2	3	4	5

O envelhecimento corporal é visto como algo a ser evitado					
O envelhecimento corporal é sinónimo de menor atractividade					
O envelhecimento corporal é sinónimo de menor saúde e vitalidade					
O envelhecimento corporal afecta a auto-estima					
O envelhecimento corporal afecta a forma como nos relacionamos com os outros					
O envelhecimento corporal afecta a forma como os outros nos tratam					
O envelhecimento corporal tem implicações sociais (ex: emprego)					

17. Seguidamente gostaríamos que pensasses para cada uma das figuras abaixo (Pai, Mãe, Amigos e Namorado(a)), em que medida concordas com as seguintes afirmações

Nota: Se não tens namorado(a) actualmente, responde em função da relação mais importante que já tiveste. Quem nunca teve namorado(a) **não responde apenas à parte relativa ao namorado(a)**.

Item	Contexto interpessoal	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem discordo nem concordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente
1) Elogia(m) a minha aparência.	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
2) Critica(m) a minha aparência	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
3) Preocupo-me com a opinião que têm da minha aparência	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
4) Preocupa(m)-se com o(s) seu(s) próprio(s) corpo(s)	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
5) Aconselham-me a ter hábitos de vida saudáveis (alimentação, exercício físico)	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
6) A percepção que tenho da minha aparência interfere na relação que tenho com	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
7) A percepção que tenho da minha aparência leva-me a ignorar os comentários de	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
8) A minha aparência é muito importante para	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
9) A percepção que tenho da minha aparência dificulta uma aproximação a	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					

10) Os comentários que faz(em) sobre a minha aparência interferem na forma como me sinto com o meu corpo	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
11) Os comentários que me faz(em) influencia-me para mudar o tamanho ou formato do meu corpo?	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
12) A aparência física é tema de conversa entre mim e	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
13) Sinto pressão para ter um corpo perfeito por parte de	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
14) Preocupam-se com a opinião que eu tenho sobre a minha aparência	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
15) Valorizam a minha aparência	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
16) Está(ão) satisfeito(s) com a minha aparência	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
17) Sinto-me discriminado(a) devido à minha aparência por parte de	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
18) A minha aparência deixa-me confortável com	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
19) A percepção que tenho da minha aparência impede-me de expor o meu corpo perante	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					
20) Comparo a minha	Pai Mãe					

aparência física com a aparência física de	Amigos Namorado(a)					
21) É uma influência importante na forma como me sinto com o meu corpo	Pai Mãe Amigos Namorado(a)					

Só relativamente ao(à) namorado(a)

22) A exposição íntima do meu corpo causa-me algum desconforto e insegurança perante o (a) meu (minha) namorado(a)						
23) O meu(minha) namorado(a) tem preferência por pessoas fisicamente atractivas para manter uma relação amorosa						
24) O meu(minha) namorado(a) é uma pessoa fisicamente atraente						
25) A percepção que tenho da minha aparência faz-me hesitar em envolver-me numa actividade sexual com o meu(minha) namorado(a)						
26) Para envolver-me numa actividade sexual sinto-me mais confortável se o local for pouco iluminado de modo a que o (a) meu (minha) namorado (a) não consiga ver claramente o meu corpo						

18. Que comentários costumás ouvir das seguintes figuras (Pai, Mãe, Amigos e Namorado(a)) sobre o teu corpo/ aparência física? Tenta dar exemplos de comentários....

Pai	
Mãe	
Amigos	
Namorado (a)	

Para cada uma das afirmações escolhe o número que melhor reflecte a sua concordância:

1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem discordo nem concordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente
------------------------------------	----------------------	--	----------------------	------------------------------------

1. Gostava que o meu corpo se parecesse com o das pessoas que aparecem na televisão e no cinema.
2. Acho que a roupa fica melhor em pessoas com uma boa forma física.
3. Os videoclipes de música onde aparecem pessoas com uma boa forma física fazem com que eu deseje estar numa melhor forma física.
4. Não gostava de me parecer com os/as modelos que aparecem nas revistas de moda.
5. Costumo comparar o meu corpo com o de celebridades da televisão e do cinema.
6. Na nossa sociedade, as pessoas gordas são consideradas atraentes.
7. Fotografias de pessoas fisicamente atraentes fazem-me desejar estar mais em forma fisicamente.
8. Ser atraente é muito importante para se ser bem sucedido na nossa cultura.
9. É importante ter uma boa aparência para ser bem sucedido na sociedade actual.
10. A maioria das pessoas acredita que um corpo em forma e tonificado melhora a aparência.
11. As pessoas acham que quanto mais atraente uma pessoa é, melhor a roupa lhe fica.
12. Na sociedade dos dias de hoje, não é importante estar sempre atraente fisicamente.
13. Gostava de ser fisicamente mais parecido com os/as modelos que fotografam em roupa interior.
14. Costumo ler revistas e comparar o meu corpo com o dos/as modelos que lá aparecem.
15. A roupa fica melhor em pessoas com um corpo elegante.
16. Uma pessoa fisicamente em forma é mais admirada pela sua aparência do que uma pessoa que não se encontra numa boa forma.
17. A minha aparência não afecta a forma como me sinto em situações sociais.
18. As pessoas que estão fisicamente em forma são consideradas mais atraentes do que as pessoas que não o estão.
19. Na nossa cultura, alguém com um corpo “bem esculpido” tem mais hipótese de ter sucesso.
20. Costumo frequentemente comparar o meu corpo com o de atletas que aparecem nas revistas.
21. Não comparo a minha aparência com a de pessoas que considero atraentes.
22. Sinto pressão por parte da sociedade para ter uma aparência cuidada.

- 23.Sinto pressão por parte da sociedade para ter um corpo bonito.
- 24.Os estereótipos corporais presentes na sociedade influenciam a forma como me sinto com o meu corpo.
- 25.As imagens veiculadas pelos *media* ditam aquilo que é valorizado em termos de imagem.
- 26.A imagem tem uma grande importância a nível profissional.
- 27.Preocupo-me mais com a imagem se me inserir num contexto em que as pessoas têm uma boa aparência.
- 28.A roupa contribui mais para uma boa imagem do que o corpo propriamente dito.

Existe algo que queira acrescentar que enriqueça as suas respostas?

Muito obrigada pela tua colaboração!

Anexo 3: Análise factorial

Tabela 1: Teste KMO e teste de esfericidade de Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,907
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5100,452
	df	231
	Sig.	,000

Tabela 2: Estrutura factorial após rotação *Oblimin*

	Factores			
	1	2	3	4
2 -Acho que a roupa fica melhor em pessoas com uma boa forma física	,730			
15- A roupa fica melhor em pessoas com um corpo elegante	,717			
18- As pessoas que estão fisicamente em forma são consideradas mais atraentes do que as pessoas que não o estão	,645			
11- As pessoas acham que quanto mais atraente uma pessoa é, melhor a roupa lhe fica	,623			
16- Uma pessoa fisicamente em forma é mais admirada pela sua aparência do que uma pessoa que não se encontra numa boa forma	,555			
10- A maioria das pessoas acredita que um corpo em forma e tonificado melhora a aparência	,524		,321	
14- Costumo ler revistas e comparar o meu corpo com o dos/as modelos que lá aparecem		-,788		
20- Costumo frequentemente comparar o meu corpo com o de atletas que aparecem nas revistas		-,775		
13- Gostava de ser fisicamente mais parecida com os/as modelos que fotografam em roupa interior		-,710		

5- Costumo comparar o meu corpo com o de celebridades da televisão e do cinema		-,702	
1-Gostava que o meu corpo se parecesse com o das pessoas que aparecem na televisão e no cinema	,356	-,636	
3- Os videoclipes de música onde aparecem pessoas elegantes fazem com que eu deseje estar numa melhor forma física		-,579	
7- Fotografias de pessoas fisicamente atraentes fazem-me desejar estar mais em forma fisicamente	,371	-,572	
9 - É importante ter uma boa aparência para ser bem sucedido na sociedade actual		,802	
8- Ser atraente é muito importante para se ser bem sucedido na nossa cultura		,775	
19- Na nossa cultura, alguém com um corpo “bem esculpido” tem mais hipótese de ter sucesso		,674	
26- A imagem tem uma grande importância a nível profissional		,563	
23- Sinto pressão por parte da sociedade para ter um corpo bonito			-,997
22- Sinto pressão por parte da sociedade para ter uma aparência cuidada			-,924
24- Os estereótipos corporais presentes na sociedade influenciam a forma como me sinto com o meu corpo			-,633
25- As imagens veiculadas pelos media ditam aquilo que é valorizado em termos de aparência			-,406
27- Preocupo-me mais com a imagem se me inserir num contexto em que as pessoas têm uma boa aparência			-,312

Anexo 4: Análise descritiva

Tabela 1: Análise descritiva das variáveis auto-avaliação, auto-estima, satisfação corporal (EDI-BD), satisfação corporal geral e mudanças no corpo.

		Considero-me: (auto-avaliação)	Auto-estima	Satisfação corporal (EDI-BD)	Em que medida estás satisfeito(a) com teu corpo?	Mudavas alguma coisa no teu corpo?
N	Válidos	338	338	338	338	338
	Missing	0	0	0	0	0
	Média	2,05	3,95	2,6811	3,44	2,81
	Desvio-Padrão	,597	,910	,42731	,890	,969
	Assimetria	-,016	-,798	-,735	-,547	,177
	Erro Padrão da Assimetria	,133	,133	,133	,133	,133
	Curtose	-,189	,640	1,046	,369	-,644
	Erro Padrão da Curtose	,265	,265	,265	,265	,265
	Valor mínimo	1	1	1,00	1	1
	Valor máximo	3	5	3,67	5	5

Tabela 2: Análise descritiva das variáveis socioculturais estudadas.

		Internalização de um ideal atlético	Informação ou pressão dos <i>media</i> para um determinado ideal de beleza física	Internalização geral de um estereótipo de beleza física	Pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza
N	Válidos	338	338	338	338
	Missing	0	0	0	0
	Média	3,9093	2,5456	3,6287	3,2562
	Desvio-Padrão	,77580	,97922	,82842	,93519
	Assimetria	-,701	,508	-,242	-,068
	Erro Padrão da Assimetria	,133	,133	,133	,133
	Curtose	,325	-,161	-,235	-,353
	Erro Padrão da Curtose	,265	,265	,265	,265
	Valor mínimo	1,33	1,00	1,00	1,00
	Valor máximo	5,00	5,00	5,00	5,00

Anexo 5: Análises diferenciais

Tabela 1: Efeitos do sexo, grupo etário e de interacção entre o sexo e grupo etário na satisfação corporal

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared	Noncent. Parameter	Observed Power ^b
Corrected Model	1,190	5	,238	1,310	,259	,019	6,548	,463
Intercept	2210,704	1	2210,704	12162,804	,000	,973	12162,804	1,000
Sexo	,392	1	,392	2,156	,143	,006	2,156	,310
gp_etario	,127	2	,064	,350	,705	,002	,700	,106
sexo * gp_etario	,480	2	,240	1,320	,269	,008	2,640	,285
Error	60,344	332	,182					
Total	2491,235	338						
Corrected Total	61,534	337						

Anexo 6: Análises diferenciais

Gráfico 1: Efeitos de interacção entre o sexo e o grupo etário na variável Internalização de um ideal atlético

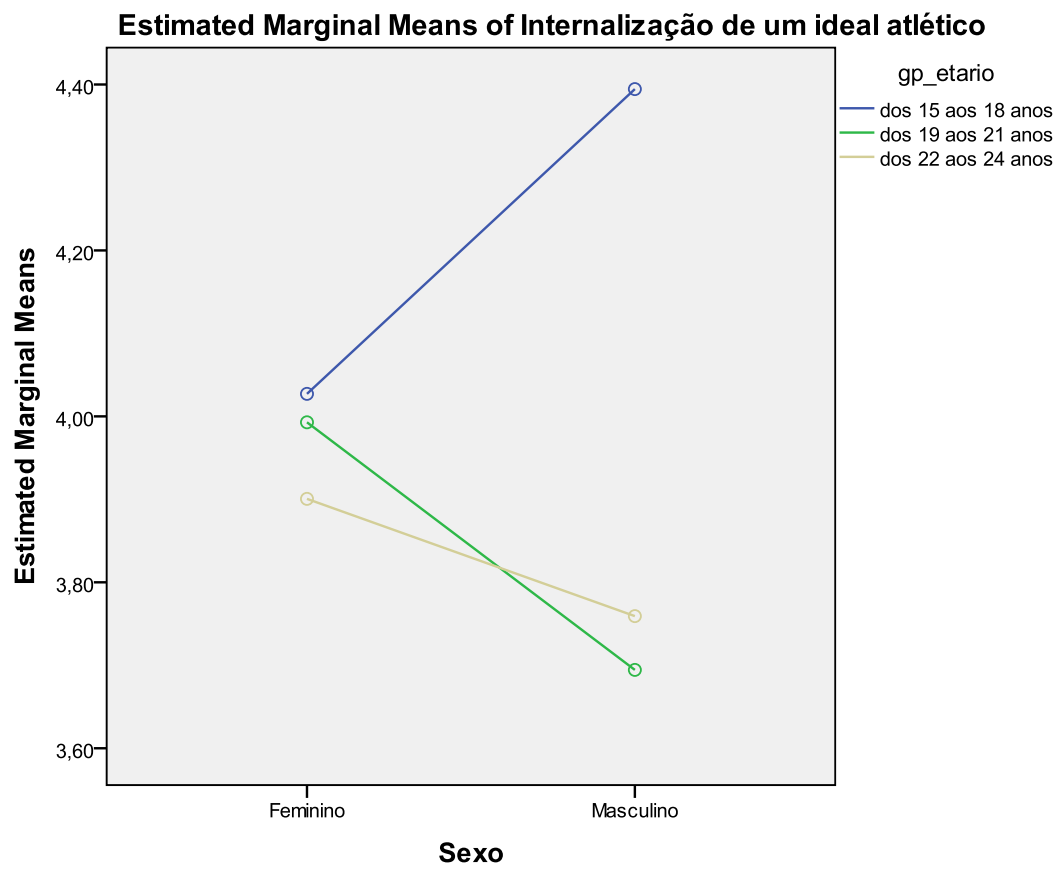


Gráfico 2: Efeitos de interacção entre o sexo e o grupo etário na variável Informação ou Pressão dos media para um determinado ideal de beleza física

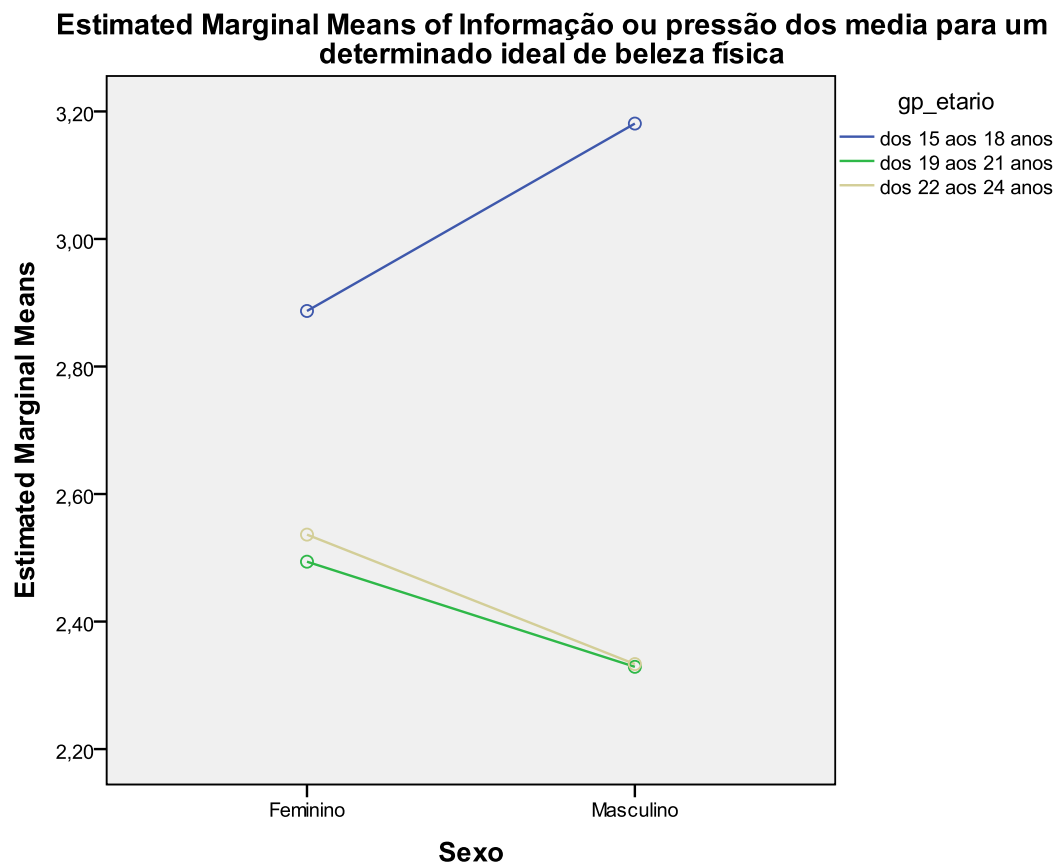


Gráfico 3: Efeitos de interacção entre o sexo e grupo etário na variável Internalização geral de um estereótipo de beleza física

Estimated Marginal Means of Internalização geral de um estereótipo de beleza física

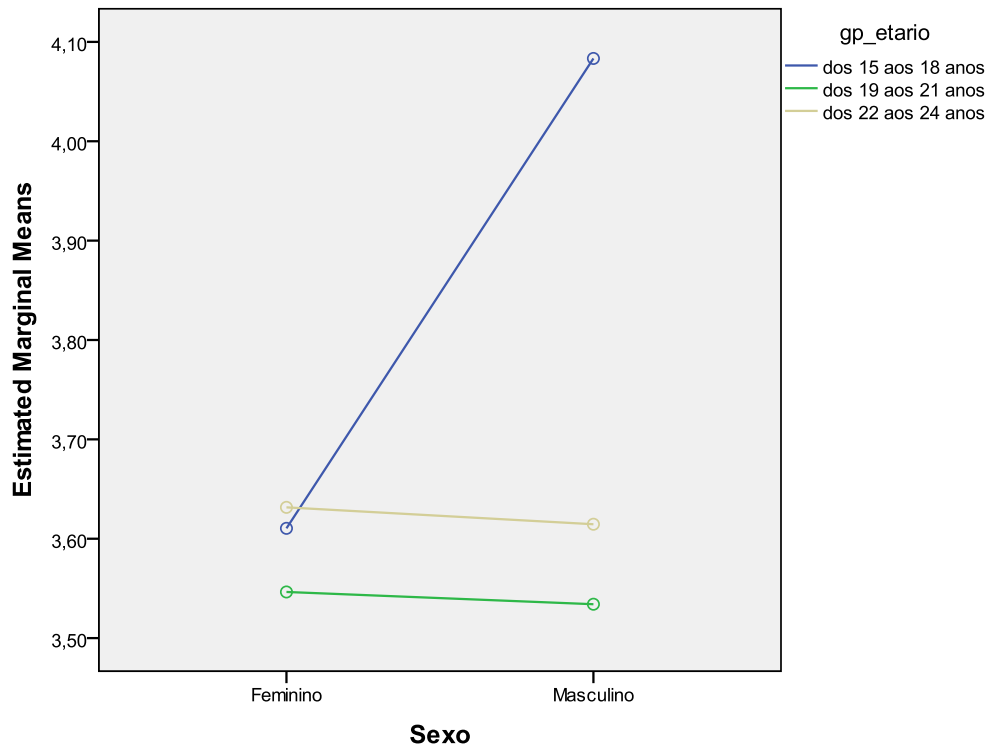
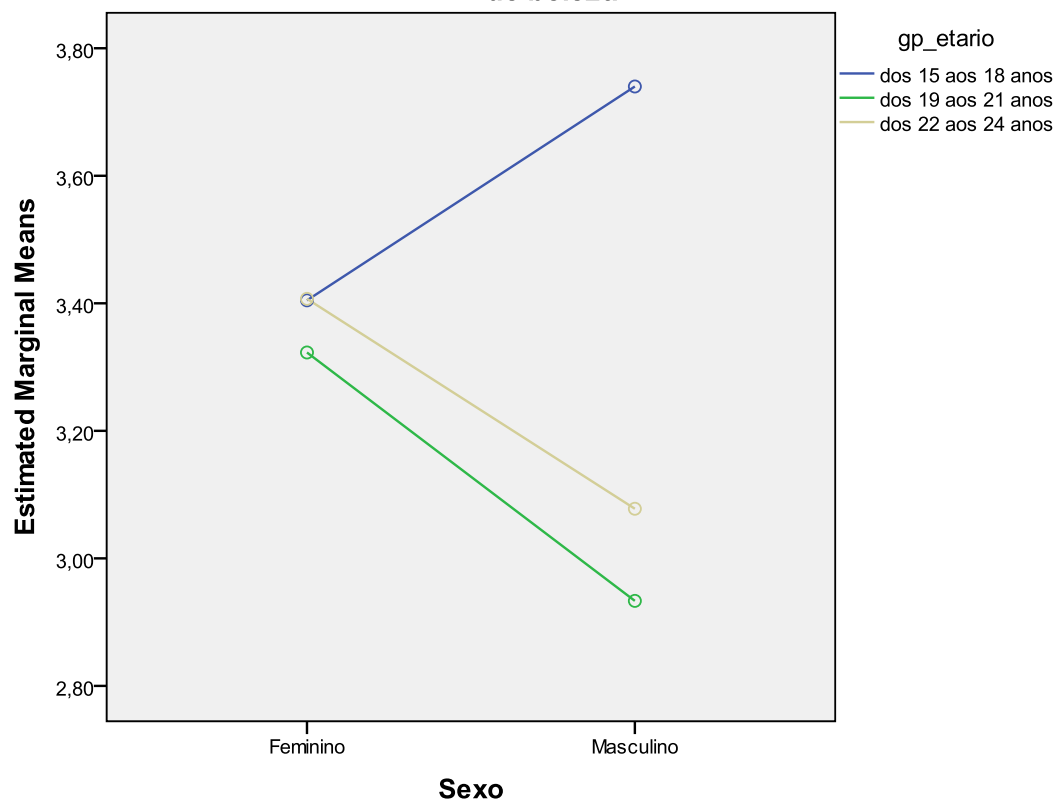


Gráfico 4: Efeitos de interacção entre o sexo e o grupo etário na variável Pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza

Estimated Marginal Means of Pressão da sociedade para um determinado ideal de beleza



Anexo 7: Análise correlacional

Tabela 1: Correlações Momento Produto entre as variáveis exploradas no estudo

[illegible]

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

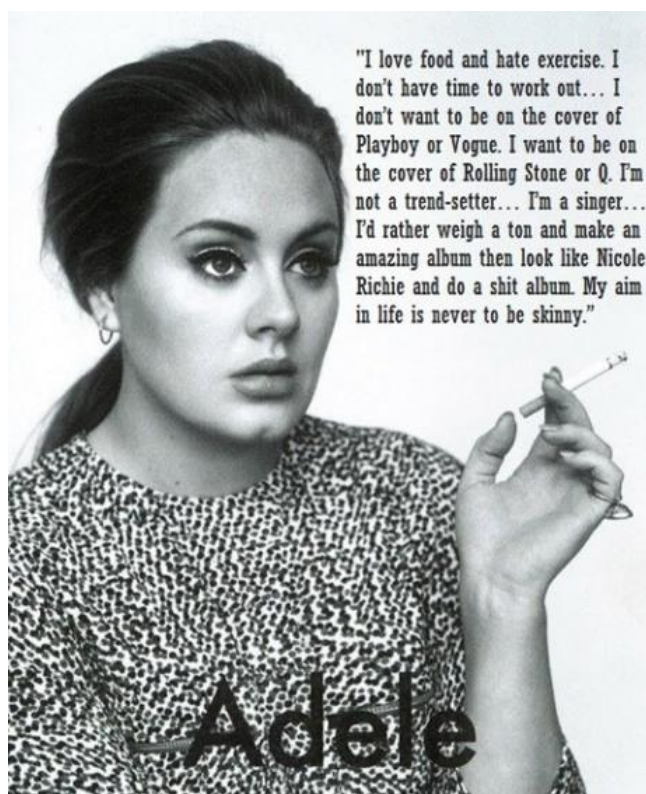
[†]. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Anexo 8

Figura 1: Campanha “Beleza Real” (Dove)



Figura 2: Adele

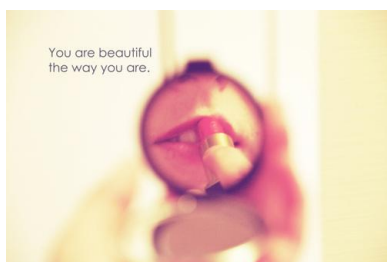


Anexo 9: Imagens divulgadas nas redes sociais que tentam contrariar os ideais de beleza socialmente valorizados

**BEAUTY
IS NOT DEFINED BY
THE SIZE OF YOUR JEANS**



**IT'S NO LONGER
ABOUT "SKINNY".
NOW IT'S
ABOUT "HEALTHY".**



Be your own kind of
beautiful.

@alipe.tambor