

THE *BARBIE EFFECT* : EFEITOS NEGATIVOS QUE A MÍDIA SOCIAL CAUSA NA IMAGEM CORPORAL E NA AUTOESTIMA DE ADOLESCENTES DO ENSINO MÉDIO

Vitória Gabrielly Gouveia Neckel, Maria Eduarda Lopes Coelho da Silva, Julia Ilana Moto, Lucio Rodrigues Neto, Luan Tatsuhiko Soejima

Colégio Status – Campo Grande - MS

eckelvitoria@gmail.com, lopesanaregina@gmail.com, julianamoto20162005@gmail.com

Resumo

O principal objetivo deste trabalho é apresentar, discutir e criticar o efeito da imaginação corporal negativa causada pelas mídias sociais e quanto elas afetam a autoestima de adolescentes do sexo feminino do Ensino Médio (14 a 16 anos). Isso será conseguido em parte explicando a história das mulheres e a mudança de suas aparências e a construção social da estética feminina. As fortes influências negativas causadas pelas mídias sociais, pela indústria da moda e pelo mercado de brinquedos podem ter criado efeitos devastadores na imagem corporal e na autoestima de adolescentes do sexo feminino. Em comparação com estas versões perfeitas e irreais da beleza por trás do corpo perfeito. Também explicando como isso pode levar a efeitos mentais e físicos.

Palavras-chave: Autoestima, Mídia Social, Barbie.

Introdução

Barbie é um ícone cultural da beleza feminina que fornece um "modelo aspiracional" para as meninas. No entanto, Barbie é excepcionalmente magra que seu peso e proporções corporais não são apenas inatingíveis, mas também insalubres. A beleza feminina ideal que ela encarna tem sido associada com a prevalência extraordinária da imagem corporal negativa e de padrões alimentares pouco saudáveis entre as meninas e mulheres (Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999). Ela é um exemplo de como as mídias sociais têm conseguido que as mulheres acreditem que só terão espaços na sociedade se forem bonitas e perfeitas, sendo influenciadas pelas mídias sociais.

Na história, as mulheres passaram por diferentes tipos de extremidades relativo à ideia de perfeição em sua aparência corporal. Esse é o principal problema para meninas no que se refere ao desenvolvimento de transtornos alimentares, crises de autoestima e riscos de suicídio. As mulheres foram a grandes extremos para tentar obter esses visuais inatingíveis, seja pelas dietas incertas, exercícios exaustivos sem orientação, ou até mesmo pelas cirurgias plásticas; o que pode causar complicações e riscos à saúde física e mental.

O principal objetivo deste trabalho é apresentar, discutir e criticar o efeito da imaginação corporal negativa causada pelas mídias sociais e quanto elas afetam a

autoestima de adolescentes do sexo feminino do Ensino Médio (14 a 16 anos).

Metodologia

Nesse estudo participaram 50 mulheres adolescentes com idades compreendidas entre os 14 e 16 anos. Na amostra houve uma diferença consoante às características em termos de escolaridade, idade, cultura e etnia. Foram aplicados questionários semiestruturados em adolescentes de uma Escola particular de Campo Grande -MS. Foi feita a análise de conteúdo de documentários e filmes na construção dos ideários de modelos femininos, tais como "Criança a alma do Negócio", "Bully", "Beleza Americana", entre outros. Foram feitas pesquisas tanto com modelos de bonecas femininas com aspectos de obesidade, quanto com Barbies magras; havendo, também, coleta de depoimentos das entrevistadas. Foi feita a análise documental, bibliográfica e de estatística simples.

Resultados e Discussão

Após o recolhimento e a síntese dos dados dos questionários, obteve-se uma insatisfação por parte das jovens frente ao seu próprio corpo.

Gráfico 1. Nível de autoestima relatado no questionário.



Fonte: Neto, 2018.

No primeiro gráfico, é possível observar que mais de 40% das entrevistadas relataram possuir baixa autoestima. Nota-se, também, que tal índice relaciona-se com o modo de como a identidade feminina é construída socialmente. O que se relaciona com a biografia de Hatcher, 2009, onde é exposta a influência midiática referente a padrões corporais e emocionais no universo feminino,

deixando-as em um ambiente em que a busca por um corpo “socialmente aceito” se torna comum; causando problemas psicossociais.

De acordo com Greenberg, 2003, os *arquétipos* familiares, ou seja, modelos e formas educacionais na formação da identidade entre pais e filhos, são facilmente vulneráveis aos diferentes meios que um jovem está inserido, podendo aumentar a rejeição pelo seu próprio corpo, diminuindo sua autoestima. Greenberg afirma que tal contexto é agravado na esfera feminina, onde a pressão social é maior.

Gráfico 2. Porcentagem de jovens que gostariam de mudar algo em si mesmo.



Fonte: Neto, 2018.

No segundo gráfico é possível notar a prevalência de jovens que afirmaram desejar alguma mudança em seus corpos, o que pode se relacionar com o relato de baixa autoestima.

Atualmente, muitos jovens, em busca fazer parte de um grupo e serem aceitos, têm o desejo de fazer modificações em seu corpo de maneira prejudicial (Hayton, 2004). A adolescência é uma fase complicada, pela transição da infância para a fase adulta, o que faz com que os jovens sofram com as mudanças corporais e psíquicas (Pesqueiro, 2008).

Segundo Farina, 2018, um fator que influencia na procura por cirurgias plásticas é a mídia. Existe hoje que se chama de ditadura da beleza. Isso gera nos jovens o desejo de ter um corpo mais bonito, um corpo perfeito e é aí que surge a ideia de se recorrer à cirurgia plástica. Simetria e proporção são conceitos constantemente debatidos no que tange a harmonia de um avanço estético corporal. No entanto, para tais fatos serem alcançados, George Simell aponta que o racionalismo é enfraquecido e o indivíduo passa por um sentimento de inferioridade, recorrendo, assim, a métodos instáveis na busca de um corpo harmônico e padronizado. O autor aponta que essas ações, quando incontroladas, trazem efeitos desastrosos tanto hormonais, quanto emocionais.

Ao relacionar a relação da baixa autoestima com o desejo de mudança corporal, pode-se citar Carlos Drummond de Andrade no poema “As contradições do corpo”, onde é tematizado o confronto entre aparência e essência; o interior e o exterior (Floriani *et al*, 2012).

Considerações Finais

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise dos efeitos negativos causados pelas mídias sociais frente a padrões estéticos corporais de jovens. O questionário aplicado às adolescentes de 14 a 16 anos obtiveram resultados significativos, proporcionando um estudo de como a construção social pode influenciar em fatores emocionais femininos.

Agradecimentos

A todos os professores que nos transmitiram ensinamentos e conhecimentos essenciais; especialmente aos nossos pais que contribuíram e se dispuseram durante todo o procedimento da pesquisa.

Referências

- Fleming, M. (2003). O risco de não correr risco nenhum: Impasses do desenvolvimento psicológico adolescente. *Revista Portuguesa de Psicanálise*, 24, 97-105.
- Floriani, F. M., Marcante, M. D. S. e Braggio, L. A. Auto-estima e auto-imagem: a relação com a estética. *Revista de Santa Catarina*. 2012.
- Fraley, R. C., & Shaver, P. R. (2000). Adult romantic attachment: Theoretical developments, emerging controversies, and unanswered questions. *Review of General Psychology*, 4, 132-154.
- Hayton, A. R. (1994). Social marketing: Its definition and domain. *Journal of Public Policy & Marketing*, 13, 108-114.
- Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. (1995). Development and validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (SATAQ). *International Journal of Eating Disorders*, 17, 81-89.
- Pesqueiro, L. M., DuPen, J., & Berel, S. (1998). A media literacy program for high school females. *Eating Disorders: The Journal of Treatment and Prevention*, 6, 119-131.
- Simmel, G. *Estética e Sociologia*. SocioTerapia. 2015.