

**Corpus construído: juventude, fotografia e homogeneização corporal  
na sociedade contemporânea**

**Corpus built: youth, photography and body homogenization  
in contemporary society**

Luiz Antonio FELICIANO<sup>1</sup>  
Marcus Augusto Santos SILVA<sup>2</sup>  
Priscila Kalinke da SILVA<sup>3</sup>

**Resumo**

Este trabalho lança um olhar sobre a homogeneização corporal da sociedade contemporânea e o papel das imagens, sobretudo a fotografia, na construção desses modelos e, ainda, os motivos pelos quais a juventude tem se apropriado da tecnologia imagética para delinear (ou contrapor) os padrões aos quais ela se insere. Com isso, aborda, também, como são utilizadas as novas tecnologias para inserção de discursos engendrados no seio da sociedade. Os sujeitos/colaboradores da pesquisa são meninas do nono ano, do ensino fundamental em um colégio na cidade de Resende-RJ. Foi aplicado um formulário de pesquisa com 21 alunas e, em outro momento, realizou-se entrevista com 06 delas. Debruçar-se sobre suas falas permitiram problematizações na relação juventude, corpo e fotografia. As análises não esgotam todas as possibilidades, mas apontam horizontes passíveis de serem alcançados.

**Palavras-chave:** Juventude. Corpo. Fotografia. Mídia. Novas tecnologias.

**Abstract**

This research casts a look at the body homogenization of contemporary society and the role of images, especially photography, in the construction of these models and also the reasons why youth has appropriated of the imagery technology to outline (or oppose) standards to which it belongs. With this, it also addresses how we use new technologies for insertion of engendered discourses in society. The subjects/research collaborators are girl students of the ninth year of elementary school in a school in the city of Resende-RJ. A survey form was applied to 21 students and, at another time, there was an interview with 06 of them. Going over their speech allowed problematizations of the relation between youth, body and photography. The analyzes do not exhaust all the possibilities, but point horizons that can be achieved.

**Keywords:** Youth, body. Photography. Media. New technologies.

---

<sup>1</sup> Doutor em Educação pela FE-Unicamp. Professor da UEMG-Frutal. E-mail: luizliu@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Mestre em Linguística pela UNITAU. Professor do UNIFATEA. E-mail: marcus.augusto@aedb.br

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora da UEMG-Frutal. E-mail: prikalinke@yahoo.com.br

## Introdução

Nos dias atuais, o culto ao corpo torna-se cada vez mais frequente (RIBEIRO; OLIVEIRA, 2011) e, de modo imensurável, nas juventudes, uma verdadeira obsessão. As revistas têm apresentado, nas últimas décadas, de maneira mais insistente, reportagens de dietas e remédios que dizem fazer milagres. Além de fotos com mulheres magérrimas, ditas perfeitas, e de tratamentos rejuvenescedores, ela apresenta, ainda, uma cartela de cremes que dizem ser miraculosos. Com isso, o corpo, na sociedade moderna, vem se tornando, constantemente, foco de modificações.

A mídia e a indústria da moda, frequentemente, vêm impondo, mais e mais, o estereótipo da magreza. Quase um mantra a ser repetido por todos os fiéis seguidores da “igreja do divino corpo perfeito”. Os jovens são os que mais procuram serem adeptos dessa veneração corporal. Mas o que pode ser considerado um corpo perfeito, na atualidade? Quais os parâmetros que definem o tipo de corpo que se enquadra no protótipo apresentado pelo mercado e pela mídia? Olhar a construção cultural das sociedades possibilita uma compreensão das padronizações, impostas a elas, no jeito de vestir-se, de falar, de andar (MAUSS, 2003). São regras que procuram homogeneizar os sujeitos de determinada sociedade. Os jovens, pela sua vulnerabilidade, estão, cada vez mais cedo, aderindo às cirurgias plásticas, para modelarem seus corpos e corrigirem suas “imperfeições” (ELY, 2013).

Na visualidade que se centra a sociedade contemporânea, a tecnologia tem contribuído para reforçar o discurso do corpo perfeito. A fotografia, numa bisturização metafórica, possibilita oferecer uma imagem, com todos os ajustes que o *photoshop*<sup>4</sup> permite, que deixa perfeito qualquer imperfeição que o corpo-matéria possa ter. Nariz, seios, barriga, celulite, estrias, nada fica impune nas paletas (mágicas) gráficas desse software. Cuida-se do corpo-imagem ao invés do corpo-matéria. Novos sujeitos, com seus corpos modelados e suas imagens perfeitas. No discurso mercadológico, ela se apresenta como um produto disposto a produzir as imagens dos sujeitos e seus corpos perfeitos.

---

<sup>4</sup> Software gráfico para edição de imagens. Um breve histórico desse software pode ser encontrado em: <http://www.tecmundo.com.br/photoshop/37907-a-historia-do-photoshop-o-editor-de-imagens-mais-usado-no-mundo.htm> acesso em 17 dez. 2020.

Esse trabalho procurou problematizar a temática do corpo, a partir das jovens do nono ano, do ensino fundamental, em um colégio particular, em Resende, Estado do Rio de Janeiro. A aplicação de um formulário junto às alunas, do nono ano, do colégio, possibilitou mapear as informações necessárias a serem aprofundadas em uma conversa com algumas voluntárias. A entrevista aberta com seis jovens foi essencial para as discussões em torno das subjetividades que se constroem na contemporaneidade. Espera-se, com esse trabalho, contribuir com problematizações mais consistentes sobre a juventude e as subjetivações que as tecnologias lhes têm permitido na convivência social.

### **Alguns entornos teóricos**

A enxurrada de imagens a que está fadada toda a sociedade, a cada instante, não abre espaço para questionamentos. Ausente de tais interrogatórios – e a imagem, paradoxalmente, oferece isso –, o senso comum vai se moldando sem se preocupar com os riscos (SAMAIN: s/d.) que a fotografia admite (e se permite). Deparamos, hoje, com uma diversidade de próteses capazes de produzir imagens. Estáticas ou em movimento, elas (as imagens) aparecem a todo instante nos submergindo ou nos deixando como “naus à deriva”. Segundo Tânia Hoff (2004), “a proliferação e a divulgação de imagens pela mídia constituem um aspecto a ser considerado na possível criação de um novo paradigma visual”. Pode-se conferir isso nos sacrifícios cometidos pelas adolescentes para se conseguir um corpo que atenda as medidas das agências de modelo. Afinado a esse padrão, os discursos da medicina apresentam a obesidade como sinônima de patologia (FILIPPSEN; DICHI; DICHI, 1999).

Em contrapartida à flagelação das academias, dos *spas* e dos bisturis, os *softwares* oferecem uma possibilidade menos dolorida e de igual eficácia. Os aparatos tecnológicos, disponíveis na versão domiciliar, possibilitam um novo corpo, apenas com alguns cliques. Novas medidas, novas formas, novos sujeitos. Modelos efêmeros, padrões efêmeros, como tudo na pós-modernidade (DELEUZE, 1992). Essas reconfigurações de corpos e de linguagens têm possibilitado diferentes formas de subjetividades. Por esse viés, como pensar os sujeitos que a contemporaneidade tem dado “forma”? Um diálogo com alguns autores pode ser o caminho mais propício para substanciais problematizações.

Segundo a concepção bakhtiniana, sujeito é aquele que apreende um sentido de uma realidade dada. Uma apreensão perceptível que nasce das impressões intuitivas e, por um processo inteligível, é transformada numa unidade de conteúdo, num conceito. Porém, vale ressaltar que esse processo de apreensão e conceituação se dá em determinado contexto histórico-social, fator que privilegia o valor que o agir concreto do sujeito confere a essa realidade. Como diz Sobral,

[...] a experiência no mundo humano é sempre mediada pelo agir situado e avaliativo do sujeito, que lhe confere sentido a partir do mundo dado, o mundo como materialidade concreta. Como o mostra a obra de Bakhtin, não se trata porém de propor a relatividade dos valores, mas, pelo contrário, o fato de que o valor é sempre valor para sujeitos, entre sujeitos, numa dada situação. (2005, p. 22).

Essa concepção de sujeito ativo e relacional, de Bakhtin, permite pensar um *eu para-si*, por ser uma identidade subjetiva, e um *eu para-o-outro*, pela sua inserção num plano de resposta e responsabilidade para com o Outro. E neste movimento entre outros *eus* é que me afirmo enquanto sujeito e contribuo com a afirmação do Outro enquanto sujeito.

Numa outra vertente, mas com um sentido semelhante, Deleuze e Guattari apontam para um sujeito composto por três estratos que o amarram: “o organismo, a significância e a subjetivação. A superfície de organismo, o ângulo de significância e de interpretação, o ponto de subjetivação ou de sujeição”. (DELEUZE; GUATTARI 1996, p. 22). Nesse ponto, ao afetar e ser afetado, é que o sujeito se encontra em constante construção. Mas é também um corpo/sujeito que se sujeita aos enunciados do poder, às palavras de ordem. Por esse viés, Foucault (1979) corrobora, quando apresenta o sujeito como produto do poder, o que mostra que os indivíduos se constroem na tensão entre ele próprio e seus pares e a sujeição ao poder. Na sociedade de controle esse poder tem outras formas de agir, diferentes das ações ocorridas nas sociedades disciplinares. Sibilia apresenta uma discussão importante nesse sentido quando fala das novas configurações dos sujeitos e dos corpos na sociedade contemporânea: “Assim, entregue às novas cadências da tecnociência, o corpo humano parece ter perdido a sua definição clássica e a sua solidez analógica: inserido na esteira digital ele se torna permeável, projetável, programável” (SIBILIA, 2002, p. 19).

As novas tecnologias trouxeram uma palavra de ordem diferente de outrora. Ao invés dos sujeitos/corpos dóceis e pesados das sociedades disciplinares, a sociedade de

controle oferece sujeito/corpos saudáveis, leves e fluidos ou ainda a sociedade de desempenho (na academia, por exemplo) (HAN, 2017). Um imperativo da perfeição e da qualidade de vida oferecido pelo mercado e reforçado pelos apelos midiáticos.

Num mundo globalizado, em que a internet possibilita um ambiente interativo, as transformações culturais ganham uma aceleração ainda mais rápida. Diferente das mídias convencionais, o universo *online*, sobretudo a partir da Web 2.0, deu oportunidade aos indivíduos de produzirem seus próprios conteúdos. Essa dinâmica social oferece diversas formas de relacionamento humano e as novas gerações já se debruçam em diferentes linguagens. Como propõe Solange Jobim (1998, p. 21. Grifos da autora.): “É *na* linguagem, e *por meio* dela, que construímos a leitura da vida e da nossa própria história”. Nesse sentido, os trejeitos *internéticos*, que para outras gerações, não carregam significados algum, são as maneiras peculiares de inter-relacionamentos nas diversas “tribos”.

Os olhares lançados sobre o mundo, através da fotografia vêm carregados desses discursos indiretos. Nesse sentido, podemos ir além da superficialidade a que todos estamos sujeitos, quando nos deparamos com uma imagem, pois, se ela traz discursos, então entramos no campo do signo. E a fotografia, assim como todas as outras formas de signos, é uma composição ideológica. Se acreditamos no signo como uma concentração de experiências, e, portanto, um composto ideológico, a fotografia se insere, da mesma maneira, como um espaço que agrupa as ideologias de quem as produz. No entanto, uma experiência carregada das outras experiências que ajudaram o fotógrafo a se constituir enquanto sujeito. Por conseguinte, segundo Arlindo Machado (1984), a fotografia, mais que reflexo da realidade representada, é uma refração dessa mesma realidade.

A fotografia cumpre esse papel de oferecer uma realidade recriada pelo fotógrafo, pois é, em si, apenas um instrumento a serviço daquele que a usa. A realidade que ela apresenta não é idêntica à que (re)presenta, dadas todas as escolhas pertinentes ao fotógrafo no momento do clique. Cada ato fotográfico, por mais involuntário que seja, é único e carregado de um sentido *próprio*, porém, composto pelos diversos discursos que atravessam o autor e ajudaram-no a construir-se enquanto sujeito. Como esse olhar representativo de determinada realidade vem “carregado” de intersubjetividades, o ato fotográfico, bem como o produto gerado por ele, serve de

subsídio para entender o processo de subjetivação contemporâneo e as relações sociais dos sujeitos.

### **Desenvolvimento: o “campo” em alguns movimentos**

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2009, com mais de 100.000 estudantes entre 13 e 15 anos, em 05 regiões do Brasil, apontou que 65% das meninas não estavam satisfeitas com o corpo e, por isso, tinham alguma atitude para ganhar, manter ou perder peso. Desse total, 33,3% das meninas se preocupavam mais com a perda do peso. Concomitante a essas informações, foi feito uma busca informal de dados, através de observação, em bancas de revistas, da cidade de Resende-RJ. Constatou-se que há uma quantidade enorme de revistas que abordam os cuidados com o corpo e a padronização das “medidas certas”. Em meio a essas publicações, verificou-se que seis delas, de periodicidade mensal, estão direcionadas para o público jovem – Atrevidinha, Atrevida, Capricho, Super Pop, Toda Teen, Teen Vogue. Essas informações deram mais ânimo à pesquisa.

A partir desse levantamento, foi elaborado um questionário, com nove questões, com perguntas específicas do tema, com respostas abertas e fechadas, para um mapeamento dos hábitos juvenis femininos. Esse formulário foi destinado às alunas entre 14 a 16 anos, do oitavo e nono ano do ensino fundamental, em um colégio em Resende. Ao todo, 21 meninas responderam ao questionário proposto.

### **Um olhar quantitativo sobre o formulário de pesquisa**

Percebe-se, num primeiro olhar, que a grande maioria das jovens sofre, em alguma medida, uma interferência da mídia. Elas procuram saber mais sobre moda e comportamento. Há uma preocupação em saber quais as dicas da revista em como se vestir. Nas respostas, pode ser computado que 61% das alunas assinalaram que o assunto mais procurado em revistas é sobre moda. O que também chamou atenção na pesquisa foi que 55% responderam que, às vezes, se sente influenciada pelas tendências que as revistas apresentam. Outro ponto a ser considerado é que um percentual grande, 85%, das colaboradoras leem livros. Não foi levantado o tipo de leitura mais escolhido. Porém, é um dado significativo, tendo em vista que o discurso, atualmente, é de que os

jovens não leem. Na questão apresentada, a colaboradora podia escolher mais de uma alternativa e as revistas foram a segunda escolha com 57%. De certa maneira, essa informação desqualifica o senso comum adultocêntrico de que essa é uma geração perdida. Em relação às revistas, 20% fazem uma leitura diária, 28% semanalmente e 52% mensalmente. Nessas leituras, a Revista Capricho tem a preferência de 90% das colaboradoras, 61% para a Revista Atrevida, 42% para a Teen Vogue, 33% Todateen e 9% Super Pop. Os assuntos mais vistos já foram citados acima. Quando perguntado se as colaboradoras conversam com as amigas sobre os assuntos da revista, 57% responderam que sim e 43% disseram que não conversam sobre os assuntos. Algumas colaboradoras, 32%, assinalaram que não se sentem influenciadas pelo que leem nas revistas; outras, 55%, apontaram que, às vezes, sofrem essa influência; e uma pequena parcela, 14%, afirmaram ser influenciadas, sim, pelas revistas. Todas as informações levantadas foram relevantes. Porém, apurar que 95% das jovens olham as fotografias das revistas e que 47% delas, às vezes, reproduzem as poses das fotografias, foi um dado importante para a nossa pesquisa.

O cruzamento de alguns dados oferece alguns apontamentos que contribuíram diretamente com investigação que o projeto se propôs. A porcentagem de alunas que procuram, nas revistas, informações sobre moda e, ainda, sente-se influenciada pelas publicações dá um parâmetro das tendências e das escolhas que a jovens fazem. Há que se reconhecer que o universo pesquisado é restrito, entretanto, essas informações dão margem para algumas problematizações sobre as juventudes e desenvolvimento de novas hipóteses, enquanto pesquisa exploratória. Outro dado interessante que, quando cruzado, ajuda a problematizar o nosso objeto de pesquisa é a quantidade de colaboradoras que olham as fotografias das revistas e que, quase a metade delas, às vezes, reproduz as poses em suas fotografias. Isso tem forte relevância, pois aponta para a necessidade de deixar o corpo semelhante ao das modelos que frequentemente estampam as páginas das revistas.

### **Um olhar sobre o caminho: percursos para as entrevistas**

Toda busca de dados primários através do emprego de um formulário, constrói, mediante informações, um mapa sobre a temática inquirida. Esse mapeamento facilita traçar outras rotas, mais seguras, sobre um território ainda pouco explorado. Com isso,

após a coleta de informações juntos às alunas do colégio, uma pesquisa qualitativa foi desenvolvida, a partir da concepção de Alves e Aquino (2012). Valer-se da pesquisa qualitativa é dar um mergulho mais profundo no fenômeno social fotografado. Nesse sentido, a escolha, aleatória de seis jovens, do mesmo grupo, para um aprofundamento maior na temática proposta, foi um passo significativo para aclarar um pouco mais a problematização das subjetividades juvenis contemporâneas e as suas relações com corpo e com a mídia. Dar voz (ou, melhor dizendo, escutar) as suas inquietudes e seus modos de ver o mundo que as circunda é o meio mais factível para compreender os diversos modos de ser jovem.

As entrevistas partiram de um questionário estruturado (GIL, 2008; LAKATOS & MARCONI, 2003; BONI & QUARESMA, 2005), com perguntas pré-definidas. A liberdade na condução e no direcionamento do diálogo – que já se apresenta, segundo Bakhtin, como uma ideologia dominante<sup>5</sup> – entre entrevistado e entrevistador limitou-se em seguir o rol das perguntas e deixar que as respostas fluíssem com maior naturalidade. Foram elencadas nove questões que procuraram, de certa maneira, abordar a temática do corpo sobre o olhar das entrevistadas e, ainda, a influência da mídia na transformação dos padrões culturais e a representação existente nas suas produções visuais, mais precisamente a fotografia. Trabalhar as mesmas perguntas, com as jovens, possibilitou comparar um conjunto de respostas diferentes. Isso, como diz Lodi (1974), é “que as diferenças devem refletir diferenças entre os respondentes e não diferenças nas perguntas” (apud LAKATOS & MARCONI, 2003).

### **Um olhar sobre as entrevistas: algumas problematizações**

Debruçar-se sobre as entrevistas é sempre um exercício hercúleo, pois a cada leitura novas inferências surgem para recompor, a todo instante, nosso modo de pensar. O exercício intelectual tem esse “que” de inacabamento. Conhecer o Outro, enquanto fenômeno social, caracteriza-se por essa certeza de uma constante construção, dado o processo que é sempre dinâmico. As jovens que colaboraram com essa pesquisa

---

<sup>5</sup> Uma distinção importante que se deve fazer é entre diálogo e dialogia – o diálogo pode ser a forma disfarçada da monologia na ideologia dominante a serviço da reprodução da identidade e de sua razão. O diálogo formal, falso como afirma o autor (Bakhtin), é o lugar onde se encontram e se chocam as reivindicações homologadas que mais servem para legitimar uma diferença. (NOGUEIRA, 2009 p. 18. **Grifo nosso.**)

permitiram isso. Suas respostas deram a oportunidade de pensar as subjetividades contemporâneas, as relações com o corpo e com a mídia, os modos de ver e de ser vistos da sociedade pós-moderna.

Os dados levantados foram lidos, cruzados e relacionados. Construíram-se, assim, alguns tópicos para direcionar possíveis discussões. O que é apresentado não esgota toda potencialidade que a temática germina. Porém, as falas, concomitantes aos silêncios e, igualmente, às “entrelinhas”, se caracterizam como terreno fértil para um florescer intelectual. Contudo, toda exploração requer cuidados para que as inferências não se apresentem como verdades absolutas, pois “a verdade de algo é sempre provisória na lógica dialética” (NOGUEIRA, 2009, p.16).

Nesse passeio pelas entrevistas identificou-se que várias entrevistadas não gostam do corpo que têm e acreditam que poderiam estar melhor. Verificou-se, também, a influência da mídia no imaginário coletivo, para a padronização das medidas corporais. Isso fica claro na fala da entrevistada 01.

Eu acho que poderia estar melhor, mas eu só não estou por culpa minha mesmo. Mas não, eu não me sinto feliz com meu corpo porque eu não acho muito legal o corpo que tenho. O estereótipo da sociedade é sempre a menina magra, mas nem é por causa disso, eu simplesmente não gosto do meu corpo, tenho certeza que poderia estar melhor. (Entrevistada 01).

Não dá para assumir uma posição de que não gosta do corpo por não se enquadrar nos padrões ditados pela mídia e pelo mercado. O que se gosta ou deixa de gostar é sempre uma construção cultural e sofre transformações históricas e sociais.

[...] a beleza representa uma construção histórica do humano, e por isso, sua associação a determinadas características de classe, idade ou raça é um tema que acompanha ao longo dos tempos, a construção de nossa sensibilidade, que se altera de acordo com a cultura vigente. (GOMES, 2002 apud. MIRANDA, 2011, p. 03).

Nas entrelinhas, fica latente que o não gostar do corpo que se tem é algo que foi aprendido com os vários discursos da beleza que incidem sobre as juventudes. Isso se reforça com as respostas de outras entrevistadas que gostam do corpo que têm por se enquadrarem no padrão proposto pela mídia e pelo mercado. Se o corpo tem as medidas propostas pelos discursos mercadológicos, inseridos, redundantemente, na mídia, é mais fácil aceitá-lo e deixar visível esse gosto.

Para a entrevistada 01, um “corpo perfeito é estar bem”. Porém, ela, juntamente com várias outras entrevistadas, acredita que o corpo perfeito é o biótipo apresentado pelos modelos, pelas cantoras de axé, pelas pessoas que estão em evidência na mídia. Foi quase unânime o aparecimento da modelo Gisele Bündchen e da atriz Bruna Marquesine como exemplos de corpos padronizados a serem seguidos. Algumas jovens mencionaram que fariam lipoaspiração, outras apenas por recomendação médica, pelo perigo que a intervenção cirúrgica oferece. Nas entrevistas, enfatizou-se a opção das jovens em fazer dietas, aliadas a uma boa alimentação, como procedimento mais saudável para manter o corpo magro, nos parâmetros estéticos que vigoram na sociedade. Contudo, não foram citadas práticas esportivas como um caminho sadio na busca de uma perfeição corpórea. Vale dizer, ainda, que foi mencionado também, o desejo de algumas entrevistadas na colocação de silicone principalmente nos seios.

“Eu colocaria silicone porque tenho pouco peito, então eu não pensaria duas vezes antes de fazer. Certeza que eu botaria”.  
(Entrevistada 05)

“Eu faria lipoaspiração e colocaria prótese de silicone. Porque tenho pouco peito e muita, muita barriga”. (Entrevistada 04)

Nas falas das entrevistadas, constata-se a disposição em deixar o corpo tipificado, de maneira que não fuja ao protótipo mercadológico da magreza, mesmo que as armas necessárias para tal feito se esbarrem em cirurgias, abstinências, jejuns e outros sacrifícios, quase sagrados. Um verdadeiro culto à beleza corporal que vicia e obriga uma busca constante e ininterrupta. Tem sempre algo a ser melhorado, como um novo degrau da longa estrada para a perfeição (DANTAS, 2011).

Interessante verificar que foi mencionado que as pessoas gordas são aceitas também, mas por outros atributos diferentes das questões relacionadas aos padrões de beleza. Isso gera uma diferenciação entre a interação por causa do corpo, por um lado, e, de outro, pelo que a pessoa é. Há uma variação, segundo Lahire (2006), interindivíduos e intraindivíduos que deve ser olhada pelo pesquisador. Nesse contexto, a própria relação de amizade pode interferir no comentário sobre determinado assunto. O discurso de que o gordo é aceito, mas por outros atributos dá a entender certa afinidade com alguém do grupo que se enquadra nesse perfil.

Uma das questões apresentadas às entrevistadas abordava a influência da mídia e do mercado na formação de um senso comum sobre o “corpo magro” como “padrão de

beleza”. Foi unânime e categórica a afirmação de que não se sentem influenciadas pela mídia.

Influenciada eu não seria, do fato que eles estão falando vai ser o que eu quero, e sim porque a pessoa tem que estar de bem com seu corpo, então assim, eu não sou o tipo de pessoa que se alguém vira para mim e fala assim: “Nossa você é gorda, então você é feia”. Tem muita gente que esta acima do peso e é muito bonita, às vezes muito mais bonita que gente magra. Influencia, é claro que influencia, e isso pode deixar as pessoas tristes, mas eu acho que para mim não influenciaria em nada. (entrevistada 01)

Eu não me sinto influenciada pela mídia, porque não vai ser uma pessoa que vai virar pra mim e falar o que tenho que fazer da minha vida e o que vestir. Cada um muda quando acha que é necessário, não vai ser outra pessoa que vai falar pra você o que você tem que fazer. (Entrevistada 03)

Eu não me sinto influenciada porque eu acho que gente magra, igual esse padrão de beleza, que é ser muito magra, eu não acho bonita, às vezes passa a imagem que a mulher está doente. Então, eu acho muito mais bonito um corpo *fitness* do que magra. (Entrevistada 05)

Essa não influência, a que as entrevistadas se referem, se esbarra em outros pontos levantados por elas mesmas. Várias jovens disseram que não sofrem influência da mídia, mas apontam que a mídia e o mercado influenciam, sim, a sociedade com os seus discursos. De certa maneira, quando se apresenta um padrão corporal mercadológico e midiático, é uma maneira de apontar o domínio estético exercido pelo mercado, e, conseqüentemente, pela mídia, sobre o cotidiano das pessoas. A necessidade de ter um corpo magro para aumentar as possibilidades de roupas, citado pela entrevistada 06, retrata bem a homogeneização das medidas corporais. Dizer que o corpo *fitness* é mais bonito que o corpo magro reitera os ditames de um mercado que se dinamiza pela necessidade, cada vez mais constante, de um fluxo consumista voraz. Similaridade de sorrisos, de cabelos, de corpos na ânsia por ser diferente numa igualdade perene, a “estética do liso” como argumenta Han (2019).

Na fala de uma das entrevistadas, a homogeneização dos corpos causa tristeza nas pessoas que não conseguem padronizar o corpo no modelo oferecido pela mídia e pelo mercado. Para a entrevistada 06, “um corpo perfeito é quando as pessoas se aceitam, mas é muito complicado porque normalmente a pessoa não se aceita porque os outros não aceitam ela”. A fala da jovem reforça o que diz Bakhtin (apud. SOBRAL, 2005) sobre a necessidade do outro na construção do sujeito. As escolhas e as

preferências vão ser sempre pautadas pela opinião do Outro, uma alteridade necessária para se constituir enquanto pessoa em determinado grupo social. Esse *ethos* que produz os sujeitos sociais é, cada vez mais, atravessado pelos discursos recorrentes da mídia corporativa que uniformizam os modos de ser.

Notam-se, pelas falas das entrevistadas, que os *selfies* são os tipos de fotografias mais postados nos sites de mídias sociais. Uma característica comum na produção imagética da representação de si, da juventude contemporânea. Ficou claro, ainda, entre as entrevistadas, que os momentos e os espaços onde são feitas essas fotografias têm uma forte influência na maneira de sua produção. Há um estilo que precisa ser seguido para caracterização do formato, porém a intencionalidade vai interferir diretamente no que deve ser mostrado na imagem. As fotografias de corpo inteiro são evitadas principalmente pelas jovens que não gostam de seus corpos. Por outro lado, as jovens que se sentem fora do círculo mercadológico da beleza dão preferência aos *selfies* padrões, que valorizam mais os rostos.

O que eu mais vejo são fotos de pessoas de corpo todo, porque assim, hoje em dia as pessoas em geral, ainda mais as meninas, elas se valorizam muito. Então quem é realmente magra e gosta do seu corpo, ela posta mesmo mais de corpo, mas obviamente tem muito hoje as *selfies*. (Entrevistada 02).

São muito variadas, porque cada uma tem um estilo de corpo diferente, então varia muito. São mais *selfies*, mas a maioria é de corpo inteiro, pois a maioria das minhas amigas são magras, ao contrário de mim. (Entrevistada 03)

Varia muito da pessoa e do dia que ela está também, porque tem gente que gosta muito de postar *selfie*, mas tem dia que só posta de corpo inteiro, aí depende do dia que a pessoa está, se está de bem com a vida ou não. (Entrevistada 05)

Em alguns casos, as jovens optam, ainda, por não postarem fotos ou, mesmo, diminuem a quantidade de postagens por conta da timidez. De certo modo, isso é uma corroboração da fala de uma das entrevistadas quando diz que as pessoas que não conseguem chegar nesse padrão estético se sentem infelizes. Na sociedade em que nos inserimos, toda forma de infelicidade deve ser escondida. Não há espaço para as tristezas e os infortúnios que a vida nos oferece. Uma felicidade aparente que se esbarra na realidade que se apresenta. As fotografias no *Facebook* e *Instagram* traduzem um pouco dessa palavra de ordem mercadológica da felicidade a todo instante.

## Conclusão

A contemporaneidade possibilitou a intensificação e a variação dos discursos engendrados no seio da própria sociedade. A apropriação e a cooptação desses discursos, pelo mercado e pela mídia, facilitou a homogeneização dos gostos, dos desejos e das vontades. Um processo que se dinamiza e se reforça a todo instante nas múltiplas mensagens midiáticas, sobretudo, às publicitárias. A tecnologia digital e informacional deu suas contribuições para a proliferação e a reprodução dessas homogeneizações.

O presente trabalho procurou olhar para esses discursos homogeneizantes, que padronizam o corpo contemporâneo, e suas reverberações, a partir de um grupo de jovens, do interior do Rio de Janeiro, mais precisamente, na Cidade de Resende. Por intermédio das falas dessas jovens, algumas problematizações puderam ser discutidas. Não à exaustão, pois não compete a uma pesquisa nesse porte, esgotar todas as nuances que um trabalho de campo oferece. Contudo, nesse esforço de dobrar-se sobre alguns pontos que se destacaram, questões contundentes sobre a padronização do corpo foram abordadas. O desejo de corpos magros, sarados, definidos impera numa sociedade obcecada pelo culto à beleza. Nas falas das entrevistadas, esse reflexo se confirma.

A produção visual dessas jovens é marcada pelo modismo que acompanha a prática fotográfica, na atualidade. Com os aparelhos híbridos empunhados, o olhar se atira a um mundo carregado de imagens. Fotografar é palavra de ordem que não encontra, em lugar algum, regras restritivas. Tudo é mostrado para que se garanta a sua existência.

## Referências

ALVES, Edvaldo Carvalho; AQUINO, Mirian Albuquerque. A pesquisa qualitativa: origens, desenvolvimento e utilização nas dissertações do PPGCI/UFPB - 2008 a 2012. In: **Inf. & Soc.:Est.**, João Pessoa, v.22, p. 79-100, Número Especial 2012.

BEZERRA, Paulo. “Polifonia”. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin: conceitos-chaves**. 2 ed. São Paulo: Ed. Contexto, 2005.

DANTAS, Jurema Barros. **Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade**. Disponível

em:<<http://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/8342/6136>>.  
Acesso em: 30 de agosto de 2014.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs** – capitalismo e esquizofrenia, vol. 3. NETO, Aurélio G. et alii, (Trad.). Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs** – capitalismo e esquizofrenia, vol. 2. OLIVEIRA, Ana M.; LEÃO, Lúcia C. (Trad.). Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**, 1972-1990. PELBART, Peter P. (Trad.). Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

ELY, Lara. A procura por cirurgia aumenta entre adolescentes. In. **Zero Hora**/vida:vida e estilo, 2013. <http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/vida/noticia/2013/09/a-procura-por-cirurgia-plastica-dispara-entre-adolescentes-4260514.html> acesso em 07 nov. 2014 as 15H44 min.

FILIPPSEN, Edith Kreische; DICHI, Isaias, DICHI, Jane Bandeira. Prevalência de patologias associadas à obesidade em pacientes atendidos em ambulatório de nutrição. In. **Semina: Ciências Biológicas e da Saúde**. Londrina, v. 18/19, n. 2. p. 63-66, jun. 1999.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. MACHADO, Roberto (Org. e Trad.). Rio de Janeiro: Edições graal, 1979.

HAN, B.C. **Sociedade do Cansaço**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

HAN, B.C. **A Salvador do Belo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

HOFF, Tânia Márcia Cezar Hoff. Publicidade: o corpo modificado. In. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, v. 1, n. 1, p. 52-62, 2004.

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 4 ed. rev. e ampl., São Paulo: Ed. Atlas, 2001.

MACHADO, Arlindo. **A Ilusão Especular. Introdução à Fotografia**. Rio de Janeiro: Ed. Brasiliense, Funarte, 1984.

MAUSS, M. **Ensaio de sociologia**. São Paulo, SP: Perspectiva, 1983.

MIRANDA, Sheila Ferreira. O ‘feio e o belo: reflexões sobre os efeitos de uma ideologia do corpo’. In. **Psicolatina**, 22, 1-8, 2011. <http://psicolatina.org/22/seccion3/belleza.pdf> acesso 21 jan. 2015. As 02H22min.

NOGUEIRA, Luciana. Enunciação: dialogia e dialética. In. **Universitas**, Ano 2, Nº3, Julho/Dezembro 2009. p. 11-26.

Revista Época – edição número: 286 < Beleza Sobre medida > 10 de novembro de 2003

RIBEIRO, Paulo C. P.; OLIVEIRA, Pietro B. R. Culto ao Corpo: beleza ou doença? In. **Adolesc Saude**. 2011; 8(3): 63-69.

SAFATLE, Vladimir Safatle. **Destruição e reconfiguração do corpo na publicidade mundial dos anos 90**. Nov. 2003.

SAMAIN, Etienne. Os riscos do texto e da imagem – Em torno de Balinese Character (1942) de Gregory Bateson e Margaret Mead”. In: Revista **SIGNIFICAÇÃO**, s. L., 14ª edição, s. D., p. 63-88.

SIBILIA, Paula. O corpo velho como uma imagem com falhas: a moral da pele lisa e a censura midiática da velhice. **Comunicação, Mídia e Consumo** / Escola Superior de Propaganda e Marketing. Ano 1, v. 1, n. 1 (maio 2004) – São Paulo: ESPM, 2012

SIBILIA, Paula. A arma de guerra chamada Barbie: A boneca criada em 1958 é pioneira na configuração de um modelo corporal que talvez seja o mais tirânico da história ocidental. In: **Trópico**, São Paulo, Julho-Agosto 2007.

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico**: corpo, subjetividade e tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Ed. Relume Dumará, 2002.

SOARES, Luciano de Sampaio. Do Autorretrato ao Selfie: um breve histórico da fotografia de si mesmo. In. *Tuiuti*: **Ciência e Cultura**, n. 48, p. 179-193, Curitiba, 2014.

SOUZA, Solange J. e. **Infância e linguagem**: Bakhtin, Vygotsky e Benjamin. 10ª ed. São Paulo: Papirus, 2006. 173 p.

**IBGE** < Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística >. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/> >. Acesso em: 30 de agosto de 2014.