

MÍDIA E TRANSTORNOS ALIMENTARES: UMA DISCUSSÃO SOBRE PADRÕES IDENTITÁRIOS NA ADOLESCÊNCIA

Rafaele de Araújo Pinheiro
Departamento de Psicologia - UFRN
Veruscka Xavier Filgueira
Departamento de Psicologia - UFRN
Neuza Cristina dos Santos Perez
Departamento de Psicologia - UFRN

Resumo

Esse trabalho apresenta, a partir de um levantamento bibliográfico, um olhar sobre o fenômeno dos transtornos alimentares entre adolescentes, com ênfase na influência da mídia enquanto componente da formação da identidade nesse período. Compreendendo os fatores de ordem sócio-cultural da etiologia dos transtornos alimentares e ainda a forma como os comportamentos de grupos de jovens são determinados por dinâmicas macroestruturais, se propõe que os veículos midiáticos, em especial aqueles dirigidos ao público adolescente, funcionam como propagadores de ideais estéticos normativos, nem sempre compatíveis com a realidade dos jovens a quem se busca atingir e, fisiologicamente inatingíveis para a maioria deles. Dessa forma, fomenta-se no imaginário coletivo desse segmento uma pressão, externamente construída e imposta, de busca por padrões que são reiterados pelos discursos, práticas cotidianas, e estereótipos desejáveis que se observa entre esses adolescentes. Sendo a adolescência um período em que os parâmetros sociais de comparação extrapolam o círculo domiciliar e vão se estabelecer principalmente entre os pares, e a aparência assume grande importância na determinação da auto-estima, o que se elege no grupo como desejável dentro do grupo é a meta e, assim, se cria um contexto potencialmente patogênico em todo um segmento geracional.

Palavras-chave: adolescência, mídia, Transtornos Alimentares e formação de identidade.

Introdução

Os Transtornos Alimentares (TA) vem ganhando projeção nos meios de comunicação devido ao aumento de sua incidência principalmente entre adolescentes e jovens adultas. A Associação Brasileira de Transtornos Alimentares vincula a informação de que a faixa etária crítica para o aparecimento desses transtornos, anorexia e bulimia nervosa, se encontra aproximadamente entre os 16,6 e os 18,3 anos, e entre os 17,7 e os 21 anos respectivamente. Outro dado relevante é o fato de que apenas 10% dos portadores de TA são homens (EDA, 1995). Além do mais, os transtornos alimentares frequentemente ocorrem de maneira comórbida com a depressão e transtornos de ansiedade (Morgan, Vecchiatti e Negrão, 2002).

Numa análise etiológica dos TAs, se encontra tanto entre os fatores predisponentes, quanto entre os precipitantes e mantenedores, os fatores sócio-culturais como de grande relevância na dinâmica dos transtornos. Muito embora, nesse sentido a literatura sobre o assunto discorra majoritariamente sobre os aspectos sociais em suas

expressões inter-relacionais, ou seja, de ordem microssocial- pressão dentro da família ou grupo de amigos- citando padrões corporais socialmente eleitos apenas de forma superficial. No esforço de preencher essa lacuna, o presente trabalho enfoca os aspectos sociais na sua dimensão macroestrutural ideológica, por exemplo, a forma como os padrões corporais supracitados são veiculados no discurso midiático. Nesse contexto de propagação dos TA, faz-se mister compreender a inter-relação que estes apresentam com a adolescência e a interferência da mídia na produção de discursos relativos à estética que são direcionados ao público púbere.

Objetivo

O presente trabalho propõe-se a problematizar a influência midiática sobre a construção de ideais simbólicos de beleza, que acabam por se constituir como padrão socialmente compartilhado, e as conseqüências da adesão a esse estereotipo pelas adolescentes, sobretudo, as que apresentam Transtornos Alimentares (TA).

Método

Em primeiro lugar foi realizada uma revisão de artigos científicos utilizando-se as palavras-chaves: transtornos alimentares, adolescência e mídia e posteriormente realizou-se uma articulação e reflexão dos conteúdos encontrados. Mediante a escassez de material didático que realizasse a aproximação entre os três temas propostos, a pesquisa bibliográfica foi realizada de forma não-estruturada. Como resultado dessa revisão elaborou-se uma produção de discurso numa perspectiva sócio-cultural. A partir da produção de autores das diversas ciências humanas que se detém diante das questões da pós modernidade, elaborou-se uma discussão que possa contemplar de forma integradora e explicativa as relações entre adolescência, mídia, construção de identidade e transtornos alimentares

Resultados

Haja vista o público majoritariamente acometido pelos transtornos alimentares -jovens mulheres- é possível refletir acerca da fase do desenvolvimento em que se encontram. A necessidade de maiores cuidados e atenção voltados à saúde na adolescência se justificam quando consideramos que esse é um período de intensas mudanças físicas, psicológicas, cognitivas e sociais. Corrobora com esse entendimento o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) ao considerar em seu artg. 6º a adolescência como condição peculiar de pessoa em desenvolvimento. É relevante destacar ainda o fato da adolescência ser apontada como momento crítico no desenvolvimento da personalidade e na formação de um senso claro de identidade. Senso de identidade que acompanhará o sujeito pela fase adulta, o qual vai se constituindo a partir de autoconceitos que o indivíduo formula baseados numa intrincada rede de julgamentos e percepções. Erick e Erikson-teórico que explica o desenvolvimento humano a partir de crises normativas- postula que a crise que caracteriza a adolescência é a de identidade *versus* confusão de identidade:

“em termos psicológicos, a formação da identidade emprega um processo de formação e observação simultâneas, um processo que ocorre em todos os níveis do funcionamento mental, pelo qual o indivíduo se julga a si próprio a luz daquilo que percebe ser a maneira como os outros o julgam, à luz do modo como se percebe a si próprio em comparação com os demais e com os tipos que se tornaram importantes para ele”(Erikson,1972:21)

Nesse sentido, pode-se dizer que a adolescência se caracteriza como sendo um período de maior suscetibilidade a influências externas, em que os círculos sociais mais próximos (família, escola, amigos) funcionam como propagadores de ideais estéticos universais. Ideais esses que são constituídos nas transformações macroestruturais da sociedade globalizada que compreende a observação dos conteúdos ideológicos, e conseqüentemente comportamentais, veiculados pela mídia. É relevante inserir aqui uma análise sobre a dinâmica presente no contexto da mídia, através da qual é possível veicular conteúdos e mensagens sem necessariamente vinculá-los a quaisquer entidades de autoria. Fato este que possibilita a isenção de uma responsabilização e comprometimento por parte dos produtores de tais discursos midiáticos. Como se pode verificar no seguinte trecho:

“Segundo Postman (1999), após a invenção do telegráfo por Morse, a informação passou a ter um caráter anônimo, descontextualizado, tornando as diferenças entre culturas irrelevantes. O telégrafo criou um público e um mercado [não só] para notícia fragmentada, descontínua e essencialmente irrelevante, que até hoje é a principal mercadoria da indústria da notícia” em [POSTMAN *apud* CAMPOS E SOUZA, (2003)]

Isso posto, ao inserir a mídia como veículo de propagação de discursos é de ordem prioritária compreender as dinâmicas da conjuntura sócio-cultural moderna. A globalização e a sua conseqüente modificação nos modos de produção e meios de comunicação marcam profundamente os modos de ser e fazer na sociedade contemporânea. O fenômeno fica evidenciado na velocidade de transmissão das informações, fortalecimento das relações internacionais em detrimento das fronteiras territoriais e na consolidação do capitalismo como sistema econômico. Como produto dessa organização sócio-econômica observa-se uma perda dos referenciais regionais e adesão a modelos e paradigmas importados, que circulam em escala global, provocando nos sujeitos uma convivência com novos significados culminando numa relativização de valores e numa crise de identidade epidêmica. Nesse sentido, pode-se citar:

“Os fluxos culturais, entre as nações, e o consumismo global criam possibilidades de “identidades partilhadas”- como “consumidores” para os mesmos bens, “clientes” para os mesmos serviços, “públicos” para as mesmas mensagens e imagens- entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo. À medida em que as culturas nacionais tornam-se mais expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural.” (HALL, 2004:74)

Andrade e Bosi (2003) irão apontar para uma pulverização do simbólico refletido na perda de referenciais identitários. Nesse contexto de dispersão de referências, o corpo é o abrigo remanescente, lugar onde se encontra fixação e estabilidade. Costa (1999) afirma que o ser humano recorre ao corpo como critério de identidade. No corpo se estabelecem relações de poder e expressão da subjetividade. Na presente sociedade caracterizada pelo consumo, o corpo passa também a ser alvo de publicidade, onde é vinculada uma imagem corporal desejável, emparelhada a informação de que é possível

controlar o próprio corpo e manipulá-lo remetendo com isso ao sucesso, bem-estar e prazer. Aqui, é interessante apontar que, devido a cultura de pares que é marcante da adolescência, na qual determinado tipo de imagem é eleito como padrão em detrimento de outros, a lógica que subjaz e suporta a eleição dessas figuras icônicas deve ser investigada, de forma a desnaturalizar tais figuras e trazer de volta a origem dos padrões aos círculos sociais de referências locais e realistas. A perseguição cotidiana do padrão inatingível de beleza e o transtorno alimentar, enquanto quadro psicopatológico característico, têm em comum o forte componente sócio-cultural. Ao avaliar-se os transtornos alimentares a nível etiológico, se percebe que os aspectos contextuais figuram na dinâmica de fatores predisponentes, precipitantes e mantenedores desses quadros.

Conclusão

A produção de discursos não é propriedade privada que se possa adquirir. Qualquer sujeito dotado de linguagem é capaz de fazê-lo. No entanto, quando esses discursos habitam a esfera social e tem sua área de alcance ampliada, então eles podem exercer um poder imensurável simplesmente pelo fato de serem capazes de influenciar outros discursos. À medida que se atesta que o discurso vinculado pela mídia elege um padrão de beleza- a saber, a do corpo magro- exerce influência sobre os padrões de construção identitários de jovens e adolescentes, e essas, de forma crescente têm apresentado transtornos de ordem psicopatológica como os alimentares, é urgente a busca de estratégias de prevenção e intervenção. Longe de propor resoluções miraculosas para o problema abordado, apontamos em direção à criação de espaços de reflexão e ações psico-educativas que ofereçam a essas jovens a possibilidade de questionar e produzir novos discursos. Ressaltamos o fundamental papel da Psicologia nesse campo, exercendo sua função de mediação, escuta e enfrentamento do sofrimento psíquico. A partir da perspectiva de uma clínica ampliada, se enxerga nesse fenômeno uma possibilidade de romper com a tradição de atenção individualizante que marca a história de psicologia clínica e passa a contemplar o sujeito enquanto expressão de uma subjetividade que se constrói no coletivo. E, por isso, a Psicologia necessita estreitar seus laços com as disciplinas que se detém sobre as práticas sociais em seus diversos níveis.

Referências Bibliográficas:

CAMPOS, Cristiana Caldas Guimarães de e SOUZA, Solange Jobim e. **Mídia, cultura do consumo e constituição da subjetividade na infância.** *Psicol. cienc. prof.*, mar. 2003, vol.23, no.1, p.12-21. ISSN 1414-9893.

CORDÁS, T.A. **Transtornos alimentares: classificação e diagnóstico.** *Rev. Psiq. Clin.*, vol.31, no 4, p.154-157.

NIEMEYER, Fernanda e KRUSE, Maria Henriqueta Luce. **Constituindo sujeitos anoréxicos: discursos da revista Capricho.** *Texto contexto - enferm.* [online]. 2008, vol.17, n.3 [citado 2009-05-29], pp. 457-465 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-07072008000300006&lng=pt&nrm=iso>. ISSN 0104-0707. doi: 10.1590/S0104-07072008000300006.

ERIKSON, E.H. **Identidade, juventude e crise.** Rio de Janeiro: Zahar, 1972.

MORGAN, Christina M; VECCHIATTI, Ilka Ramalho e NEGRAO, André Brooking. **Etiologia dos transtornos alimentares: aspectos biológicos, psicológicos e**

sócio-culturais.*Rev. Bras. Psiquiatr.*[online]. 2002, vol.24, suppl.3, pp. 18-23. ISSN . doi: 10.1590/S1516-44462002000700005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

SERRA, Giane Moliari Amaral e SANTOS, Elizabeth Moreira dos. **Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito.** *Ciênc. saúde coletiva*[online]. 2003, vol.8, n.3, pp. 691-701. ISSN . doi: 10.1590/S1413-81232003000300004.

ANDRADE, Angela e BOSI, Maria Lúcia Magalhães. **Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino.***Rev. Nutr.*[online]. 2003, vol.16, n.1, pp. 117-125. ISSN . doi: 10.1590/S1415-52732003000100012.