

DROGA DE CORPO! IMAGENS E REPRESENTAÇÕES DO CORPO FEMININO EM REVISTAS BRASILEIRAS

Márcia Rebeca Rocha de SOUZA^a, Jeane Freitas de OLIVEIRA^b,
Enilda Rosendo do NASCIMENTO^c, Evanilda Souza de Santana CARVALHO^d

RESUMO

Estudo documental, qualitativo, descritivo, com objetivo de analisar imagens e representações do corpo da mulher e sua relação com o consumo de drogas nos conteúdos de reportagens publicadas em quatro revistas de circulação nacional (Veja, Isto É, Boa Forma, Cláudia). As reportagens selecionadas foram submetidas à técnica de análise de conteúdo, sendo identificados três grupos temáticos: O corpo como um estímulo para o consumo de drogas; Riscos para o corpo decorrentes do consumo de drogas; A busca do corpo ideal com a utilização de drogas. Os dados mostraram que a mídia reproduz padrões estéticos rígidos, expondo as mulheres a agravos sociais e de saúde que estimulam o consumo de drogas de forma autônoma e/ou por prescrição. A busca pela beleza e a apelação ao erotismo feminino, divulgados pelos meios de comunicação analisados, limitam a importância social das mulheres, ao atrelar imagens que lhes atribuem o *status* de objeto sexual.

Descritores: Mulheres. Preparações farmacêuticas. Meios de comunicação de massa. Imagem corporal.

RESUMEN

Estudio documental, cualitativo, descriptivo, con el objetivo de analizar imágenes y representaciones del cuerpo femenino y su relación con el consumo de drogas en los contenidos de reportajes publicados en cuatro revistas de circulación nacional. Los reportajes seleccionados fueron sometidos al análisis de contenido en los cuales se han identificado tres grupos temáticos: El cuerpo como estímulo para el consumo de drogas; Riesgos para el cuerpo debido al consumo de drogas; La búsqueda del cuerpo ideal a través de las drogas. Los datos mostraron que el promedio reproduce estándares estéticos rígidos, exponiendo a las mujeres a riesgos sociales y de salud que estimulan el consumo de drogas de forma autónoma y/o de prescripción. La búsqueda por la belleza y la apelación al erotismo femenino, divulgados por los medios analizados, limitan la importancia social de las mujeres al vincular imágenes que otorgan a las mismas el status de objeto sexual.

Descriptorios: Mujeres. Preparaciones farmacéuticas. Medios de comunicación de masas. Imagen corporal.

Título: ¡Porquería de cuerpo! Imágenes y representaciones del cuerpo femenino en revistas brasileñas.

ABSTRACT

This documentary, qualitative, descriptive study has the objective to analyze images and representations of the female body and their relation to drug use in the content of articles published in four magazines with national circulation (Veja, Isto É, Boa Forma, Cláudia). The articles selected were submitted to the technique of content analysis, with three thematic groups identified: the body as an incentive to use drugs; risks to the body resulting from drug use; and the search for the perfect body through drug use. The data showed that the media reproduces rigid aesthetic standards, exposing women to social and health offenses that stimulate drug use, either autonomously or by prescription. The search for beauty and the appeal to feminine eroticism, published through the communication channels analyzed, limit the social importance of women by using images that link them to the status of sexual object.

Descriptors: Women. Drugs. Mass communication channels. Body image.

Title: Images and representations of the female body in Brazilian magazines.

a Enfermeira, atua no Centro de Atenção Psicossocial para usuários de Álcool e outras Drogas (CAPSad) Gregório de Matos em Salvador-BA, Mestranda em Enfermagem, Escola de Enfermagem da Universidade Federal da Bahia (EEUFBA), Salvador- BA, Brasil.

b Enfermeira, Doutora em Saúde Coletiva, Professora Adjunta da EEUFBA, Salvador- BA, Brasil.

c Enfermeira, Doutora em Enfermagem, Professora Associada EEUFBA, Salvador- BA, Brasil.

d Enfermeira, Doutora em Enfermagem, Professora Adjunta da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS) Feira de Santana - BA, Brasil.

INTRODUÇÃO

A preocupação das mulheres com a estética corporal, para atender ao padrão de beleza socialmente estabelecido, tem se mostrado presente na maioria das sociedades. No entanto, a relação das mulheres com seu corpo tem se modificado ao longo da história. Se, historicamente, as mulheres preocupavam-se com sua beleza, atualmente ser/estar bela é responsabilidade da mulher imposta pela sociedade. A busca por padrões estéticos deixou de ser um dever social que pode ser conseguido ou não, e passou a ser um dever moral, para o qual a mulher deverá se esforçar o suficiente para conquistar.

Os veículos de comunicação de massa influenciam comportamentos sociais, modelando a forma como as pessoas se relacionam, como aprendem, compram, votam, procuram e utilizam serviços de saúde, fazem sexo⁽¹⁾ e cuidam do corpo.

Enquanto dispositivo de poder a serviço de uma comunicação baseada em fórmulas de mercado, a mídia atualiza constantemente as práticas coercitivas que atuam explicitamente sobre a materialidade do corpo e parece construir uma identidade corporal midiaticizada pela divulgação e capitalização do chamado “culto ao corpo”⁽²⁾.

A influência da mídia na construção do corpo ideal ganhou força e ampliou a paixão pela moda, expandiu o consumo de produtos que garantem um corpo belo e tornou a aparência física uma dimensão essencial da identidade feminina, inaugurando um novo momento na história da beleza. O corpo deixa então de ser pensado na sua complexidade e subjetividade e passa a ser objeto de consumo, que gera mais consumo⁽³⁾.

As mulheres que não se adaptam às exigências sociais são vistas como fracassadas e incapacitadas⁽⁴⁾. Para fugirem deste julgamento social, as mulheres recorrem a estratégias de embelezamento e rejuvenescimento, como exercícios físicos e dietas alimentares, muitas vezes massacrantes, cirurgias plásticas e até mesmo consumo indiscriminado de medicamentos, álcool e outras drogas. Receitas e conselhos para alcançar e/ou manter um corpo jovem e supostamente saudável são publicados massivamente na mídia impressa, principalmente aquelas direcionadas ao público feminino.

Entre a população feminina, os medicamentos, principalmente os emagrecedores, benzodiazepínicos, analgésicos e estimulantes, são as drogas mais consumidas⁽⁵⁾. Mudanças no estilo de vida das mulheres, com

sua maior inserção nos espaços públicos, e o desejo de atender aos padrões vigentes de beleza e juventude repercutem em suas vidas, podendo desencadear estados depressivos, distúrbios de autoimagem e autoestima, ansiedade e uso abusivo de drogas lícitas, principalmente medicamentos e bebidas alcoólicas.

Considerando que as representações sobre o consumo de drogas por mulheres são atravessadas por questões de gênero que, permeando todas as relações sociais, estabelecem diferenças entre os sujeitos e se encontram difundidas na mídia, este artigo discute as imagens e representações do corpo da mulher e sua relação com o fenômeno das drogas presentes nos conteúdos de reportagens publicadas em revistas brasileiras, tendo em vista as repercussões sociais e de saúde do consumo de drogas para esta população.

MÉTODO

Este artigo foi elaborado com base em dados de uma pesquisa maior desenvolvida com reportagens publicadas no jornal A Folha de São Paulo e nas revistas Cláudia, Boa Forma, Veja e Isto É, no período de setembro de 2009 a março de 2010. A escolha desses meios de comunicação deu-se pela sua grande circulação no território nacional e fácil acesso. A referida pesquisa foi aprovada pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica, para o período de 2009/2010, com bolsa financiada pela Fundação de Amparo a Pesquisa e Extensão da Bahia (Fapesb) está vinculado ao projeto “Protagonismo feminino no fenômeno das drogas e impactos sobre a saúde das mulheres”, aprovado pelo CNPq Edital MCT/CNPq/SPM-PR/MDA N°010/2010.

O artigo foi desenvolvido baseado em reportagens publicadas nas revistas mencionadas, tendo como objetivo analisar imagens e representações do corpo da mulher e sua relação com o consumo de drogas. Duas das revistas têm publicação mensal e abordam questões relacionadas à moda, beleza e família, sendo destinadas mais especificamente, ao público feminino. As demais, publicadas semanalmente, são destinadas ao público em geral, divulgando temas sobre economia, política e sociedade.

Foi investigado um total de 77 exemplares. A verificação de todo o conteúdo de cada exemplar possibilitou a identificação de 87 reportagens sobre drogas, das quais 52 atendiam ao objetivo da pesquisa maior e, dentre essas, 18 reuniam informações acerca de imagens e representações do corpo da mulher e sua relação com o consumo de drogas.

A análise e a organização dos dados seguiram as etapas da técnica da Análise de Conteúdo Temática⁽⁶⁾. As reportagens selecionadas foram submetidas a várias leituras para apreensão do conteúdo dos textos e das mensagens transmitidas pelas imagens, quando presentes. Foram identificados os núcleos de sentido, os quais foram posteriormente agrupados por semelhança, tendo em vista a identificação dos temas de análise. Assim, foi possível construir três categorias de análise: o corpo como um estímulo para o consumo de drogas; riscos do consumo de drogas para o corpo; a busca do corpo ideal mediante o uso de drogas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De um modo geral, no conteúdo das reportagens analisadas, a beleza, o corpo magro e a aparência jovem foram abordados como metas que precisam não somente ser alcançadas, mas também mantidas pelas mulheres mediante uma disciplina diária. A revista *Boa Forma* enfoca, frequentemente, questões sobre alimentação saudável, emagrecimento, beleza, cuidados com a pele, prevenção de doenças e estilo de vida.

Nas três temáticas identificadas, ficou evidente a associação entre o corpo da mulher e o consumo de drogas lícitas permeados por questões de gênero imbricadas nas relações que se estabelecem na sociedade brasileira impondo padrões de beleza para as mulheres e reproduzindo a representação do corpo feminino como objeto de prazer.

O corpo como estímulo para o consumo de drogas lícitas

As reportagens que abordam o corpo feminino como estímulo para o consumo de drogas lícitas utilizam fotografias de mulheres como recurso visual para a propaganda de bebidas alcoólicas, visando estimular o consumo dessas substâncias pelo público masculino. Nesta perspectiva, é comum o uso de imagens do corpo feminino de acordo com padrões de beleza preestabelecidos e em posições sensuais em campanhas publicitárias, a despeito das críticas de movimentos feministas e sociais.

O uso de fotografias de mulheres jovens, brancas e magras, com corpo semidesnudo, evidenciando suas curvas, constituiu uma estratégia de publicidade para a promoção e venda de bebidas alcoólicas. Entre as reportagens analisadas, uma delas mostrava, através de imagens e texto (Figura 1), a medida adotada por uma cervejaria para a censura feita a uma de suas propagandas que utilizava o corpo feminino desnudo e em posição notadamente apelativa à sensualidade feminina, próximo ao nome da cerveja numa taça cheia da referida bebida, seguida da imagem de uma atriz famosa, com um corpo socialmente reconhecido como belo e atraente. Como resposta à censura, a empresa limitou-se a colocar uma tarja preta cobrindo os seios da figura feminina e, em lugar da atriz exibindo todo seu corpo, foi mostrado apenas seu rosto com olhar e sorriso que conotam provocação, sedução e disponibilidade.



Figura 1⁽⁷⁾ – Uso da imagem feminina em propagandas de bebidas alcoólicas. Salvador, BA, 2010.

Ao vincular o corpo da mulher “jovem, branca e magra”, semidesnudo ao consumo da cerveja, a mídia associa imagens que criam no consumidor a expectativa de um encontro com a figura feminina com um desfecho sexual. Nesse sentido, o corpo feminino é apresentado de forma cosmetizada, fetichizada, impregnada de conotações eróticas, sedutoras, sexuais, sensoriais e sensuais. O corpo tido como desejável é, ao mesmo tempo, produto e objeto de compra e venda, ou seja, um corpo-moeda e, na mesma medida, um instrumento de produção de sentidos que se expõe como vitrine móvel, instigando, nos outros sujeitos sociais, a reprodução contínua⁽⁸⁾.

A mídia reforça padrões de beleza femininos e dissemina a representação que confere visibilidade à mulher a partir do seu corpo, desenhado sob o olhar do outro, e que deve ser seduzido e desejado⁽⁹⁾. Conteúdos com alusão à sexualidade na publicidade são estímulos que prendem a atenção do consumidor. Nesse caso, a bebida e a mulher são apresentadas lado a lado como produtos a serem igualmente consumidos.

Estudo realizado sobre a representação do corpo feminino na mídia corrobora a ideia de que a sedução feminina transformou-se em um processo geral que tende a normatizar o consumo, sendo a beleza, a sensualidade e o erotismo femininos concebidos como estratégias infalíveis para a conquista da atenção do público⁽¹⁰⁾. Dessa forma, a passividade, a sensualidade, a incapacidade intelectual e, sobretudo, a dependência do seu corpo são características reafirmadas cotidianamente na mídia como femininas⁽¹¹⁾.

Riscos do consumo de drogas lícitas para o corpo

Nesta categoria, as reportagens utilizavam fotografias e textos que versavam sobre os males causados por substâncias classificadas como lícitas, especificamente; o tabaco e o álcool.

No tocante ao consumo do tabaco, as reportagens abordavam a história do tabagismo, os prejuízos ao corpo bonito e saudável, a proibição do consumo em locais públicos e o consumo de tabaco por pessoas famosas que, cientes dos malefícios desta droga, tentam esconder seu hábito. Dentre as reportagens, destacou-se uma delas que tinha como foco o ato de fumar associado à perda de atributos de beleza, ressaltando que o abandono do fumo traz “[...] melhoria do aspecto da pele, dos cabelos, das unhas e dos dentes, e extinção do odor causado pelo tabaco, para o favorecimento da aproximação de pessoas, inclusive

de um parceiro, e também para proteção contra o envelhecimento precoce e a formação de rugas”⁽¹²⁾. Nessa reportagem, o cigarro foi apresentado como um vilão da beleza feminina, sobrepondo-se ao seu consumo como maléfico à saúde, podendo transmitir a ideia de que é mais importante ter um corpo bonito do que saudável. Considerado como grande problema de saúde pública e a maior causa evitável de mortes no mundo, o tabagismo chama atenção pelos riscos que oferece à saúde dos fumantes ativos e passivos, sendo fator de risco importante para o desenvolvimento de várias doenças⁽¹³⁾.

Ainda que seja predominantemente consumido por homens, estudos apontam para a estabilização das taxas de crescimento do tabagismo entre esta população, sendo crescentes as taxas de consumo entre as mulheres, especialmente aquelas mais jovens e de baixa condição socioeconômica. Não por acaso a população feminina também tem sido o alvo preferencial das indústrias fumageiras, que investem maciçamente na produção de marcas que atendam aos anseios e demandas sociais da mulher moderna, associando o consumo de cigarros a conceitos de independência, liberdade, autoestima e beleza, reforçando padrões estéticos baseados no corpo esguio⁽¹⁴⁾.

Diante da significativa influência do tabagismo na saúde pública, surgiu a necessidade de criação de estratégias de redução e controle do seu consumo, como a proibição de propagandas e publicidade de empresas tabagistas, a restrição do consumo em ambientes públicos como bares e restaurantes e a disseminação de políticas e estratégias antitabagistas. Consequentemente, percebeu-se que a representação acerca do ato de fumar tem se modificado ao longo dos tempos e nas diferentes sociedades. Antes, era considerado como sinônimo de elegância, *status* e poder; hoje é visto como um mau hábito que representa uma agressão ao organismo, com risco iminente à saúde.

Enquanto elementos sociais que refletem e influenciam construções e representações partilhadas socialmente, os meios de comunicação de massa exercem um papel persuasivo, difundindo tendências e estratégias aceitas no contexto social do qual fazem parte. Nos dias de hoje, o ato de fumar é considerado uma conduta politicamente incorreta, incompatível com os padrões femininos de beleza. Nesta perspectiva, a mídia constitui importante veículo de disseminação dessas novas representações, utilizando-se de imagens do corpo feminino.

As informações que discutem os riscos para o corpo feminino decorrentes do consumo de álcool

denunciam essa droga como inibidora do apetite, destacando, entre suas repercussões, a ocorrência da anorexia alcoólica.

As reportagens analisadas definem a anorexia alcoólica como uma síndrome metabólica associada a comportamentos extremos, que levam as mulheres a ingerirem álcool em substituição às refeições diárias. O desenvolvimento desta doença é apontado como consequência de frustrações sofridas, além de sentimentos de ansiedade e de inferioridade pelo fracasso pessoal de não conseguir adequar-se aos padrões estéticos cobrados. Dessa forma, o consumo de álcool torna-se uma tentativa de combater esses sintomas e, ao mesmo tempo, de atingir os padrões de beleza desejados. Esse dado sinaliza a necessidade de ampliar as investigações sobre o comportamento de uso e abuso de álcool entre as mulheres.

Estudo bibliográfico acerca da dependência química – e não somente do alcoolismo – como comorbidade associada aos transtornos alimentares aponta a existência de considerável variação nos resultados das diferentes pesquisas realizadas sobre esta temática. As autoras trazem estudos que afirmam que a ocorrência simultânea desses dois transtornos é muito frequente na prática clínica, tanto nas mulheres jovens dependentes de álcool e outras drogas, quanto nas mulheres jovens com transtornos alimentares, o que acarreta o aumento do risco de complicações clínicas e até de morte⁽¹⁵⁾.

A associação entre o consumo abusivo de álcool e a redução de peso é possível⁽¹⁵⁾. Entretanto, a adoção dessa prática pode desencadear a dependência alcoólica, frequentemente associada à comorbidades em mulheres, a exemplo da depressão e outros transtornos mentais e alimentares⁽¹⁶⁾.

As reportagens que discutiam os riscos do consumo de bebidas alcoólicas, visando o emagrecimento, basearam-se em depoimentos de mulheres que adotaram tal técnica e tornaram-se alcoólatras e, também, em uma personagem de novela transmitida por uma emissora de televisão que vivenciou tal situação. Trecho e imagem de uma das reportagens são exibidos na Figura 2.

A adoção de técnicas aparentemente simples e acessíveis produz um fenômeno crescente de culto ao corpo, de modo que não há correspondência entre a imagem corporal difundida pela mídia e a imagem da maioria das mulheres⁽¹⁸⁾. A discordância entre essas imagens desencadeia um ciclo de eterna busca pela beleza, motivado pelo consumismo, ainda que este afete, diretamente, o funcionamento do

organismo, ocasionando alterações fisiológicas e até mesmo a morte.

A expectativa social de que as mulheres são naturalmente dóceis, passivas e frágeis associa-se ao papel sociocultural atribuído a elas de serem mães, esposas e cuidadoras do lar e da família, contribuindo para o não reconhecimento da possibilidade de este grupo populacional envolver-se com o fenômeno das drogas, e, neste caso, com a dependência química. Assim, as mulheres que ingressam no universo das drogas, constituem um grupo socialmente oculto e, portanto, mais vulnerável aos agravos sociais e de saúde⁽¹⁵⁾.

Ademais, aspectos fisiológicos apresentados na literatura científica como características femininas, a exemplo da maior concentração de gorduras e menor concentração de água no organismo, determinam um metabolismo diferenciado das substâncias psicoativas no organismo das mulheres. Acredita-se que esses aspectos tornem o organismo feminino mais sensível aos efeitos das substâncias psicoativas⁽¹⁶⁾.

A busca do corpo ideal por meio das drogas lícitas

De maneira contrária à abordagem utilizada para o consumo de bebidas alcoólicas e tabaco como estratégia de emagrecimento, o consumo de medicamentos foi retratado nas reportagens como uma possibilidade positiva para as mulheres insatisfeitas com seu peso e imagem corporal, salientando o uso rotineiro de drogas emagrecedoras entre elas.

A pretensão pelo alcance do corpo ideal motiva as mulheres a escreverem para as redações das revistas em busca de respostas sobre os efeitos e resultados obtidos com o uso de medicamentos; classificados como emagrecedores. Para responder aos questionamentos das leitoras, os meios de comunicação analisados utilizaram entrevistas com profissionais de saúde na tentativa de alertar sobre o mecanismo de ação e os efeitos colaterais dos emagrecedores. Esses profissionais também estimulam a adoção de hábitos de vida saudáveis para o alcance do padrão de beleza desejados, associados ao uso de medicamentos, conforme mostra a Figura 3.

A ideia de corpo ideal perpassa a compreensão de um corpo “não gordo”⁽⁸⁾, aparentemente saudável, submetido voluntariamente a processos de disciplina, tais como a prática de exercícios, o consumo de medicamentos e a adoção de tratamentos⁽²⁰⁾ e, até mesmo, de medidas mais radicais como as cirurgias⁽¹⁹⁾.



Figura 2⁽¹⁷⁾ – Os riscos do consumo de álcool como inibidor do apetite. Salvador, BA, 2010.

Nos textos avaliados, o consumo de medicamentos é destacado como uma conduta socialmente aceita. Os conteúdos das reportagens anunciam a possibilidade de um consumo adequado e seguro de medicamentos, principalmente dos anorexígenos, desde que seja feito com acompanhamento de profissionais especializados. Contudo, a abordagem utilizada acerca da necessidade de acompanhamento profissional é frágil, sendo destacadas as sensações de plenitude, felicidade, prazer, beleza, autoestima, confiança e bem-estar que podem ser provocadas pelo consumo dos emagrecedores.

Os textos analisados destacaram, de forma discreta, que a adoção de hábitos saudáveis contínuos para a manutenção do bem-estar físico e mental paralelamente ao consumo de medicamentos. São estimuladas práticas de exercícios físicos e o consumo de alimentos saudáveis nas diferentes refeições diárias, inclusive, com dicas de receitas que favorecem a conquista de resultados considerados corretos. Entretanto, a possibilidade de ação eficaz do medicamento para alcance do corpo ideal é ressaltada, podendo levar o(a) leitor(a) a desvalorizar a importância da adoção de novos hábitos.

Considerando o alcance dos meios de comunicação de massa e o acesso das mulheres aos serviços especializados de acompanhamento nos processos de emagrecimentos, pode-se afirmar que a abordagem utilizada pelos primeiros estimula o consumo

de medicamentos por mulheres que buscam o corpo ideal. Pode-se supor que há muito mais mulheres buscando emagrecer sozinhas do que aquelas cuja condição econômica permite acessar um profissional de saúde especializado.

Nesse sentido, destacamos a importância da atuação da enfermagem no âmbito da prevenção de problemas de saúde de mulheres decorrentes do uso abusivo de drogas, principalmente as lícitas. Devem ser valorizadas as intervenções educativas, de modo a permitir a discussão da influência dos meios de comunicação na reprodução de padrões estereotipados de beleza que podem ser perigosos para a manutenção da saúde das mulheres. Ao lado disso, há que se discutir a adoção de abordagens de gênero na própria formação das enfermeiras, de modo a atender especificidades da atenção à saúde das mulheres.

Este estudo possibilitará aos profissionais de saúde, em especial às(os) enfermeiras(os), refletir criticamente acerca da influência da mídia na construção e na reprodução de tendências, as quais, por sua vez, modelam o contexto social, definindo os modos de viver e influenciando no processo saúde/doença das populações. Compreender e refletir criticamente a relação mídia/sociedade facilitará a reorientação das ações de saúde e a implementação de políticas compatíveis com as necessidades dos grupos sociais.

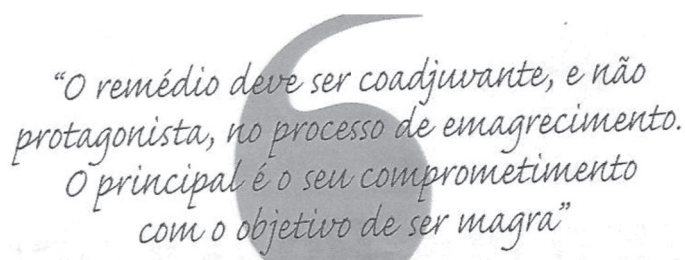


Figura 3⁽¹⁹⁾ – Consumo de medicamentos para emagrecer. Salvador, BA, 2010.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os três temas identificados salientam questões acerca do consumo de substâncias psicoativas e suas consequências para as mulheres na tentativa de alcançar o corpo ideal, em atendimento a padrões socialmente estabelecidos.

Os dados apresentados revelaram a expansão e a complexidade do consumo de drogas lícitas por mulheres na tentativa de atingir padrões de beleza social e culturalmente estabelecidos. Evidenciam ainda o papel da mídia na reprodução e disseminação de informações que estabelecem padrões de condutas, de vida e de saúde das pessoas, em especial da população feminina.

Os conteúdos analisados mostraram que a mídia estimula o consumo de substâncias emagrecedoras, ao tempo que denunciaram a anorexia alcoólica vinculada ao alcoolismo feminino, bem como incita a inibição do consumo de tabaco pelas mulheres como estratégias para adequarem-se a padrões estéticos. A imagem de mulheres jovens, brancas, magras, e em posições sensuais é utilizada para despertar a sexualidade masculina e estimular o consumo de bebidas alcoólicas pelos homens. Ao mesmo tempo, a mídia critica o uso de imagens femininas em propagandas desenvolvidas por empresas de cervejaria.

Diante dos dados apresentados, conclui-se que a mídia reproduz a ideia de que as pessoas do sexo feminino devem ser belas e atraentes, para tornarem-se visíveis no contexto social. Ser bela significa ser vista, reconhecida no seu meio social, e isto confere às mulheres autoconfiança, poder, *status*. Tais sentimentos constituem, no universo feminino, fatores intimamente relacionados com sua saúde e bem-estar, determinando, assim, repercussões sociais e para a saúde deste grupo populacional.

A beleza é situada como uma questão de escolha, vontade e esforço pessoal, um critério que precisa

ser alcançado por todas, como atributo da mulher moderna, emancipada, independente. As mulheres que não se adequam a tais critérios são socialmente percebidas como fracassadas, o que pode levar a sentimentos de inferioridade e incapacidade; que, por sua vez, se relacionam com morbidades psiquiátricas.

A publicidade explora os conceitos socialmente aceitos, que demarcam diferenças estéticas entre homens e mulheres, para almejar o sucesso das suas marcas pelo incentivo ao consumo e consequente obtenção do lucro. Dessa forma, existe a apelação ao imaginário erótico, com a reprodução de mulheres essencialmente sensuais, que devem instigar no homem o desejo pelo consumo da bebida alcoólica, utilizando o incentivo ao desejo sexual por seus corpos.

As revistas pesquisadas reproduzem imagens estereotipadas sobre a mulher e seu corpo, limitam sua importância e utilidade social às funções de baixo reconhecimento, restritas ao ambiente familiar e à prática sexual. Em contrapartida, as singularidades e a potencialidade intelectual das mulheres são desprezadas, levando as pessoas a adotarem conceitos que as igualam nestas funções e alimentam a existência de uma necessária sujeição feminina e uma suposta superioridade masculina.

REFERÊNCIAS

- 1 França FF, Felipe DA, Calsa GC. Gênero, sexualidade e meios de comunicação: uma abordagem crítica desses conceitos na educação. Rev Cesumar. 2008;13(1):37-53.
- 2 Siqueira DCO, Faria AA. Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. Comun Mídia Consumo [Internet]. 2007 [citado 2012 Mai 12];4(9):171-88. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicaca-omidiaconsumo/article/view/5032/4656>.

- 3 Sauerbronn JFR, Tonini KAD, Lodi MDF. Um estudo sobre os significados de consumo associados ao corpo feminino em peças publicitárias de suplementos alimentares. *REAd Rev Electr Adm* [Internet]. 2011 [citado 2012 Nov 09];17(1):01-25. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-23112011000100001>.
- 4 Novaes JV. Ser mulher, ser feia, ser excluída. *Psicologia* [Internet]. Lisboa; 2005 [citado 2011 Out 12]. Disponível em: <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0237.pdf>.
- 5 United Nations. World Drug Report [Internet]. 2007 [citado 2007 Jul 27]. Disponível em: <http://www.unodc.org/unodc/worlddrugreport.html>.
- 6 Bardin L. Análise de conteúdo. 5ª ed. Lisboa: Edições 70; 2009.
- 7 Cavalcanti B. Cerveja Devassa sob censura. *Isto É*. 2010;(2104):27.
- 8 Fontes M. Os percursos do corpo na cultura contemporânea. In: Couto ES, Goellner SV, organizadores. *Corpos mutantes: ensaios sobre novas (d)eficiências corporais*. Porto Alegre: UFRGS Editora; 2007. p 73-87.
- 9 Matos AA, Lopes MF. Corpo e gênero: uma análise da revista TRIP para a mulher. *Estud Fem* [Internet]. 2008 [citado 2009 Mar 18];16(1):61-76. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v16n1/a05v16n1.pdf>.
- 10 Samarão LA. O espetáculo da publicidade: a representação do corpo feminino na mídia. *Contemporânea* [Internet]. 2007 [citado 2011 Dez 01];(8):45-57. Disponível em: http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_08/04LILIANY.pdf.
- 11 Melo CM, Oliveira DR. O uso de inibidores de apetite por mulheres: um olhar a partir da perspectiva de gênero. *Ciênc Saúde Coletiva* [Internet]. 2011 [citado 2011 Dez 01]; 16(5):2523-32. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csc/v16n5/a22v16n5.pdf>.
- 12 Leal I, Rafanini AP. 8 motivos para você parar de fumar já sem engordar 1 grama. *Boa Forma, Saúde*. 2010;(277):100-2.
- 13 Öberg M, Jaakkola MS, Woodward A, Peruga A, Prüss-Ustün A. Worldwide burden of disease from exposure to second-hand smoke: a retrospective analysis of data from 192 countries. *Lancet* [Internet]. 2010 [cited 2011 Jan 8]; 377(9760):139-46. Available from: http://www.who.int/quantifying_ehimpacts/publications/smoking.pdf.
- 14 Borges MTT, Barbosa RHS. As marcas de gênero no fumar feminino: uma aproximação sociológica do tabagismo em mulheres. *Ciênc Saúde Coletiva* [Internet]. 2009 [citado 2011 Nov 13];14(4):1129-39. Disponível em: <http://www.scielo.org/pdf/csc/v14n4/a14v14n4.pdf>.
- 15 Brasiliano S, Hochgraf PB. Comorbidade com transtornos alimentares. In: Seibel SD, organizador. *Dependência de drogas*. 2ª ed. São Paulo: Atheneu; 2010. p.727-47.
- 16 Elbreder MF, Laranjeira R, Siqueira MM, Barbosa DA. Perfil de mulheres usuárias de álcool em ambulatório especializado em dependência química. *J Bras Psiquiatr*. 2008;57(1):9-15. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/jbpsiq/v57n1/v57n1a03.pdf>.
- 17 Di Domenico M. Fórmula mágica não existe. *Boa forma, Saúde*. 2009;(273):76-109.
- 18 Ribeiro RG, Silva KS, Kruse MHL. O corpo ideal: a pedagogia da mídia. *Rev Gaúcha Enferm* [Internet]. 2009 [citado 2012 Jan 7];30(1):71-6. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/23620/000702932.pdf?sequence=1>.
- 19 Souza MRR. O fenômeno das drogas e as repercussões sociais para a saúde das mulheres em revistas brasileiras [trabalho de conclusão de curso]. Salvador (BA): Escola de Enfermagem, Universidade Federal da Bahia; 2010.
- 20 Goetz ER, Camargo BV, Bertoldo RB, Justo AM. Representação social do corpo na mídia impressa. *Psicol Soc* [Internet]. 2008 [citado 2010 Jun 20];20(2):226-36. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v20n2/a10v20n2.pdf>.

**Endereço do autor / Dirección del autor /
Author's address**

Márcia Rebeca Rocha de Souza
Ladeira do Campo Santo, 52, ap. 25, Federação
40210-320, Salvador, BA
E-mail: marciabek@hotmail.com

Recebido em: 10.02.2012
Aprovado em: 14.03.2013