

## Mediações sociais na construção dos valores estéticos corporais femininos<sup>1</sup>

Madeleine Piana (UFMG/ Unilavras)<sup>2</sup>

Isabel Cristina Frade (UFMG)

**Resumo** Este artigo tem o objetivo de expor e submeter ao diálogo acadêmico, os resultados da pesquisa sobre as reverberações das mediações sociais, na formação dos valores estéticos corporais femininos. Os sujeitos, são adolescentes, e o contexto histórico, a contemporaneidade. Investigou-se, sobre o prisma comunicacional da recepção. Com o intuito de ampliar a análise dos dados, utilizou-se da combinação metodológica qualitativa e quantitativa<sup>3</sup>. Ao focar a recepção, se tem como pressuposto que há um processo de co-responsabilidade dos sujeitos como construtores, significadores e re-significadores da cultura corporal.

**Palavras-chave:** mediação; estética; corpo; recepção; valores

As múltiplas mediações sociais, pelas linguagens verbais e não-verbais, desenham e esculpem no imaginário feminino, imagens de padrões ideais de beleza corporal. Tais ideais, sofrem mutações sócio-culturais e históricas à *mercê* dos interesses econômicos e políticos, ao moldar e delinear os corpos, com características compulsórias padronizadas. O fato, é que, os sujeitos não são seduzidos, ao enredamento dos enunciados dos mediadores, de forma completamente ingênua. São co-partícipes no processo de construção dos valores estéticos. Cabe aos sujeitos, aceitar, em um processo de auto-enredamento cultural, ou não, por um processo de contra-cultura, os padrões estéticos vigentes. Este, ou aquele movimento, produzido pelo sujeito, produzem ônus e bônus sociais. Refletir sobre, quais os fios discursivos sociais, são apropriados pelos sujeitos, na tessitura da rede cultural de os valores estéticos corporais, é o foco central do trabalho no qual nos debruçamos.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 15, Semiótica da Comunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom / 2005

<sup>2</sup> Madeleine Piana de Miranda Queiroz - Formação acadêmica, em Arte-Educadora, pela Escola Guignard (UEMG); Pedagoga pela Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG) e Mestre em Educação pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora do curso de Pedagogia, em Metodologia Científica, no Centro Universitário de Lavras. E-mail: [mexz@terra.com.br](mailto:mexz@terra.com.br)

Isabel Cristina Frade - Professora Doutora da Faculdade de Educação da UFMG – orientadora da dissertação de mestrado, Corpo de Vênus: Mediações sociais formativas dos valores estéticos corporais, em adolescentes, do sexo feminino, na contemporaneidade, cujos resultados, são apresentados neste artigo. E-mail: [frade@dedalus.lcc.ufmg.br](mailto:frade@dedalus.lcc.ufmg.br)

<sup>3</sup> Os dados quantitativos, obtidos e expressos em gráficos, apresentados no trabalho original, da dissertação de mestrado, não serão expostos neste artigo. Optamos, pela não representação gráfica, em função da adequação espacial disponível. Privilegiamos, apresentar às análises e as reflexões conclusivas produzidas, a partir da interpretação dos dados coletados.

Os discursos formadores, sobre beleza corporal ideal feminina, em nosso cotidiano, se apresentam sem sujeito em muitas de nossas discussões. Quando os têm, se fundamentam em discursos correntes, referidos aos meios de comunicação de massa, como espaço social formador imperioso e hegemônico dos valores estéticos corporais. A formação, desses valores, é referenciada também de forma ampla, sem concretude e materialização, ou seja, como um discurso formador etéreo, onde todos, e ninguém, são mediadores sociais referenciais. Dizem, falam, comentam que a beleza ideal feminina deve ter determinados padrões. Mas quem diz? O que se diz? Onde se diz? E para que e quem se diz? E por que se diz? Todas essas interrogações conduzem-nos a buscar respostas, que esclareçam, de forma menos imprecisa, do que as emitidas pelas vozes correntes, do senso comum.

O trabalho de pesquisa se propôs a investigar as seguintes questões: Como as reverberações discursivas das mediações sociais, produzem ressonâncias, na formação dos valores estéticos corporais, em adolescentes, do sexo feminino, na contemporaneidade? Quais as mediações sociais mais significativas para a formação desses valores estéticos? Quais as categorias estéticas corporais mais valorizadas e desvalorizadas, pelas instâncias mediadoras e pelos sujeitos? Como adolescentes do sexo feminino formam a auto-imagem e a imagem ideal corporal, frente aos múltiplos processos e discursos comunicacionais, produzidos pela sociedade atual? Essas perguntas, tecem uma filigrana de possibilidades enunciativas sobre a beleza e, são questões, as quais, o artigo pretende refletir, a partir da apresentação dos resultados da pesquisa produzida na dissertação de mestrado.

A escolha da temática, estética corporal, funda-se na trajetória da pesquisadora<sup>4</sup>, a partir da materialização sistematizada, de pesquisas e percursos investigativos anteriores. Para

---

<sup>4</sup> Funda-se na trajetória de vida pessoal da pesquisadora Madeleine Piana, pelo simples fato de ser mulher, inserida em um contexto cultural. Acadêmica, pelo próprio percurso de formação e pela produção dos trabalhos de pesquisas anteriores intitulados: A indústria da beleza: o mito da felicidade, seus dispositivos pedagógicos e o contexto familiar e Corpo de Vênus: Mediadores sociais formativos dos valores estéticos corporais, em adolescentes, do sexo feminino, na contemporaneidade. Orientação do projeto de pesquisa, do programa BIC- júnior da UEMG, apoio FAPEMIG: Corpo de Apolo: A imagem de beleza corporal em adolescentes, do sexo masculino, e a cultura contemporânea.

Piletti (1997, p.14), “nossos desejos e preferências influenciam nossas observações e percepções”, e foi nessa lógica que, este trabalho foi produzido.

Investigou-se a temática pelo enfoque epistemológico da ciência social crítica, onde as teorias se engajam na pesquisa de forma dialética, como esclarece Rüdiger (2002):

Os fenômenos sociais têm um caráter objetivo, mas ao mesmo tempo são sempre mediados pela consciência. O importante é não reduzir um aspecto ao outro, mas entender sua conexão. A pretensão de compreender os fenômenos apenas pelo significado que lhes conferem os sujeitos é ilusória; a tendência oposta no sentido de eliminar o elemento subjetivo em favor da determinação de sua função é, por outro lado, reducionista. (p.13).

Não é pretensão deste trabalho de pesquisa, esgotar as questões, as quais nos propusemos investigar. O intuito é, sobretudo, fomentar e possibilitar discussões sobre as múltiplas instâncias comunicacionais educativas dos valores estéticos corporais femininos na atualidade.

### **Ampliar o olhar: a perspectiva da pesquisa**

Ecoa do senso comum que, a mídia, com os seus incessantes discursos de persuasão e sedução em relação à construção e desconstrução dos valores estéticos corporais, na sociedade contemporânea, incorpora o estigma de “apocalíptica”, parafraseamos Umberto Eco. Contudo, através das pesquisas sobre a linguagem e a teoria da comunicação, a partir da segunda metade do século XX, compreendeu-se que, os sujeitos não são apenas meros receptores das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação. Não há um inerte assujeitamento, mas sim, processos dialéticos contínuos no âmbito da linguagem. O corpo não pode ser compreendido apenas a partir de uma abordagem mercadológica: o corpo é identidade e expressão de subjetividade, sendo estes, fatores constituintes dos sujeitos e permeados de interferências de seus contextos sociais.

A forma estrutural, da malha teoria, apresentada neste artigo, se configura da seguinte forma: Em seguida, a introdução, apresentada, relatamos as construções metodológicas utilizadas no processo investigativo. Posteriormente, fazemos algumas incursões conceituais e teóricas, e na seqüência, apresentamos análises e reflexões conclusivas, resultantes do trabalho investigativo desenvolvido.

## **Construções metodológicas: Descrição do percurso de pesquisa**

A pesquisa foi conduzida dentro da proposta metodológica qualitativa, uma vez que este tipo de pesquisa, possibilita uma maior aprofundamento investigativo. Entretanto, optamos por coleta de dados que, favorecessem também parâmetros quantificáveis. A combinação metodológica teve como objetivo e pretensão, abarcar com mais profundidade, à complexidade da questão investigada.

### **Descrições metodológicas gerais**

Apresentamos os procedimentos metodológicos, com a mesma ordem seqüencial aplicada no decorrer do processo investigativo efetuado. Ressaltamos a seqüência de procedimentos, para facilitar também, a compreensão metodológica descritiva.

#### **A) Questionário semi-estruturado piloto e exploratório da temática**

O primeiro questionário, resumiu-se a uma proposta investigativa exploratória, e foi aplicado a 40 sujeitos aleatórios, em um *Shopping Center*, localizada em área central e freqüentado por sujeitos de diferentes contextos sociais, na cidade de Belo Horizonte. A aplicação do questionário, teve como objetivo explorar e precisar o recorte temático. Visou também aprimorar o instrumento metodológico, para aplicá-lo a um universo de 20 sujeitos, selecionados posteriormente, para uma investigação mais direcionada e acurada.

#### **B) Questionário semi-estruturado**

Reelaborado, a partir do questionário piloto aplicado. Para melhor atingir as propostas estabelecidas pelos objetivos da pesquisa, evidenciou-se a necessidade de ampliar os questionamentos realizados. Aplicados a 20 sujeitos, do sexo feminino, inseridos em um contexto de formação social institucionalizado. O questionário, definitivo, constou de 10 laudas e 40 questões. Composto de 3 partes subseqüentes, o questionário semi-estruturado, visava contemplar aspectos diversos que, contribuíssem para o processo investigativo. A primeira parte, abordou os aspectos pessoais, sócio-econômicos e culturais dos sujeitos e dos grupos mediadores sociais. A imagem corporal foi o enfoque da segunda parte, subdividida na análise das questões da imagem de beleza ideal e da auto-imagem. O terceiro momento explorou de forma mais orientada informações sobre

as mediações sociais e sua participação nos processos de formação da estética corporal. A análise dos dados coletados, obtidos pelo questionário semi-estruturado, configurou também, resultados quantificáveis. Mesmo sendo, a pesquisa, de cunho predominantemente qualitativo, consideramos pertinente interpretar os valores numéricos obtidos, a fim de proporcionar uma maior amplitude de leitura dos dados, sem termos o objetivo cartesiano, da exatidão nas análises. Coadunamos o nosso pensamento ao de Dencker (2001), quando o autor alerta que

O pesquisador deve estar ciente de que o valor numérico encontrado não corresponde a uma medida exata; neste contexto, o número procura ,apenas, oferecer uma idéia de dimensão dos fenômenos em nível quantitativo, sem ter a intenção de expressar tal valor em termos exatos (p.87).

### **C) Produções imagéticas**

Produção de desenhos da auto-imagem e da imagem de beleza ideal, através de registros individuais e textos explicativos. Os sujeitos partícipes, produziram dois desenhos, um em cada metade do papel (A4). De um lado, representaram a auto-imagem e do outro, a imagem auto-idealização de beleza. O contraponto representativo de imagens, teve como objetivo, evidenciar as categorias estéticas valorizadas e desvalorizadas pelas adolescentes. Para cada desenho, as adolescentes, produziram um texto explicativo do que foi representado, a fim de tornar mais claras, as dimensões categóricas valorizadas pelas adolescentes. O exercício da escrita, viabilizava um momento de reflexão e auto-análise, frente às imagens representadas. Tal procedimento, também teve como objetivo, evitar possíveis especulações analíticas, por parte da pesquisadora, frente as produções imagéticas.

### **D) Grupo focal**

A constituição do grupo focal, com 12 adolescentes convidadas, presentes 8, ocorreu após todas as outras propostas metodológicas, e teve como objetivo, aprofundar a investigação dos dados coletados anteriormente. Sendo assim, a construção do roteiro orientador para a realização do grupo, pautou-se nas informações coletadas nos processos implementados anteriormente. O eixo norteador para a condução do grupo, foi estimular a representações imaginárias de cenas, nas quais, os possíveis diálogos imaginados ocorridos, dos mediadores sociais com o sujeito, sobre a temática, fossem explicitados verbalmente pelo sujeito-autor da cena , e socializados junto ao grupo.

## **O universo espacial investigado: a localização dos sujeitos**

O universo espacial, foi o âmbito da instituição escolar estadual, na região central de Belo Horizonte. A escolha desse espaço, para a realização da pesquisa, foi ditada, com ênfase, pela possibilidade que o contexto escolar teve de oferecer, de forma sistematizada, agrupamentos de uma mesma faixa etária. Pressupomos que, por ser uma escola pública, esse contexto, nos possibilitaria uma amostragem de sujeitos, com ampla diversidade cultural e com experiências interativas sociais e culturais múltiplas, favorecendo a riqueza dos dados coletados.

## **Os sujeitos da pesquisa**

Os sujeitos investigados foram adolescentes do sexo feminino, estudantes do ensino médio, do turno da noite, em que há maior concentração de adolescentes na faixa de 16 a 20 anos. Utilizamos o intervalo desta faixa etária final, do período da adolescência, a fim de não ampliar excessivamente o intervalo etário e tendo como pressuposto que, no período considerado, final da adolescência, esses sujeitos têm possibilidade de dimensionar de forma mais clara, ou menos confusa, as ressonâncias discursivas sobre alguns valores estéticos corporais. Esses sujeitos foram eleitos por estarem inseridos em um contexto formativo que delinea e propicia algumas análises específicas de investigação, como o contexto sócio-econômico-cultural.

## **Incursões conceituais e teóricas**

### **Sobre o conceito de mediação**

O termo mediação sugere o significado de ligação, de ponte, de intermediário, de elo entre as partes. Esse termo é muito utilizado nas teorizações atuais da comunicação social, sendo bastante focado nas obras de Thompson e Martín-Barbero. Tomamos em específico, o referencial conceitual de Thompson, da interação mediada, por considerá-lo, bastante preciso, na conceituação desses processos. Consideramos também, as reflexões sobre mediação, de Martín-Barbero, como um lugar de trocas

simbólicas. Suas reflexões oportunizam ampliar análises dos meios de comunicação, ao orientar novos olhares, e eixos de debates. Desloca, estrategicamente, o foco das discussões, dos meios para as mediações. Isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais. Indica, o valor da atuação dos sujeitos, frente aos processos comunicacionais, enquanto atores protagonistas e co-responsáveis pela produção do cenário social. Atuação que se constrói pelo processo das múltiplas interações sociais. As interações sociais têm um papel importante na construção do sujeito, mas os sujeitos também constroem singularidades, com parcelas significativas e criativas da articulação dos discursos apropriados. Ou seja, os processos comunicacionais vivenciados pelos sujeitos, constituem elemento relevante na construção de significação de valor do mundo e das coisas. Thompson (1998) compreende que todo processo de comunicação se articula a partir das mediações e que

No desenvolvimento das sociedades modernas, o processo de formação do sujeito, (que ele chama de *self*) se torna mais reflexivo e aberto, no sentido de que os indivíduos dependem cada vez mais dos próprios recursos para construir uma identidade coerente para si mesmos (p.181).

A mediação releva-se como uma estrutura que interfere nas percepções, nas práticas sociais e no cotidiano das pessoas e que se materializa nas suas múltiplas formas de perceber, pensar e agir. Este trabalho, adota o enfoque apontado por Thompson, ao tomarmos como pressuposto o fato de que, o resultado das mediações reflete também aspectos culturais do meio no qual o suporte midiático é vivenciado. É preciso, compreender esse sujeito, como parte ativa e integrante das instâncias sociais por onde transita. Thompson (1998) nos esclarece ainda que

o processo de formação do self é cada vez mais alimentado por materiais simbólicos mediados, que se expandem num leque de opções disponíveis aos indivíduos e enfraquecem – sem destruir – a conexão entre a formação e o local compartilhado. Esta conexão é enfraquecida à medida que os indivíduos têm acesso a formas de informação e comunicação originárias de fontes distantes, que lhes chegam através de redes de comunicação mediada em crescente expansão (p.181).

Para o autor, os sujeitos têm acesso crescente ao que ele chama de “conhecimento não local”. As adolescentes da pesquisa sinalizaram tanto as informações midiáticas não locais, como as mediações de grupos de convivência primária e secundária locais,

como formadoras dos valores estéticos corporais, o que ratifica as idéias supramencionadas do autor (*Op. cit*) que acrescenta

A conexão entre a formação do *self* e o local compartilhado não é destruída, uma vez que o conhecimento não local é sempre apropriado por indivíduos em locais específicos e a importância prática deste conhecimento – o que ele significa para os indivíduos e como ele é usado por eles- é sempre dependente dos interesses dos receptores e dos recursos que lhes soam disponíveis no processo de apropriação.

Através dessa concepção, pode-se pensar a mediação como uma espécie de estrutura incrustada nas percepções, nas práticas sociais e no cotidiano de vida das pessoas, que se materializa nas suas múltiplas formas de perceber, pensar e agir.

### **Sobre o conceito de estética**

Conferimos, neste trabalho, o conceito de estética ao significado de beleza. O substantivo, estética, designa hoje um conjunto de idéias filosóficas com o qual se procede à uma análise, investigação ou especulação a respeito da arte e da beleza. Ou seja, a estética, é a parcela da filosofia dedicada a buscar sentidos e significados para a dimensão de vida, na qual o homem experiencia a beleza. Estética é a ciência da beleza.

Na obra, *Convite à estética*, Vasquez (1999, pp. 166-181) apresenta três matrizes de pensamento do estético, no decorrer da história. O objetivismo estético, predominante, na história antiga e medieval. Concebe o objeto como o que existe em si e por si, à margem de qualquer relação com o sujeito, seja qual for essa relação e o modo como é concebido o sujeito. Contrapondo-se ao objetivismo estético, o subjetivismo estético se apresenta como idéias prevalentes nos tempos modernos que absolutizam o papel da subjetividade, deixando de lado as qualidades e os fatores objetivos que intervêm na relação estética. A superação dos opostos, idéia predominante na contemporaneidade, considera que o objetivismo e o subjetivismo contribuem para pensar o estético, mas incorrem em erro ao separar o que só existem em relação mútua, e, uma vez separados os seus termos, sujeito e objeto, concebê-los de modo abstrato e absoluto. É a partir da matriz reflexiva do estético ou beleza que supõe que o objetivo e o subjetivo contribuem conjuntamente e se sobredeterminam, que este trabalho orientou. Pensamos estar assim, superando os liames que unem o conceito “universal” representado pelo substantivo



“beleza” e o conceito “particular” dado, quando aplicamos o adjetivo “belo” a um determinado objeto ou pessoa.

Bakhtin (1992) considera que o signo e a situação social em que se insere, estão indissolavelmente ligados. O signo, não pode se separado da situação social, sem ver alterada sua natureza semiótica. O ideal de beleza, linguagem imagética, permeada de signos e significada, elaborados culturalmente, revela-nos os valores da sociedade, na qual se evidencia. Optamos como marco central, de análise sócio-histórica contextualizada, da imagem corporal, a contemporaneidade, pois não só as concepções sobre a estética e beleza mudam no decorrer do tempo e espaço, bem como alguns dos processos mediadores sociais formativos. Desenvolver análises das percepções dos sujeitos, frente as suas produções, reproduções e apropriações culturais de beleza, dentro de suas particularidades sócio-culturais e históricas, advindos de um processo mediado, conferem fluidez inteligível ao conceito de beleza.

### **Reflexões conclusivas: a complexidade das cadeias discursiva dos mediadores sociais**<sup>5</sup>

Reflexões conclusivas pontuais e específicas sobre os discursos e as mediações sociais se delinearão, ao interpretarmos os dados, obtidos pela combinação metodológica, qualitativa e quantitativa.

Apesar de as adolescentes, apontarem a mídia televisiva como o espaço pedagógico em que, mais aprendem sobre procedimentos estéticos, pôde-se concluir que, o poder hegemônico atribuído pelo senso comum à mídia, sobre a representação social do corpo da mulher, não se configura nesta pesquisa com tanta solidez, como se propaga. O discurso televisivo é interpelado por outros discursos pedagógicos, dos mediadores sociais, com o poder de solapar, ou mesmo, corroborar as construções imperativas imagéticas e enunciativas da estética e ética feminina na contemporaneidade.

---

<sup>5</sup> Ratificamos que, não apresentaremos, neste artigo, resultados quantificados, apesar de os tê-los no trabalho matriz. Expomos, entretanto, às análises advindas da interpretação dos dados, quantitativamente e qualitativamente, coletados.

A família, através das análises das tessituras discursivas e imagéticas das adolescentes, reforça-se como mediadora social importante, na formação da subjetividade dos sujeitos e na busca do “equilíbrio” e “justo meio termo” na formação da auto-imagem.

A auto-imagem, e o conceito de um corpo belo, idealizado, são construídos pelas partícipes da pesquisa, a partir de mediações sociais múltiplas e híbridas, decorrentes de um processo dialógico constante. Os discursos midiáticos do suporte televisivo, conjuntamente com o discurso familiar e dos (das) amigos (as), evidenciaram-se como referências sociais relevantes na formação das categorias corpóreas femininas valorizadas e desvalorizadas. Entretanto, os dados sinalizaram com maior ênfase a mídia televisiva como formadora dos padrões estéticos idealizados. As adolescentes consideram a televisão como um referencial mediador significativo que influencia as concepções de um corpo feminino idealizado. Thompson (1995, p. 221) compreende o valor do suporte tecnológico ao mencionar que, “o meio técnico de transmissão é o substrato material de uma forma simbólica, isto é, os componentes materiais com os quais e em virtude dos quais, uma forma simbólica é produzida e transmitida”.

Dentro do suporte televisivo, o gênero novela, apresenta-se com grande força na formação dos valores estéticos corporais, pois, em sua narrativa, faz com que haja uma interpenetração entre o ficcional (imagem ideal) com a realidade (imagem real), apresentando-as como narrativas difusas. E é nessa narrativa que Sodré (1999, p.79) “distingue os campos de criação e da realidade, há um reflexo em espelho do real, isto é, há um reflexo que inverte as verdadeiras condições de existência entre a televisão e o mundo” e as suas reflexões somam-se ao alicerce teórico das análises.

Mesmo com a presença de protagonistas negras, em maior número, atualmente, em novelas, os traços e padrões raciais estéticos referem-se a uma beleza homogeneizada e hegemônica, traduzida em uma estética imperativa e massificadora de padrões estéticos eurocêntricos, o que se reafirma ao elegerem negras protagonistas com categorias e feições similares às da raça branca.

As categorias de peso adequado à altura, cabelos lisos, longos e loiros, postura elegante, roupas justas que exaltam o contorno do corpo de dimensões femininas, pele sem evidências de manchas e etnia predominantemente branca, configura o ideal valorativo

de beleza feminina para todos os mediadores sociais apresentados no trabalho, mídia, família, amigos e os próprios sujeitos. Esses padrões de categorias europeizadas dominam o imaginário das adolescentes, o que faz com que haja uma dissonância dos padrões estéticos desejados por elas e a representação que fazem de sua auto-imagem. As adolescentes apresentam biótipos característicos da miscigenação brasileira, negro, branco e índio, ou seja, reúnem e emanam categorias estéticas diferenciadas das apresentadas pelo padrão “claro” europeu.

As categorias estéticas indicadas pelos sujeitos investigados como as mais importantes na construção de um perfil de beleza feminina recaem nos aspectos relacionados à sexualidade e, em hierarquia de importância, referem-se : ao peso corporal, aos cabelos, a pele (etnia) e a moda. Na quase totalidade dos enunciados e desenhos produzidos pelas adolescentes, sobre essas categorias, nas formas idealizadas, há presença marcante de uma conotação ligada à sedução e o desejo de adequação da auto-imagem a esses ideais estéticos valorizados socialmente.

No atual momento sócio-histórico e cultural em que o respeito à diversidade é ovacionado em nossa sociedade como um valor a ser expresso em diferentes contextos, os resultados da pesquisa indicaram que há por parte das adolescentes uma concepção recorrente de que o padrão “normal”, o médio, o não diferente no que concerne à imagem corporal é o padrão ideal de belo. A imagem corporal não bela é associada ao que se diferencia, aos extremos nas categorias. Evidencia-se o desejo de corpos homogêneos, enquadrados aos padrões estéticos “normatizados”, sócio-culturalmente valorizados, coerentemente com a perspectiva contemporânea de outros sujeitos que na busca desejosa de enquadramento ao padrão “normal”, constroem seus corpos por meio de tecnologias quer seja através de práticas cotidianas no uso de cosméticas e dietas, quer seja no desejo ou na efetiva submissão a técnicas cirúrgicas.

Essa submissão do sujeito do gênero feminino aos valores estéticos não é uma dimensão apenas da contemporaneidade. No entanto, a imagem corporal feminina na atualidade tem sido explorada com um valor exacerbado. Essa condição atual imposta em especial ao corpo feminino, que é o foco do trabalho, leva os sujeitos, na busca de corpos normais e/ou perfeitos, a um estado de desumanização.

Caracterizamo-nos, enquanto humanos, pelas nossas diferenças, e ao submetemo-nos a procedimentos que nos igualem e suprimimos uma das mais ricas dimensões humanas, a biodiversidade de fenótipos, as particularidades, as diferenças, as singularidades, nós nos desumanizamos. A identidade corporal humana se perde ao serem instituídos valores estéticos tão homogeneizados. Em função disso, há um comprometimento nos processos identitários dos sujeitos em processo de formação, como é o período da adolescência, ao se apropriarem desse pensamento distorcido e desumanizador.

Há uma ressonância do discurso da mídia televisiva frente aos mediadores sociais, família e amigos (as) na formação de um perfil belo ideal. No entanto, apesar da mídia massificar e pasteurizar as informações de imagens corporais femininas, quer seja, no sentido de valorização ou desvalorização das categorias estéticas, há mediações significativas dos valores do grupo familiar e de convivência (amigos-as), no processo de recepção dos sujeitos. Esses valores, por sua vez, são alicerçados pelas vivências práticas e subjetivadas pelo cotidiano das adolescentes, quer seja na produção e/ou reprodução, ratificação ou retificação dos ideais corpóreos produzidos pela mídia.

Os valores da mediação familiar se apresentaram para o grupo investigado como significativo na formação da auto-imagem, enquanto o suporte televisivo evidenciou-se importante na formação de um perfil ideal de beleza feminina, ou seja, na formação da imagem ideal. Entretanto, mais da metade das adolescentes, indicaram que os seus valores estéticos corporais idealizados são semelhantes aos valores de seus familiares. Por outro lado, indicaram que há semelhanças também com os valores dos (das) amigos (as), com menor percentual. Essa indicação sinaliza sobremaneira o valor da interlocução familiar no processo de recepção dos discursos da mídia televisiva na formação da imagem ideal, seguida pelo discurso dos (das) amigos (as).

As apropriações dos discursos televisivos sobre o belo e o não-belo pelos sujeitos, por suas famílias e pelos grupos de convivência, são particularizadas pelas “leituras” que esses grupos e, em particular, cada membro faz no processo de codificação e decodificação dos valores estéticos expressos. Martín-Barbero (2003) evidencia a conotação, das possibilidades ou não, de leituras dos discursos do suporte televisivo, ao mencionar que

A televisão na traz consigo apenas um maior investimento econômico e uma maior complexidade de organização industrial, mas também um refinamento qualitativo dos dispositivos ideológicos. Imagem plena da democratização desenvolvimentista, a televisão “realiza-se” na unificação da demanda, que é a única maneira pela qual conseguir a expansão do mercado hegemônico sem que os subalternos se ressintam dessa agressão (p.261).

Os dados indicam que os valores ético-estéticos são efetivamente apropriados e internalizados no processo de interlocução e recepção dos discursos. Há um limiar discursivo tênue de transitoriedade dos mediadores sociais na formação dessas imagens corporais. A mídia televisiva, a família, e os grupos de convivência –amigos (as) passeiam neste “corredor” estreito.

Apesar dessa pontual distinção dos mediadores sociais na formação da auto-imagem e da imagem corporal idealizada, os dados avultaram o valor e o fluxo pedagógico dinâmico e articulado dos mediadores sociais na formação dos valores estéticos corporais femininos, através de uma apropriação discursiva híbrida por parte dos sujeitos. Essa síntese discursiva ressoa de forma significativa na construção da identidade e subjetividade dos sujeitos através das múltiplas ressignificações que eles imprimem sobre esses discursos nas suas práticas sociais e na sua realidade cotidiana.

Há uma desvalorização expressiva por parte das adolescentes em relação a sua auto-imagem, quando os seus padrões estéticos não condizem com os veiculados pelo mediador social televisivo. Contudo, pode-se dizer que essa desvalorização é vivenciada de forma mais intensa pelos sujeitos quando os valores estéticos corporais discursados em linguagem verbal ou não-verbal por este suporte midiático entram em consonância com os padrões estéticos valorizados pela família e pelos (as) amigos(as). Isto nos conduz novamente a identificar a hibridização discursiva produzida pelos mediadores sociais. Leva-nos também a compreender os processos de formação da subjetividade, ao vislumbrar como o sujeito percebe a realidade e a identidade como o sujeito se posiciona frente a outros elementos dessa realidade, e além disso, como esses processos são articulados aos discursos proferidos pelos mediadores sociais significativos. Finalmente, constatamos que à formação de um se vincula a formação do outro, intermediadas pelos mediadores sociais.

Os dados deste trabalho elucidam, de forma mais pontual, o papel importante da família, no processo pedagógico de interlocução na formação dos valores ético-estéticos dos sujeitos. Formação essa que, na atualidade, tem sido delegada em grande escala à escola e à mídia.

No universo investigado, os sujeitos, indicaram pouca expressividade do discurso dos (as) amigos (as) na formação dos valores ético-estéticos. Esse resultado precisa ser confrontado em outros trabalhos, já que a literatura indica os pares como um referencial social importante.

Ao direcionar o olhar para esse enfoque, pôde-se compreender a amplitude e complexidade de investigação dos processos que se relacionam com a corporeidade. Mesmo assim, acreditamos que a pesquisa conseguiu elucidar a questão que ela se propôs.

Aquilo que se vê não é dado real, mas aquilo que se consegue captar, filtrar e interpretar acerca do visto, o que nos é significativo. Assim, as “leituras” dos valores estéticos corporais realizados pelos sujeitos, “inscritas” pelos mediadores sociais, são uma aventura em que a cognição e a sensibilidade se interpenetram na busca de significados, lançando múltiplos olhares sobre o objeto valores estéticos.

### **Referências bibliográficas**

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*.; [tradução feita a partir do francês por Maria Ermantina Galvão ; revisão da tradução Marina Appenzeller].3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.(Coleção ensino superior). 1.ed.1992.

BERGER, Peter L.LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade* : tratado de sociologia do conhecimento. 20 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

DENCKER , Ada Freitas Maneti e VIÁ, Sarah Chucid Da . *Pesquisa empírica em ciências humanas* :(com ênfase em comunicação) .São Paulo: Futura, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús & MUNHOZ, *Dos meios às mediações* : Comunicação,cultura e hegemonia.2.ed. Rio de Janeiro,UFRJ,2003.

PILETTI, Nelson. *Psicologia Educacional*. 15 ed. São Paulo: Atica,1997.(Série Educação)

RÜDIGER, Francisco. *Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação* : Trajetória histórica e elementos de epistemologia. São Leopoldo, RS: Ed.UNISINOS, 2002.

SODRÉ, Muniz. *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis, RJ: Vozes,1999.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia* / 4 ed. Trad.Wagner de Oliveira Brandão; ver. de trad. Leonardo Avritzer. Petrópolis, RJ: Vozes,1998.

VÁSQUEZ. Adolfo Sánchez. *Convite à estética*; tradução Gilson Baptista Soares. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 1999.