



INFLUÊNCIA DA MÍDIA E SATISFAÇÃO COM A IMAGEM CORPORAL EM PESSOAS QUE REALIZARAM CIRURGIA PLÁSTICA

**Janaina Fatima Rowe
Valéria Ferreira
Verena Augustin Hoch**

RESUMO

A busca pela beleza está muito presente nos dias atuais, percebe-se o aumento de pessoas que optam por procedimentos cirúrgicos estéticos para alcançarem o “corpo perfeito” exibidos pela mídia. Este estudo teve por objetivo analisar a influência da mídia na tomada de decisão para realizar cirurgia plástica e a satisfação com a imagem corporal depois de realizar cirurgia plástica estética. Para atingir tais objetivos foram entrevistadas duas mulheres que se submeteram a cirurgia plástica estética. A mídia teve grande influência na percepção da imagem corporal das entrevistadas. Elas sentiram-se satisfeitas com o resultado da cirurgia, porém ainda persistiu o desejo de modificação do corpo.

Palavras chave: Beleza. Cirurgia plástica. Imagem Corporal. Mídia.

INTRODUÇÃO

Na busca por um corpo perfeito, muitas pessoas ultrapassam seus limites para conquistar uma aparência de modelo, um ideal estabelecido pela mídia que muitas vezes julga que um corpo belo e magro é mais importante que a própria saúde. Com o desejo de alcançar resultados em curto prazo e satisfatórios, sem precisar investir muito tempo e esforço, percebe-se o grande aumento na comercialização de medicamentos, o aumento das cirurgias plásticas e dietas rigorosas. (AZEVEDO, 2007).

As propagandas mostram homens e mulheres cada vez mais magros, as marcas de roupas estão com os manequins cada vez menores e o acesso em clínicas de estéticas está cada vez mais ao alcance das pessoas. Os números de cirurgias plásticas aumentam, e possibilitam atingir esse padrão de beleza. (AZEVEDO, 2007).

A mídia tem grande influência sobre o que é ser belo, mostra corpos sarados, as modelos muito magras. Esse padrão de beleza mostrado pelos



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

meios de comunicação faz com que as pessoas optem por inúmeros tratamentos estéticos, que tenham um resultado rápido sem muitos esforços.

Este estudo teve por objetivo investigar de que forma ocorre a influência da mídia na tomada de decisão e a satisfação com a imagem corporal após a realização de cirurgia plástica por motivos estéticos.

IMAGEM CORPORAL

Compreende-se por imagem do corpo a figuração do corpo que é formada na mente, é o modo pelo qual o corpo se apresenta para o sujeito. (SCHILDER, 1999).

A imagem corporal, de um ponto de vista paradoxal, jamais é completa, estática, mas sim de contínuas tendências à ruptura, com as mudanças fisiológicas ao longo da vida, surgem novas estruturas, e as situações vitais estão sempre se modificando. É um fenômeno construído em contínuo contato com o mundo (SCHILDER, 1999).

A imagem corporal é elaborada de acordo com as experiências obtidas por meio das ações e atitudes do outro. As ações das outras pessoas podem provocar sensações, e podem influenciar através de palavras e atitudes (SCHILDER, 1999).

Para o sujeito saber quem é, necessita ter a consciência dos seus sentimentos. O desenvolvimento da imagem corporal depende do processo de construção da própria identidade corporal, relacionada com o meio. Para que a representação da imagem corporal esteja realmente relacionada ao sujeito, o corpo deve existir por si só (LOWEN, 1979).

IMAGEM CORPORAL E CULTURA

Na cultura grega antiga o corpo era muito importante, onde o guerreiro devia ser forte, majestoso, ágil e astuto no combate. Mostra-se na cultura grega o gosto pela disputa, admiração e de belos corpos. Os gregos avaliavam o corpo de forma bastante abrangente, soma e psique, corpo e alma, não eram compreendidos como realidades separadas, mas como realidades que se complementavam (GALLO, 2006).



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

Aristóteles (1991) afirma que forma e conteúdo não podem ser entendidos separadamente, pois um faz parte do outro, soma e psique seriam dois aspectos distintos, porém inseparáveis de uma mesma realidade.

As pessoas seguem padrões culturais de comportamento, muitas vezes desconhecem os limites e o significado de tais comportamentos que seguem. A cultura estabelece o seu próprio sentido, escolhe características que configura o que o ser humano deve ser tanto no aspecto intelectual e moral, quanto físico. Porém há comportamentos que se encontram presentes em todos os seres humanos, independentemente da formação que cada um tenha aprendido. É evidente que existem conjuntos de motivações orgânicas que levam os seres humanos a determinados comportamentos. (RODRIGUES, 1983).

A cultura dita regras em relação ao corpo, regras estas que os indivíduos tendem à custa de castigos e recompensas se adaptar, até chegar o momento que estes padrões de comportamentos são vistos como sendo naturais. E assim para se aproximar do ideal de estética corporal que é imposto pela sociedade, muitas pessoas se submetem a dietas rigorosas, praticam exercícios físicos, realizam operações cirúrgicas. Nota-se que o corpo é alvo de obsessão da juventude, da moda, de elegância e cuidados. São aplicados ao corpo crenças e sentimentos que estão na base da vida social. (RODRIGUES, 1983).

MODIFICAÇÕES CORPORAIS

Para Ortega (2008), modificações corporais são inúmeras práticas que envolvem: tatuagens, *piercing*, implantes como também anorexia e jejuns.

Busca-se no corpo uma aprovação e uma verdade sobre si própria. As marcas corporais localizam no corpo critérios de avaliação pessoal, o que é certo e o que é errado. Nesse sentido, as marcas corporais representam a fantasia da ruptura com a ordem simbólica. A busca do corpo extremo procura, testa e incorpora os limites simbólicos do corpo para alcançar seus reais limites, criando-se uma nova analogia com o real, partindo da hipótese onde tudo pode ser realizável. Um real procurado na marca corporal, em



conformidade com o sucesso e o impacto da imagem do corpo, bem como parte flexível e de forma provisória que as biotecnologias proporcionam, garantindo acesso e controle da materialidade do corpo, do real corporal. As modificações corporais garantem uma fundação autógena da identidade pessoal, uma produção do simbólico que dispense o outro e o ambiente público. (ORTEGA, 2008)

Os motivos que levam as pessoas a modificar sua aparência são inúmeros. Pode ser apenas modismo, outros modificam a imagem corporal para atrair atenção, seduzir, como também valorizar o corpo enquanto objeto sexual. (VOLPI, 2009).

Atualmente vêm crescendo cada vez mais o espaço para propagandas de beleza, as criações de novos tratamentos estéticos, novas dietas milagrosas, modelos cada vez mais magras. Ortega (2008, p. 218) afirma que “o crescimento da indústria da cirurgia plástica expande constantemente os limites de como o corpo pode ser reformado, modificado e reconstruído”.

Há muitas maneiras de mudar a imagem corporal, entre elas estão as tatuagens, as tinturas nos cabelos, os orifícios no nariz, lábios, como também a imagem corporal pode ser mudada por meio de exercícios físicos. O significado de tantas modificações da aparência, não pode ser considerado sempre como consciente, pois há também um significado simbólico para tais modificações. (SCHILDER, 1999).

CIRURGIA PLÁSTICA NO BRASIL

Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, entre julho de 2007 e junho de 2008, 629 mil pessoas se submeteram as cirurgias plásticas no Brasil, 69% dos pacientes realizaram cirurgia plástica por motivos estéticos, e 31% foram cirurgias reparadoras, a maioria dos pacientes são mulheres, sendo 88%, enquanto os homens com 12%. As cirurgias estéticas mais realizadas, de acordo com a SBCP, são as de prótese de mamas com 21%; logo em seguida a lipoaspiração com 20%; depois abdômen com 15%; redução de mamas com 12%, pálpebras com 9% e por fim nariz representando 7% das cirurgias estéticas mais realizadas. O Brasil é conhecido como um dos países que mais



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin. Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

realiza cirurgias plásticas no mundo, os implantes de silicone (96 mil) ultrapassaram as lipoaspirações (91 mil), até então a preferida dos brasileiros. Os dados são de uma pesquisa da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica. (PAÍS, 2009)

A supervalorização com a imagem corporal pode ser um indício de problemas de ordem psíquica, fazendo com que muitas pessoas recorram a cirurgias plásticas para desenhar um corpo perfeito.

MÉTODO

Buscamos analisar a influência da mídia na tomada de decisão para realizar cirurgia plástica e a satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica estética. Investigamos também as motivações das entrevistadas para a realização da cirurgia plástica. A pesquisa qualitativa mostrou-se a mais apropriada para atender os objetivos deste estudo.

O único critério utilizado na escolha da amostra foram pessoas que fizeram cirurgia plástica por motivos estéticos. As participantes foram contatadas por telefone e convidadas a participar. As entrevistas foram gravadas em áudio realizadas mediante a assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido, com autorização das mesmas. Foram feitas perguntas abertas onde as entrevistadas puderam pensar e expor suas experiências, seus sentimentos, suas crenças e opiniões.

Para a análise dos resultados foi utilizada a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2000) e as interpretações foram feitas de acordo com o referencial psicanalítico.

As participantes foram mulheres com a faixa etária entre dezenove e vinte e cinco anos. Para garantir o total anonimato foram usados nomes fictícios que não tem qualquer semelhança com os nomes verdadeiros de cada participante.

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

Por meio da análise aprofundada das entrevistas foram encontradas quatro categorias: o que me motivou?; fui influenciada?; e agora, estou satisfeita?; a busca do objeto perdido.

O que me motivou? Esta categoria refere-se aos motivos que levaram as entrevistadas a realizarem a cirurgia plástica. Um fator encontrado foi a não aceitação de alguma parte do corpo, vista como defeituosa, ilustrada na fala das entrevistadas:

O que motiva uma pessoa a fazer cirurgia plástica é se olhar no espelho e achar que tem algum defeito. E às vezes você não se gosta. Eu, por exemplo, a genética da minha família é seio pequeno, porque eu tinha seio pequeno, não me gostava. Era outra coisa, tu pode botar um decote ou botar um biquíni legal. Então foi isso que me motivou, e fica muito mais bonito né. (Suzy, 19 anos)

Mas a gente sempre acha um defeitinho. Eu sabia que quando eu fizesse eu iria implicar com outra coisa, porque era isso que mais me estressava. Então quando eu decidi fazer eu já coloquei na minha cabeça que eu não podia. Era o que eu mais odiava em mim e depois que eu fiz eu pensei: a não, agora eu vou me aceitar. (Barbie, 25 anos)

Fui influenciada? Nesta categoria identificamos se os padrões de beleza mostrados pelos meios de comunicação influenciaram as entrevistadas. A mídia teve grande influência, porém as entrevistadas não fizeram à cirurgia plástica para mudar a sua vida ou se transformar em outra pessoa, apenas para melhorar alguma parte do corpo que era vista como defeituosa, tais conclusões podem ser percebidas nas falas:

Eu acho que tudo envolve né. Acho que isso é meio como tu vai cortar o cabelo e leva a foto da atriz da novela das oito, pra ficar igual a ela, e acaba não ficando sabe, eu sabia que a minha seria a mesma coisa, sabe, tanto é que eu não fiquei triste com isso [...], eu não quis colocar silicone pra mudar a minha vida. Eu sabia que iria ajudar a melhorar alguma coisa que eu não gostava, então acho que influência a mídia e tudo mais sabe. Eu sabia que era o meu corpo eu não ia ficar com o corpo igual o da fulana e tal. Pensa isso que eu falei, sabe fazer a cirurgia e ficar com o corpo da Juliana Paes, sabe, eu sabia que não iria acontecer isso, tanto é que mesmo que eu tenha colocado silicone meus seios não ficaram perfeitos, eu queria que ficasse bem juntinho sabe, e não ficou, mas é porque eu tenho seio



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

separado, então não tem como fazer milagres, é o meu corpo. (Barbie, 25 anos)

Influência, eu acho que não tem uma mulher que não queira colocar silicone, porque queira ou não, tem casos e não casos. Ninguém tem o seio perfeito, ninguém, eu acho ainda que seio bonito é o pequeno porque não cai e ele ta sempre em pezinho. [...] porque particularmente, na minha opinião, todo mundo quer colocar. Hoje existem mil e uma maneiras de ficar bonita, é verdade, mas assim tem tanta coisa, tanta coisa, tanto pro seio, pras pernas, até pra bunda tem silicone de bunda, tem pro rosto, tem botox, tem não sei o que né, tem pra cabelo, cabelo liso, cabelo enrolado, tudo, tudo. (Suzy, 19 anos)

E agora, estou satisfeita? Esta categoria mostra como o resultado da cirurgia plástica repercutiu na imagem corporal das entrevistadas. Elas relatam estarem contentes com o resultado, porém ainda permanece latente um sentimento de insatisfação, uma não aceitação de alguma parte do corpo.

Eu me sinto, fica outra coisa, meu deus. Eu estou bem feliz sabe, eu sempre falo pras minhas amigas: se de repente elas quiserem colocar. Eu falo pra elas porem, porque fica tão bonito, é isso que toda pessoa que procura uma cirurgia, é pro bem estar, que quer mudar alguma coisa que não está satisfeita. (Suzy, 19 anos)

Ai eu estou bem feliz assim [...]. Mas eu tento ficar mais satisfeita do que eu era antes, eu tento então não colocar mais tanto defeito como eu colocava antes (Barbie, 25 anos).

A busca do objeto perdido: Está categoria expressa como depois de realizar o desejo de fazer a cirurgia plástica estética, ainda assim o desejo permanece. Freud fala de uma nostalgia ligada ao sujeito ao objeto perdido, no qual exerce o esforço de busca, marca a redescoberta do signo de uma repetição impossível, já que este não é o mesmo objeto, não poderia ser (LACAN, 1956-57). As participantes demonstraram que mesmo após a realização da cirurgia plástica de prótese de mama, ainda assim percebiam a possibilidade de mudanças nesta mesma parte do corpo já modificada, como também passaram a perceber outros “defeitos”. Tais conclusões puderam ser percebidas por meio das verbalização da entrevistada:

Ai eu estou bem feliz assim, mas a gente sempre acha um defeitinho [...]e depois que eu fiz eu pensei: a não, agora eu vou me aceitar,



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

tanto é que assim eu acho minha bunda grande e se eu pudesse eu faria outras né.[...] A gente sempre acha alguma coisinha (risos) [...] eu queria que ficasse bem juntinho sabe, e não ficou. Mas é porque eu tenho seio separado, então não tem como fazer milagres [...] foi pra me ajudar um pouquinho [...] eu to louca pra fazer outra, eu quero tirar um pouco do culote. (Barbie, 25 anos).

Não faria mais de dez cirurgias plásticas [...]assim uma coisinha que outra que eu gostaria de mudar em mim eu faria sim que foi o silicone no seio e de rosto eu queria tirar a sardinha, eu queria fazer, só que tenho medo [...](Suzy, 19 anos).

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

De acordo com Adami et al (2005), a imagem corporal é um fenômeno que envolve aspectos cognitivos, afetivos, sociais, motores, está associada com o conceito de si próprio e é influenciável pelas dinâmicas entre o ser e o ambiente que vive. O seu processo de desenvolvimento está associado nas fases do ser humano. Na história ocorreram modificações das formas de apresentação e representação da imagem.

Percebemos que as entrevistadas viam alguma parte do corpo como defeituosa, esse foi o principal motivo que levou as entrevistadas realizarem cirurgia plástica. As duas entrevistadas colocaram prótese de mama, segundo elas esse era um desejo antigo, e quando elas tiveram a oportunidade fizeram à cirurgia plástica. Além disso, constatou-se que elas tiveram a aprovação e o estímulo das mães na hora de fazer a cirurgia plástica.

O processo de recuperação da cirurgia plástica foi um tanto desconfortável nesses momentos iniciais. Elas relataram que após a cirurgia sentiram a prótese como sendo um “corpo estranho”. Porém relataram que o desconforto do pós-operatório foi compensado pela satisfação e aumento da auto-estima proporcionados pelo resultado.

Mesmo mostrando-se satisfeitas com o resultado, constatou que apesar de melhorar o que mais estava causando preocupação, percebeu-se que sempre tem algum outro “defeitinho”, outras coisas que elas gostariam de mudar. Freud (apud LACAN, 1956-57) fala da busca do objeto perdido, objeto este que corresponde um estágio avançado da maturação dos instintos, um objeto reencontrado do primeiro desmame, objeto que foi o ponto de ligação das primeiras satisfações da criança, é por meio da busca de uma satisfação



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

passada e ultrapassada que o novo objeto é procurado, instaurado pelo simples fato de repetição.

As entrevistadas falam que após a realização da cirurgia plástica de prótese de mama, passaram a aperceber outros “defeitos”. A repetição é sempre procurada, mas nunca satisfeita, é sempre impossível de saciar. Mesmo mostrando-se felizes com o resultado, notou-se que até na prótese de mama, nesta parte do corpo já modificada, ainda era presente o desejo de mudança.

Os desejos estão ligados com a história do indivíduo. Sendo assim as escolhas não acontecem por acaso, como também não podem ser entendidas como algo determinado, foi constatado que um conjunto de fatores estava relacionado com as escolhas das participantes.

A mídia reforça a idéia de que para ser uma pessoa realizável, feliz e satisfeita precisa viver em busca do corpo perfeito, pois se não chegar pelo menos próximo ao “ideal” de beleza será uma pessoa fracassada. A mídia influencia a busca e ao mesmo tempo que mostra que é impossível estar totalmente satisfeita consigo mesmo.

Cresce cada vez mais as alternativas para melhorar a aparência, que reforçam a idéia de que é possível chegar a total satisfação, um ideal que raramente será atingido.

O mercado adquire uma função essencial, oferece alternativas de escolha de universos imaginários com os quais o individuo possa se identificar, criar vínculos e através dos quais ele possa se transformar pelo consumo de produtos e serviços. Essa amplitude de possibilidades de escolha é a grande responsável pela constante sensação de vazio, ainda que em meio à abundância de opções que define a experiência humana contemporânea (CIMATTI, 2007).

Conforme Alves *et al.* (2009), ao longo da história, fica claro a importância da cultura enquanto reguladora do comportamento humano. É inevitável e compreensível que o ser humano partilhe e interiorize um conjunto de atitudes, crenças, valores e comportamentos que são transmitidos de geração em geração, assim consequentemente os indivíduos moldam suas



ações de acordo com o que é aceitável na sociedade, na busca por preencher as condições exigidas pela cultura que pertence.

Ao longo da vida, os indivíduos vivem uma busca pelo reencontro do objeto perdido, o consumo é uma das alternativas do ser humano reencontrar este objeto perdido, não é por acaso que o consumismo desenfreado está tão presente nos dias atuais. É justamente a partir da lógica do desejo que a ideologia capitalista estrutura seu discurso, por meio da publicidade, promove o desejo constante da falta, ao mesmo tempo apresenta a possibilidade de alcançar com o objeto de consumo (CIMATTI, 2007).

Um momento muito significativo para as entrevistadas foi após o processo de recuperação, quando elas puderam perceber o resultado e incorporar sua nova imagem corporal. A busca por uma imagem corporal que se encaixam nos anseios do corpo, é um dos fenômenos mais impressionantes na sociedade atual, existe forte influência da cultura sobre a imagem corporal, neste sentido são exibidos “modelos” de referência quase inatingíveis, pois o corpo mostrado passa muitas vezes distante da realidade da maioria (ALVES *et al.*, 2009).

Talvez o grande objetivo dos meios de comunicação social é mostrar que os “modelos de referência exibidos” nunca poderão ser totalmente alcançados, para assim as pessoas permanecerem com o desejo de alcançar o corpo perfeito, e em um processo de repetição buscarem incansavelmente os métodos mostrados, ou seja, a mídia “cria” o desejo do corpo perfeito nas pessoas, contribuindo cada vez mais para a busca desenfreada dos métodos de modificações corporais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo ficou evidente que a realização da cirurgia plástica teve como motivo maior a insatisfação com determinada parte do corpo. Porém, por trás dessa afirmativa existem desejos, sentimentos e histórias de vidas singulares, que encobrem motivações mais profundas passíveis de serem abordadas em pesquisas futuras.



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin. Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

A cirurgia plástica foi o método que as entrevistadas encontraram de melhorar sua imagem corporal, buscando aceitação social, procurando corresponder algum padrão socialmente instaurado. Houve um aumento significativo na auto-estima, porém ainda permaneceu um sentimento de insatisfação relacionado a um desejo de novas modificações corporais, tanto na parte do corpo modificada bem como em outras partes, até então não percebidas.

REFERÊNCIAS

ADAMI, Fernando et al. **Aspectos da construção e desenvolvimento da imagem corporal e implicações na Educação Física**. Abril 2005. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd83/imagem.htm>>. Acesso em: 06 nov. 2009.

ALVES, D. *et al.* **Cultura e imagem corporal**. Jan. 2009, vol.5. Disponível em: <http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-107X2009000100002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 06 nov. 2009.

ARISTÓTELES. **A política**. São Paulo: Martins fontes, 1991.

AZEVEDO, Schirlaine. **Em busca do corpo perfeito: Um estudo do narcisismo**. Curitiba: Centro Reichiano, 2007. Disponível em: <www.centroreichiano.com.br/artigos.htm>. Acesso em: 17 out. 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000. 225 p.

CIMATTI, Marcela de Castro Bastos. **O poder da marca: Uma análise sobre o espaço simbólico das marcas no contexto sócio-cultural contemporâneo**. Disponível em: <http://www.facasper.com.br/cip/communicare/7_1/pdf/12.pdf>. Acesso em 09 nov. 2009.

FREITAS, Giovanina Gomes de. **O esquema a corporal, a imagem corporal, a consciência corporal e a corporeidade**. 2. ed. Ijuí, RS: Unijuí, 2004. 96 p.

GALLO, Sílvio. Corpo ativo e a filosofia. In: MOREIRA, Wagner Wey (Org). **Século XXI: a era do corpo ativo**. São Paulo: Papirus, 2006. 253 p.

LACAN, J. (1956-57). **O Seminário, livro 4: As Relações de Objeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

LOWEN, Alexander. **O corpo traído**. São paulo: summus, 1979.



ROWE, Janaina Fatima; FERREIRA, Valéria; HOCH, Verena Augustin Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizaram cirurgia plástica. In: JORNADA INTERESTADUAL DE PSICOTERAPIAS CORPORAIS, IV, 2011. **Anais**. Balneário Camboriú: Centro Reichiano, 2011. [ISBN – 978-85-87691-18-7]. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos. Acesso em: ____/____/____.

ORTEGA, Francisco. **O corpo incerto: corporeidade, tecnologias medicas e cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008. 256 p. ISBN 978-85-7617-140-9.

PAÍS registra 1,2 mil plásticas por dia: Foram 457 mil cirurgias estéticas em um ano e outras 172 mil reparadoras, diz pesquisa; implante de silicone lidera. **O ESTADO DE S. PAULO**, 13 de fevereiro de 2009. Disponível em: <<http://www.cirurgiaplastica.org.br/publico/ultimas09.cfm>>. Acesso em 15 out. 2009.

RODRIGUES, José Carlos. **Tabu do corpo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Achiamé, 1983.

SCHILDER, Paul. **A imagem do corpo: as energias construtivas da psique**. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 405 p.

TAVARES, M. C. G. C. F. **Imagem corporal: conceito e desenvolvimento**. São Paulo: Manole, 2003.

VOLPI, José Henrique. **Body modification: uma leitura caracterológica da identidade inscrita no corpo**. Curitiba: Centro Reichiano, 2009. Disponível em: <<http://www.centroreichiano.com.br/artigos/Anais%202009/VOLPI,%20Jos%C3%A9%20Henrique%20-%20Body%20modification.pdf>>. Acesso em 17 out. 2009.

AUTORAS

Janaina Fatima Rowe/SC - Acadêmica do Curso de Psicologia da Universidade do Oeste de Santa Catarina *Campus* de São Miguel do Oeste.
E-mail: janaina_smo@hotmail.com

Valéria Ferreira/SC - Acadêmica do Curso de Psicologia da Universidade do Oeste de Santa Catarina *Campus* de São Miguel do Oeste.
E-mail: valerinhaferreira@yahoo.com.br

Verena Augustin Hoch/SC - Mestre em Psicologia Clínica pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; Graduada pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; Psicóloga; professora do Curso de Psicologia da Universidade do Oeste de Santa Catarina *Campus* de São Miguel do Oeste; Coordenadora do Serviço de Atendimento Psicológico da Universidade do Oeste de Santa Catarina *Campus* de São Miguel do Oeste.
E-mail: verena.hoch@unoesc.edu.br