

CUERPO Y COGNICIÓN SOCIAL

Ana María Justo* y Brígido Vizeu Camargo**
Universidad Federal de Santa Catarina, Brasil.

Recibido: 10 de abril de 2012

Aceptado: 21 de setembro de 2012

RESUMEN

Este trabajo se basa en una revisión de la literatura sobre las cogniciones sociales y comportamientos relacionados al cuerpo y tiene por objetivo presentar la comprensión acerca del cuerpo dentro de una mirada de la psicología social, específicamente en relación a la teoría y al fenómeno de las representaciones sociales. En esa perspectiva, se considera, no solo las dimensiones psicológicas e individuales, sino también el papel de las creencias y valores compartidos socialmente para comprender las concepciones y las funciones sociales adheridas al cuerpo, así como los comportamientos relacionados al mismo. Se toman como base estudios empíricos y ensayos teóricos publicados en la literatura científica de contexto nacional e internacional. Se nota que la teoría de las representaciones sociales posibilita una comprensión amplificada del cuerpo y de los comportamientos a él asociados. Se sabe que el cuerpo medía las relaciones sociales, y, además de eso, se considera que también ha sido evidencia tanto en los medios como en las producciones científicas de las últimas décadas, reflejando el movimiento de la sociedad en relación a este objeto y los valores a él implicados. Se vive un momento social importante para pensar en el cuerpo, las creencias y los cuidados relativos a él.

Palabras clave: Cuerpo, imagen corporal, prácticas corporales, representación social.

El cuerpo puede ser definido como un organismo natural, un conjunto de órganos que permite las funciones necesarias para la vida (Durozoi, 1996). Pero además de su carácter orgánico, el cuerpo humano se caracteriza también por las representaciones individuales y sociales a él asociadas. Resultado de la interacción de su materia genética con el ambiente sociocultural, el cuerpo humano se constituye de hábitos que son impresos en su materia por códigos, símbolos y lenguajes culturales compartidos en el medio en que vive (Andrieu, 2006).

Tratándose de un objeto que se encuentra en la frontera entre lo individual y lo social y que es revestido de significados, se presta atención al concerniente estudio del cuerpo a partir de la teoría de las representaciones sociales, como una forma de posibilitar la integración de las dimensiones más privadas e individuales a aquellas que son socialmente compartidas y que se reflejan en modos de relacionarse, tanto con el propio cuerpo como con el cuerpo de los otros (Jodelet, 1994). Las representaciones sociales (RS), de acuerdo con la autora, asumen un papel importante en la elaboración de maneras colectivas de ver

y vivir el cuerpo, difundiendo modelos de pensamiento y de comportamiento a él relacionados.

La teoría de las representaciones sociales (TRS) fue elaborada por S. Moscovici en la década de 1950, a partir de un estudio que investigó el pensamiento social sobre el psicoanálisis, «La Psychanalyse: Son image et son public», publicada en 1961. El autor, el primero en estudiar el fenómeno de las RS, considera que las mismas son producidas colectivamente y contribuyen en los procesos de formación de conductas y de orientación de las comunicaciones sociales. La TRS profundizan en los procesos por medio de los cuáles los individuos en interacción social, construyen explicaciones acerca de los objetos sociales (Zanja, 2006). Estas explicaciones, también denominadas de sentido común, hacen posible que los individuos den sentido a los hechos nuevos o desconocidos y de igual manera den significado a la sociedad y al universo al que pertenecen (Moscovici, 1961/1976).

Las representaciones sociales son procesos dinámicos, estando constantemente en actualización (Moscovici, 1961/

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

1976) teniendo a la comunicación como su condición de existencia (Jodelet, 2001), una vez que la representación se caracteriza por su carácter social, compartido, reflejando las normas y valores de un grupo. Las representaciones sociales sirven incluso como una guía para la acción (Abric, 1998) orientando individuos y grupos en sus prácticas.

Conforme resaltan Denigré, Cabezas, Sepúlveda, Valle, González y Miranda (2010), el ser humano es un ser social y, por lo tanto se construye a partir de la trama de relaciones establecidas a lo largo de su vida, donde se comparten conocimientos sociales. Esta forma de conocimiento social-RS, para los autores citados, se origina y se sostiene en un medio social, se desarrolla en el contacto con el otro e incorpora en sus contenidos el discurso de un grupo de referencia.

De esta manera, se verifica que la teoría de las representaciones sociales, de acuerdo con Jodelet (1994), puede contribuir con la comprensión del cuerpo para que, mas allá de la dimensión individual y psicológica, sin desconsiderarlas, pero esclareciendo el papel del conocimiento compartido en la valorización del cuerpo y en la importancia de la belleza y de la salud y sus consecuencias para las personas. Considerándose un objeto que se constituye a partir de la interacción de su materia biológica con el ambiente social, se observa que hay diversas representaciones del cuerpo, que pasan por la medicina, biología, arte, economía y por lo social (Andrade, 2003). En cada una de esas instancias, como evidencia Ory (2006), el cuerpo normalmente es sometido a la influencia del movimiento de las sociedades, reflejando un determinado momento histórico del grupo social en que está insertado. De la misma manera, el conocimiento que se tiene sobre el cuerpo es diversificado, tanto en relación al espacio como al tiempo (Separavich & Canesqui, 2010).

Jodelet (1994) afirma que desde la Antigüedad el conocimiento del sentido común, las concepciones psicológicas enfatizadas en los textos médicos o literarios, los proverbios y los dichos populares; confieren un lugar importante al cuerpo en la percepción social.

Se sabe que tanto las representaciones como las prácticas relativas al cuerpo varían de acuerdo con el ambiente social experimentado por los individuos (Andrieu, 2006; Chammé, 1996; Ory, 2006). Mientras que en algunos

países, como Brasil, el hecho de tener un cuerpo a la vista, con pocas ropas para cubrirlo es socialmente aceptado y considerado como un evento natural; en otras culturas, como en algunos países de Asia por ejemplo, el cuerpo, en especial el de las mujeres, está totalmente cubierto no pudiendo ser expuesto en un ambiente que no sea el de su familia (Suissa, 2008).

Además de la cultura, en un sentido más amplio, el momento histórico también es fundamental para pensar en las formas de representar y cuidar del cuerpo. Andrade (2003) apunta que en el siglo XX, la imagen de lo que es salud y belleza se modificó en relación a periodos anteriores, donde la grasa era sinónimo de salud, belleza y seducción. A partir del siglo XX, en especial de su segunda mitad, la conquista de la belleza y de un cuerpo saludable pasa a ser un objetivo individual, alcanzado por medio del ejercicio de autocontrol envolviendo fuerza de voluntad, restricciones y vigilancia constantes. La grasa, que antes estaba asociada a la salud, belleza y poder; pasó a ser relacionada a la falta de control sobre sí mismo.

Además, el siglo XX fue caracterizado por cambios globalizados en los valores morales, contrarios a las prácticas puritanas; cambios en los diseños de las ropas, en las distancias tomadas entre los cuerpos, en la mirada, cambios en las prácticas y, sobre todo en las representaciones que se tiene sobre el cuerpo (Ory, 2006). Tales modificaciones, relacionadas a las alteraciones en las demandas sociales, según Ory (2006), implicaron una redefinición de reglas corporales durante un espacio de dos o tres generaciones que contribuyeron para la reformulación de los valores atribuidos al cuerpo. En el plano científico también hubieron cambios, y el cuerpo, que hasta entonces tenía su énfasis marcado por los estudios de la biología y de la microbiología, a partir de este siglo pasa a ser considerado como una visión que va mas allá de lo biológico, considerando también aspectos sociales y psicológicos (Chammé, 1996).

A partir de entonces, se destaca que además de un organismo natural, tal cual es representado por la biología moderna (Separavich & Canesqui, 2010), el cuerpo se constituye a partir de representaciones individuales y sociales, que están en constante cambio. Esa dinámica se manifiesta en la forma como cada uno usa, enferma, percibe, modifica, degrada y transforma el cuerpo. Así, el mismo no

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

es enteramente individual, ni estrictamente social, pero resultado de una construcción simbólica y de una invención subjetiva según las percepciones y las representaciones individuales y colectivas (Andrieu, 2006). Cada individuo tendría simbólicamente, conforme Helman (2009), dos cuerpos: (1) Cuerpo Individual: adquirido al nacer, físico y psicológico; (2) Cuerpo Social: indispensable para vivir en sociedad, o en cualquier grupo, con poder comunicativo. El cuerpo es al mismo tiempo objeto privado y social, siendo que en parte, él es elemento de una experiencia personal inmediata, en lo cual se inscribe la subjetividad. Por otro lado, es producto de un pensamiento social, regido por sistemas prescriptivos, evidenciados en las escenas sociales (Jodelet, Ohana, Bessis-Moñino & Dannenmuller, 1982). Así, el cuerpo se muestra como un objeto privilegiado para estudiar la interacción de los procesos individuales y colectivos en la formación de las RS.

Al mismo tiempo, se puede decir que el estudio de la representación del cuerpo posee diferentes enfoques: uno colectivo y otro psicológico, individual. Conforme define Jodelet (1994), el enfoque colectivo, basado en la dinámica social, incluye el conocimiento, o sea, las representaciones, advenidas de la comunicación e interacciones sociales, tanto formales como informales. Por su parte, el enfoque basado en la esfera subjetiva refleja la relación que el sujeto establece con el propio cuerpo. Esta se da por medio de la experiencia corporal, referente a las sensaciones dolorosas y placenteras, ejercicios y actividades diarias en general; ya sea a través de la relación del individuo con su ambiente, que aparece como un «papel» que el sujeto asigna a su cuerpo, o como la imagen de él que es reflejada en los otros a su alrededor.

Imagen corporal

Al tratar al cuerpo como un enfoque individual, es conveniente presentar el concepto de imagen corporal. Andrieu (2006) considera que el cuerpo objetivo es percibido por medio del cuerpo subjetivo y esa experiencia viene a modificar la imagen corporal, la estima de sí mismo y la relación con el cuerpo del otro. La imagen corporal, para Schilder (1999), es la representación mental que un individuo tiene de su cuerpo. Tal representación integra los niveles físico, emocional y mental en cada ser humano, con respecto a la percepción del propio cuerpo. El autor destaca que la imagen corporal es también un fenómeno social, en el cual

hay un intercambio continuo entre nuestra propia imagen y a de los otros. Para Helman (2009), imagen corporal puede ser cualquier forma por la cual un individuo conceptualiza y experimenta su cuerpo, sea consciente o no. Es incorporada por la percepción, pero también por dimensiones afectivas, cognitivas y conductuales (Banfield & McCabe, 2002).

En términos de la implicancia del individuo, se puede decir que dos dimensiones principales traspasan el concepto de imagen corporal: la inversión en la imagen corporal (percepción), que refleja el grado de importancia conductual y cognitiva que la persona da a su cuerpo y apariencia; y la evaluación de la imagen corporal (actitud), que se refiere al grado de satisfacción con la apariencia y la capacidad funcional del cuerpo (Hargreaves & Tiggemann, 2006; Monteath & McCabe, 1997). A pesar de estar compuesta principalmente por esos componentes, la imagen corporal es multifacética, incluyendo componentes perceptuales, cognitivos, emocionales, y conductuales que interactúan e influyen unos a los otros (Legenbauer, Rühl & Vocks, 2008).

Algunos estudios fueron realizados contemplando la imagen corporal, principalmente en lo que se refiere a la satisfacción corporal (definida como la diferencia entre el tamaño corporal percibido y el tamaño corporal ideal) y el efecto de los medios de comunicación en esta. Se observa en esos estudios una afirmación en común: mujeres, principalmente jóvenes que tienen una satisfacción corporal muy baja que es en sí directamente influenciada por los medios de comunicación. (Featherstone, 2010; Jones, 2001; Legenbauer et al., 2008; Monteath & McCabe, 1997; Tiggemann, 2004).

Actualmente, investigaciones internacionales y brasileñas acerca de la imagen corporal identifican procesos paralelos y diferenciados entre hombres y mujeres en cuanto a la manipulación del cuerpo para alcanzar la satisfacción de este. Las mujeres usualmente perciben su cuerpo como más grande de lo que realmente es, comúnmente mostrando niveles altos de insatisfacción corporal y deseando un cuerpo más delgado (Ambwani & Strauss, 2007; Camargo, Goetz, Bousfield & Justo, 2011b; Martins, Nunes & Noronha, 2008; Monteath & McCabe, 1997; Ruso, 2005). Algunos estudios observaron también que las mujeres expresan sentimientos negativos tanto en

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

relación a las partes individuales del cuerpo como al cuerpo como un todo; e identifican el cuerpo ideal para la sociedad como aún más delgado que su cuerpo ideal, percibiéndose así mucho más insatisfechas con su cuerpo cuando son confrontadas con la expectativa social (Monteath & McCabe, 1997).

Estudios realizados con mujeres de generaciones consecutivas diferentes muestran que se puede verificar en diferentes rangos de edades la voluntad de tener el cuerpo más delgado, sin embargo las mujeres jóvenes usualmente desean cuerpos mucho más delgados que las mujeres menos jóvenes (Lamb, Jackson, Cassidy & Priest 1993; Tiggemann, 2004).

Recientemente las investigaciones realizadas sobre la imagen corporal de hombres viene ganando lugar y visibilidad, constatando que estos se muestran cada vez más preocupados con la definición muscular, significado compartido socialmente como símbolo de masculinidad (Hargreaves & Tiggemann, 2006; Mills & D'Alfonso, 2007). En una investigación realizada por Tiggemann, Martins y Churchett (2008) se verificó que mientras el peso y musculatura son elementos importantes de la imagen corporal de los hombres, como es demostrado en diversas investigaciones anteriores, otros aspectos también son importantes, principalmente las partes individuales del cuerpo, como tener mas cabello, menos vellos por el cuerpo y tener más estatura.

Camargo, Justo y Aguiar (2008), en un estudio acerca de la satisfacción corporal constataron que existe una diferencia considerable entre hombres y mujeres en relación a su autoimagen y satisfacción corporal. Si bien por un lado, los hombres, aún por encima del peso considerado ideal por la Organización Mundial de la Salud (OMS) se consideran satisfechos con su cuerpo; entre las mujeres, muchas se declararon insatisfechas con su cuerpo, a pesar de que estén con el peso dentro del rango considerado ideal. De esta manera, se puede observar que hay una diferencia entre el patrón corporal establecido por la OMS y el patrón estético adoptado por los participantes.

Moscovici (1981) afirma que la imagen que llega al sujeto resume una organización compleja de estímulos, estando implícitos los juicios de valor y aspectos socialmente compartidos, de modo que los estímulos sensoriales que

llegan al sujeto son modulados por valores colectivamente divididos. En este sentido, Lopes (2007) propone que al hablar de la imagen, no se habla solo de un cuerpo anatómico, real y objetivo, instrumento de funciones de locomoción, de aprehensión y sinestesia, sino también de una corporeidad, la cual hace referencia a la realidad subjetiva. Se habla así de un cuerpo que, habiendo atravesado experiencias diferentes durante la vida, cuenta una historia, la cual está inscrita en la propia imagen.

Al tratar la imagen corporal, se destaca que existen dos énfasis diferentes: una psicológica, individual, explicada por Schilder (1999); y otra colectiva, que puede ser relacionada a la noción de organización, referida por Moscovici (1981), al afirmar que el concepto de imagen no se aleja mucho de la opinión, por los menos en lo que se refiere a sus presuposiciones de base. O sea, la imagen puede ser utilizada en la formación de una organización compleja y coherente de juicios de valor o de evaluación, teniendo una función social demarcada.

Las imágenes construidas, ya sea como evaluaciones hechas, tanto en relación a sí mismo, como relativos a otras personas, reflejan un papel ejercido por la apariencia corporal. El cuerpo medía las relaciones sociales, y al mismo tiempo puede ser considerado como mediador del conocimiento que tiene de sí mismo y del otro (Jodelet, 1994).

El Cuerpo como objeto social

Destacándose el carácter social del cuerpo humano, se observa que este se sitúa en una encrucijada de una serie de determinaciones: desde las intelectuales a las más materiales, más o menos diseminadas por la prensa, publicidad o ficción; consideradas como modos de difusión de representaciones y de valores (Ory, 2006). Hubert y De Labarre (2005) hablan sobre el llamamiento de los medios de comunicación al culto del cuerpo delgado, enfatizando prácticas que facilitan llegar al cuerpo ideal, y la grasa siendo encarada como enfermedad.

En un estudio documentado en revistas de circulación nacional, Goetz, Camargo, Bertoldo y Justo (2008), al analizar las materias sobre belleza y salud, verificaron que las RS del cuerpo en las revistas analizadas contemplan dos principales aspectos: el primero, práctico, contempla

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

LIBERABIT: Lima (Perú) 19(1): 21-32, 2013

aspectos eminentemente físicos, relativos a la belleza y a la salud corporal; y el segundo, de carácter más subjetivo, representa el cuerpo como una unidad físico-psíquica, que prioriza el equilibrio y el bienestar para alcanzar una vida más saludable. El embellecimiento aparece relacionado a la salud y sensación de bienestar y son resaltadas las técnicas que facilitan la obtención de un cuerpo adecuado a los patrones sociales difundidos.

Swain (2001), investigó las principales RS presentes en las portadas de revistas femeninas brasileñas y observó con énfasis el cuerpo tecnológico, remodelado para seguir el modelo de mujer cuyas imágenes están presentes en estas revistas. En estas revistas el cuerpo es considerado esencial, pues es a partir de su capacidad de seducción que los demás elementos se integran. La diversidad de técnicas de cirugía plástica, los cosméticos rejuvenecedores: todos en la lucha contra el tiempo y las imperfecciones. El modelo corporal estaría finalmente al alcance de todas, y la belleza sería la condición esencial para el romance y la felicidad.

Jodelet (1994) afirmó que la imagen externa del cuerpo aparece como un mediador de los lazos sociales que el individuo establece, especialmente en tres factores: 1) en una perspectiva instrumental de éxito de las interacciones sociales; 2) para responder a las normas sociales de presentación; 3) en la intención de ganar el afecto de los otros. En el estudio realizado por la misma autora, se constató que tres cuartos de personas entrevistadas reconocían una manipulación utilitaria de la presentación física, que tiene un papel en el éxito social, y es un modo de hacerse acepto por los otros y de tener más fácilmente relación con los otros.

La imagen corporal, además de estar vinculada a la autoestima, representa en un instrumento de estatus y aceptación social, donde las personas se guían en la idea de que las características internas, o de la personalidad se presentan en su apariencia física (Camargo, Justo & Alves, 2011a).

Estudios que investigaron el contenido de las RS sobre el cuerpo (Camargo et al., 2011b; Gamboa, Tura & Burzryn, 2009; Justo, 2011; Justo, Camargo, Moreira & Goetz, 2009; Secchi, Camargo & Bertoldo, 2009) apuntan que en general el cuerpo es representado como objeto y posee un papel importante en las relaciones sociales entre las personas,

asociado al poder de seducción y de influenciar en las relaciones personales en diversas situaciones, constataron que los elementos más evidentes, y que posiblemente compone el núcleo de la representación se refieren a la estética y la salud .

Camargo et al., (2011a) constataron que las personas suelen atribuir al cuerpo algunos poderes relacionados a la influencia social y principalmente los jóvenes relatan hacer uso de estos poderes de influencia en sus interacciones sociales, aunque tales funciones sociales del cuerpo no sean literalmente manifestadas en el contenido lexical de las RS, posiblemente por tratarse de una parte contra la normativa de la representación del cuerpo.

Una investigación ya clásica, realizada por Jodelet (1984), constató que en pocos años (menos de dos décadas) los cambios culturales de determinada población tuvieron repercusiones significativas en la relación de estas personas con sus cuerpos. La alteración en la relación de los individuos con su propio cuerpo, por su parte, indica que hubo cambios en la manera de representarlo, lo que evidencia la importancia de la dimensión social en las representaciones del cuerpo. La belleza corporal es un dato cultural que varía de acuerdo con cada concepción de mundo (Queiroz & Otta, 2000). Y en esta identificación cultural, los medios de comunicación se muestran como un factor fundamental. Para Sierra y Santos (2003), los medios de comunicación actuales se caracterizan por el poder de producir sentidos, proyectarlos y legitimarlos, dando visibilidad a los fenómenos que informan. Así, ella produce patrones de consumo y modelos de belleza, los cuales, a veces, no son coherentes entre sí. Muchos sujetos, principalmente los más jóvenes, llegan a alcanzar los patrones de belleza asociados al cuerpo, haciendo sacrificios que pueden llevarlos hasta a enfermar o morir (Novaes & Vilhena, 2003).

La belleza es conceptualizada por Le Pape (2006) como una calidad atribuida a un cuerpo por un individuo o por una determinada sociedad y sus límites están lejos de ser definidos. Teixeira (2001) añade que hablar de belleza presupone considerar algo real, que despierta sentimientos intensos e inspira acciones de contemplación reverencial, resultantes de elementos que extrapolan las percepciones de los cinco sentidos humanos. Existen patrones sociales establecidos en relación a la belleza corporal, que la

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

LIBERABIT: Lima (Perú) 19(1): 21-32, 2013

evidencian como forma de prestigio, de aceptación social y hasta de éxito. Muchos sujetos, principalmente los más jóvenes, buscan alcanzar estos patrones asociados al cuerpo (Shohat & Stam, 1996).

Malysse (2002), en su investigación sobre los usos sociales del cuerpo en la zona sur de Río de Janeiro, mostró que en la búsqueda de un cuerpo ideal, los individuos incorporan normas de imágenes de una nueva belleza corporal y se quedan literalmente condenados a la apariencia. Se evidencia que, para que la persona se sienta bien con la propia imagen, la aprobación de la mirada ajena es necesaria (Camargo et al., 2005; Jodelet, 1994; Secchi et al., 2009).

Alfárez (2006) afirma que la belleza corporal constituye uno de los factores o atributos personales cuya influencia, en la génesis de las relaciones interpersonales, ha sido sistemáticamente investigada durante las dos últimas décadas. Otra cuestión bastante estudiada, según el autor, se refiere a la mayor o menor importancia que la belleza física puede asumir en función del tipo de relación y de los objetivos y necesidades de los individuos en ella envueltos. De cualquier forma, la conciencia de su belleza física y de la belleza del otro es factor destacado en las interacciones sociales. Incontables estudios demostraron que personas percibidas como físicamente atractivas –o como bellas– son vistas como poseedoras de más características positivas de personalidad que aquellas personas percibidas como no atractivas, siendo preferidas y receptoras de tratos especiales en varias situaciones (Bar-Tal & Saxe, 1976; Eagly, Ashmore, Makhijani & Longo, 1991; Edward, Lemay, Clark & Greenberg, 2010; Gottschall, 2008; Jackson, Hunter & Hodge, 1995; Johnson & Pittenger, 1984; Livingston, 2001; Locher, Unger, Sociedad & Wahl, 1993).

Camargo, Goetz, Barbará y Justo (2007), afirman que la representación social de belleza más compartida entre estudiantes universitarios dicen al respeto de la imposición de patrones o reglas socialmente establecidas. Además de eso, la belleza aparece como el primer aspecto en la formación de la impresión inicial entre las personas. El estudio realizado por Camargo et al. (2005), con estudiantes de moda, indicó que la representación social de la belleza compartida en aquella población tiene dos aspectos: uno interpersonal, en lo cual la belleza surge como la primera

característica personal que se destaca en la relación social; y otro normativo, referente a los patrones de belleza determinados socialmente, los cuales deben ser seguidos. La aceptación propia, o sentirse bello es determinante para que se pueda tener la sensación de aceptación social, lo que evidencia la preocupación con las normas externas. En complementación, Novaes y Vilhena (2003) indican que la fealdad es frecuentemente asociada a la obesidad como forma de exclusión social femenina.

Sobre las RS del cuerpo femenino entre mujeres estudiantes universitarias, Secchi et al. (2009) constataron que este es representado como algo que debe ser dotado de belleza, delgadez, está asociado al estatus, ejerce el poder y atracción y debe ser saludable. Se percibe el cuerpo como un objeto idealizado, lejos de las dimensiones reales de estas mujeres, lo que repercute en su insatisfacción con el propio cuerpo.

El estudio de Camargo, Justo y Jodelet (2010) sugiere que existen diferencias en la forma de representar el cuerpo entre participantes hombres y mujeres, pero también entre los diferentes rangos de edades. Tal constatación indica que la autoimagen, la representación del cuerpo, y el papel de éste en las relaciones interpersonales varían de acuerdo con el grupo social al cual el individuo pertenece. El cuerpo es representado como un elemento normativo, con características que se destacan entre las mujeres y entre los participantes más jóvenes. Se observó que las mujeres son más exigentes en cuanto a un cuerpo ideal y también más dependientes del otro en la construcción de su autoimagen. La imagen del cuerpo femenino aparece asociada a la belleza y hay poca tolerancia para los desvíos de los patrones estéticos socialmente establecidos. Sin embargo, se observa que la influencia del cuerpo en las interacciones sociales disminuye conforme aumenta el rango de edad de los participantes.

Tiggemann y McGill (2004) encontraron indicios en sus estudios de que la comparación social como un proceso que tiene consecuencias importantes en la satisfacción con el propio cuerpo y puede estar relacionado a la difusión mediática, dato también encontrado por Want, Vickers y Amos (2009). Aun sobre el papel social del cuerpo y de su apariencia, se destaca el estudio experimental realizado por Wookey, Graves y Butler (2009) que verificó el efecto de la

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

apariencia sensual en la competencia percibida de las mujeres, constatando que la sensualidad está asociada con la habilidad social en empleos de bajo estatus, pero que la sensualidad exacerbada puede ser considerada inapropiada cuando la mujer ejerce un cargo de alto poder.

Tales estudios evidencian que tanto la preocupación como la apariencia es socialmente motivada y que la apariencia del cuerpo puede influenciar en las relaciones sociales, yendo al encuentro de lo propuesto por Jodelet en la década de 1980, al afirmar que el cuerpo es un mediador de las relaciones sociales del individuo; lo que fue confirmado también por los estudios de Camargo et al. (2005), Camargo et al. (2010) y Secchi et al. (2009), en los cuales los participantes atribuyeron a la apariencia del cuerpo repercusiones en la formación de la primera impresión sobre alguien, principalmente para las mujeres. Tales datos fueron corroborados por el estudio de Allí, Amialchuk y Rizzo (2012), lo cual constató disminuidas interacciones sociales menos relaciones de amistades entre jóvenes obesas, cuando son comparadas con las demasiadas, con peso adecuado, en un mismo grupo de estudiantes.

Para Jodelet (1984), los modelos de pensamiento producen representaciones sociales, que al ser compartidas socialmente, determinan los diferentes modos de sentir y relacionarse con el propio cuerpo. Las representaciones asumen así, un papel importante en la elaboración de maneras colectivas de ver y vivir el cuerpo, difundiendo modelos de pensamiento y de comportamiento relacionados al cuerpo (Jodelet et al., 1982). De esa forma, las representaciones sirven como una especie de guía para las prácticas del cuidado que se tiene con el cuerpo.

Prácticas corporales

El cuerpo es considerado como el resultado de un trabajo sobre sí mismo, que tiene como resultado la belleza y la salud (Damico & Meyer, 2006). Los comportamientos que tiene que ver con los cuidados con la higiene, difundidos a partir de la medicina social e higienista a partir de la década de 1920, hasta los tratamientos estéticos cada vez más dotados de tecnología; poseen una angosta relación con las RS que se tienen sobre el cuerpo y son al mismo tiempo determinantes y determinados por ellas. Pautados en la representación de un cuerpo ideal, delgado,

bonito y saludable los individuos se adhieren diferentes prácticas de cuidados con su cuerpo.

Según Abric (1998), las RS son sistemas que conducen las relaciones que los individuos tienen con su ambiente físico y social, determinando los comportamientos (o prácticas sociales) aunque de forma no lineal. Orientados por las RS que los individuos tienen que sus cuerpos, estos se adhieren a las diferentes prácticas de modificación y cuidado del cuerpo. Por prácticas corporales se entienden los comportamientos relativos al cuerpo, sea previniendo el cuidado de la salud o el embellecimiento, que pueden ser, en mayor o menor grado, sostenidas por las RS que los individuos tienen con su cuerpo. Las prácticas corporales constituyen una lista un tanto extensa de comportamientos relacionados al cuerpo: actividades físicas, dietas, uso de ropas y accesorios, adhesión a la moda y etiquetas, rituales estéticos y hasta cirugías. Se parte de la idea de que las RS se relacionan con los comportamientos, o prácticas sociales, sirviendo cómo una guía para la acción en el cotidiano (Abric, 1998; Jodelet, 2001) aunque no necesariamente esta determinación acontezca de una forma lineal.

La adhesión a las dietas, o al consumo de alimentos light y diet, que asocian el placer de la alimentación con el mantenimiento del cuerpo dentro de los patrones saludables y estéticos (Andrade, 2003), la práctica de actividades físicas, la utilización de tratamientos estéticos y, en última instancia, la sumisión a las cirugías plásticas estéticas, son prácticas relacionadas al cuerpo que en el momento se asocian a la obtención de la salud y en momentos buscan la belleza. También son consideradas prácticas corporales la elección de ropas y el comportamiento de observarse en el espejo, conforme lo descrito por Jodelet et al. (1982). Independiente del motivo que justifique la adhesión a tales prácticas, se observa que las mismas reflejan representaciones y posicionamientos acerca del cuerpo, patrones normativos acerca de lo que es belleza, o de lo que es la salud corporal.

Con la actual difusión de informaciones sobre los diversos cuidados que se debe tener con el cuerpo, crece la preocupación con el cuerpo ideal difundido por los medios de comunicación y la insatisfacción corporal alcanza a la población, principalmente a las mujeres, que son llevadas a adoptar dietas altamente restrictivas y ejercicios físicos

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

extenuantes como forma de compensar las calorías ingeridas, en la tentativa de corresponder al modelo cultural vigente (Andrade, 2003). En una investigación realizada por Garcia (1997), se observó la paradoja alimentación y belleza, notando que actualmente el placer de comer está sometido al placer de ser atractivo físicamente y estar dentro de los patrones estéticos, apareciendo una duda en cuanto a satisfacerse gastronómicamente o un cuerpo bello.

La práctica de actividad física, en el estudio de Salles-Costa, Heilborn, Werneck, Faerstein y Lopes (2003), fue valorada por los participantes hombres y mujeres, considerada como una inversión social, por dejar el cuerpo más bonito. Esta práctica está predominantemente asociada a los hombres en la muestra estudiada (funcionarios de una universidad de Río de Janeiro) y la incidencia de la inactividad física por parte de las mujeres fue relacionada a la falta de tiempo para el ocio, una vez que estas valoraban la práctica de actividad física, y justifican la no adhesión a esa práctica por la falta de tiempo. Otros estudios también presentan la baja adhesión de las mujeres a la práctica de ejercicios físicos, en oposición a una mayor adhesión a las dietas y favoritismo a las cirugías estéticas (Camargo et al., 2008; Secchi et al., 2009).

La práctica de actividades físicas, si por un lado puede estar asociada al mantenimiento de un cuerpo saludable y con mayor calidad de vida, por otro lado puede evidenciar como la búsqueda de un cuerpo bonito a partir de los ejercicios, a veces transcurre en excesos. Un estudio de Irait, Llaves y Orleans (2009), investigaron dimensiones simbólicas acerca del uso de anabolizantes por personas de diferentes clases sociales, practicantes de musculación. Para los participantes de la investigación, la motivación para la práctica de la musculación es claramente estética. La grasa es la villana y el objetivo es eliminarla. El cuerpo es representado como un objeto incompleto, que necesita ser trabajado y perfeccionado y el uso de anabolizantes brinda una solución rápida y eficiente en el modelaje del cuerpo. Los cuidados con el cuerpo distinguen entre las personas que se cuidan (y que por eso son valoradas) y aquellas relajadas que no se cuidan. Se destaca aún una fuerte distinción entre las diferentes clases sociales en las motivaciones para el uso de anabolizantes y el culto a un cuerpo musculoso.

La constatación de este estudio evidencia como el cuerpo y las prácticas a él relacionadas solo pueden ser estudiados por medio de la contextualización cultural, y que una misma práctica puede asumir diferentes connotaciones de acuerdo con el contexto en que está insertada. El mismo patrón que es anhelado, si por un lado está relacionado al estatus social y al poder de seducción del sexo opuesto, puede estar vinculado también a las cosas del trabajo y de imposición de respeto frente a sus pares (Irait et al., 2009).

Aún en el contexto de academias, Sautchuk (2007) observa en su estudio, un contraste en la orientación de prácticas corporales acerca de salud y estética, donde la medida de salud asume un estatus moral y ocupa posición predominante en la justificación del ejercicio físico; y la estética (objeto menos valorado y menos explícito de lo que es la salud) se justifica como una forma de contribuir a la calidad de vida y a la salud por medio de la satisfacción personal. Sin embargo, de acuerdo con el autor, eso no refleja una importancia menor a la estética, pues está directamente relacionada con el bienestar y traduce el interés personal en invertir en el propio cuerpo.

Otra práctica relativa al cuerpo que gana importancia en la búsqueda por la belleza es la realización de cirugías plásticas estéticas. Estas intervenciones que antes eran mantenidas en sigilo (Teixeira, 2001), eran consideradas una inmoralidad por los propios cirujanos y evaluadas como una práctica marginal hasta la década de 1950 (Neto & Caponi, 2007); hoy son difundidas en los medios de comunicación y aceptadas por la sociedad en general con naturalidad (Teixeira, 2001). Según la Sociedad Brasileña de Cirugía Plástica (2009), son realizadas en Brasil aproximadamente 629 mil cirugías plásticas por año, de estas, 547 mil son cirugías estéticas. Tal número califica a Brasil como el tercer país donde se realizan más cirugías estéticas en el mundo, detrás solo de Estados Unidos y de México. La difusión de este tipo de intervención, conforme Neto y Caponi (2007), ha demandado de la medicina una preocupación en definir los patrones biológicos de belleza.

Aunque venga creciendo considerablemente el número de procedimientos quirúrgicos estéticos en Brasil y en el mundo, De Rosa y Holman (2011) apuntan que las cirugías estéticas aún adquieren una connotación negativa por gran

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

parte de las personas, y tal práctica es más difundida entre adolescentes y mujeres extremadamente bellas, que utilizan estrategias para mantener en anonimato con relación a estos procedimientos.

En un estudio realizado por Slevic y Tiggemann (2010) se puede determinar que los efectos de los medios de comunicación en las actitudes cuando la cirugía estética son directos, y que la inversión en la apariencia, ansiedad a envejecer y exposición a la televisión, predicen la motivación social para la cirugía estética.

Adams (2010) relata en su estudio que las motivaciones para la realización de cirugías estéticas son articuladas en términos físicos y psicosociales, con la expectativa de que las alteraciones físicas facilitarán alteraciones emocionales y sociales.

Las investigaciones apuntan que el mayor motivo que se ha dicho para la realización de cirugías estéticas es la mejoría de la autoestima, donde se cree que no habrá solo una intervención para la mejora física, pero especialmente en la mejora psicológica y social (Gimlin, 2007; Kinnunen, 2010; Neto & Caponi, 2007). También se encuentra como motivación evitar el envejecimiento y la influencia generacional, donde los hijos son motivados por los padres que ya se realizaron cirugías estéticas (Edmonds, 2007; Kinnunen, 2010).

En un estudio que investigó representaciones y prácticas corporales de adultos hombres y mujeres, Camargo et al. (2010) constataron que cerca de la mitad de las mujeres declararon que pretenden realizar una cirugía estética, mientras entre los hombres ese número decae para un 15%. Las ganas de ser sometido a tal intervención son características de las personas que están insatisfechas con su propio cuerpo y con el índice de masa corpórea dentro de lo considerado normal. La cirugía se presenta relacionada a la búsqueda de la satisfacción corporal y al aumento de la autoestima por los participantes.

Andrieu (2006) afirma que a consecuencia de la longevidad, tanto los hombres como las mujeres están ocupados cada vez más de sus cuerpos, y la medicina es solicitada para recuperar la vitalidad de la juventud, sea por medio de medicamentos, cirugías estéticas, o en el desarrollo de cosméticos. En este sentido, Clarke y Griffin (2007)

investigaron como mujeres entre 50 y 70 años relacionaban el envejecimiento y las técnicas de embellecimiento incluyendo cremas antiarrugas, cosméticos, tinte para cabellos, cirugías plásticas y procedimientos estéticos no quirúrgicos. Los autores observaron que estas mujeres ven las intervenciones estéticas en relación al envejecimiento como prácticas naturales y al mismo tiempo idealizadas. Los tratamientos de belleza son cada vez más accesibles, y se hacen prácticamente obligatorio para las mujeres, en una cultura que desvaloriza el cuerpo envejecido y las realidades físicas naturales.

Por medio de la producción en gran escala, los medios de comunicación masiva y la publicidad, los elementos de moda son rápidamente difundidos y deseados, igualando gustos y apariencias y al mismo tiempo explicitando la identidad, el estilo de vida y el grupo al cual el sujeto pertenece (Pires, 2005). Lee, Damhorst y Ogle (2009) verifican en su estudio con mujeres universitarias que son participantes con una mayor satisfacción corporal son menos propicias a la modificación corporal debido a modas y comportamientos para perder peso, como dietas, ejercicios y cirugía estética; lo que sale al encuentro de lo que apuntan Camargo et al. (2010), siendo las personas insatisfechas con el cuerpo, y no necesariamente las que andan con sobrepeso, aquellas con mayor propensión a hacerse procedimientos estéticos.

El cuerpo se hace objeto de intervenciones en la búsqueda por satisfacer los patrones de belleza, y en ese sentido, la medicina se vuelve una importante mediadora (Suissa, 2008), sea a partir del desarrollo de tratamientos dermatológicos, quirúrgicos, o por medio de los muchos tipos de intervenciones, trabajando en la interfaz entre la salud y el embellecimiento. Tales prácticas sostienen las RS difundidas sobre el cuerpo, al mismo tiempo en que son posibilitadas por ellas.

Consideraciones Finales

El cuerpo humano es un objeto de estudio cuya importancia social se evidencia a lo largo de toda la historia. Y partir de la historia de la humanidad se observa que el cuerpo, aunque se caracterice como un objeto físico que materializa la existencia humana, también es tomado como un contenido simbólico, el cual es influenciado por el movimiento de las sociedades. Así, resulta de la interacción

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

de la materia natural, con el ambiente social en que se inserta, resultando en representaciones individuales y sociales (Andrieu, 2006).

Se considera que las TRS pueden ser utilizadas como una importante teoría de base para el estudio del pensamiento social acerca del cuerpo y de los comportamientos a él asociados, con miras a que éstas favorezcan la observación del cuerpo como un objeto social y que no puede ser distanciado de los valores y creencias vigentes en un grupo. O sea, el estudio del cuerpo a partir de las TRS presenta la posibilidad de integración de las dimensiones privadas a aquellas socialmente compartidas y que reflejan en modos de relacionarse, tanto con el propio cuerpo como con el cuerpo de los demás, así como apuntó Jodelet, (1994). Las RS, de acuerdo con la autora, se muestran fundamentales en la elaboración de modos colectivos de concebir y experimentar el cuerpo, diseminando modelos de pensamiento y de comportamiento a él relacionados.

Se considera que se vive un momento social donde el cuerpo y las prácticas de cuidados corporales han sido evidenciadas tanto en los medios de comunicación como en las producciones científicas de las últimas décadas, reflejando el movimiento de la sociedad en relación a este objeto y los valores a él implicados. El momento que se presencia es marcado por el culto al cuerpo delgado, en forma y saludable, reflejando las exigencias y las contradicciones que vivimos. Por un lado ocurre la valorización de la exhibición de un cuerpo delgado y que refleje salud, por otro se destaca la epidemia de la obesidad, que aumenta en la medida en que las personas se hacen cada vez más sedentarias y con menos tiempo para cuidar de sí mismas. El aumento de la longevidad de las personas, enfatizando la mirada más atenta a la salud, aliada a la calidad de vida, se presenta como otro enfoque importante para pensar en el cuerpo y en los cuidados relativos a él.

Finalmente, hay que recordar que el cuerpo humano comprende una complejidad notable. Consecuentemente, las cogniciones acerca de este objeto son también complejas, dotadas de consentimientos delicados, peculiaridades; facetas que despertaron la atención de los investigadores y de los estudiosos a lo largo de toda la historia de la humanidad, y que continúan trayendo demandas a que sean pensadas e investigadas, de acuerdo con el movimiento histórico de las sociedades.

Referencias

- Adams, J. (2010). Motivational Narratives and Assessments of the Body After Cosmetic Surgery. *Qualitative Health Research, 20*(6), 755-767.
- Alferes, V. (2006). Atração interpessoal, sexualidade e relações íntimas. In: Vala, J. & Monteiro, M. (Orgs). *Psicologia Social* (pp. 125-158). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Ali, M., Amialchuk, A. & Rizzo, J. (2012). The influence of body weight on social network ties among adolescents. *Economics and Human Biology, 10*, 20-34.
- Ambwani, S. & Strauss, J. (2007). Love Thyself Before Loving Others? A Qualitative and Quantitative Analysis of Gender Differences in Body Image and Romantic Love. *Sex Roles, 56*, 13-21.
- Andrade, S. (2003). Saúde e beleza do corpo feminino – algumas representações no Brasil do Século XX. *Movimento, 9*(1), 119-143.
- Andrieu, B. (2006). Corps. In: B. Andrieu (Org.) *Le dictionnaire du corps en sciences humaines e sociales* (pp. 103-104). Paris: CNRS Editions.
- Banfield, S. & McCabe, M. (2002). An Evaluation of the Construct of Body Image. *Adolescence, 37*(146), 373-393.
- Bar-Tal, D. & Saxe, L. (1976). Physical Attractiveness and Its Relationship to Sex-Role Stereotyping. *Sex Roles, 2*(2).
- Bertoldo, R. (2009). *Représentations sociales du Changement Climatique: effets du contexte de présentation et de l'implication. Rapport de Maîtrise*. Université Paris Descartes - Institut de psychologie, Paris. (não publicado).
- Camargo, B., Goetz, E., Barbará, A. & Justo, A. (2007). Representação social da beleza de estudantes de Educação Física e de Moda. In: *Resumos de comunicações científicas online*, V Jornada Internacional e III Conferência Brasileira sobre Representações Sociais. Brasília.
- Camargo, B., Justo, A. & Aguiar, A. (2008). Corpo real, corpo ideal: a auto-imagem definindo práticas corporais. In: *Trabalhos completos do VI Congresso Iberoamericano de Psicologia*, Lima.
- Camargo, B., Justo, A. & Jodelet, D. (2010). Normas, Representações Sociais e Práticas Corporais. *Revista Interamericana de Psicologia, 44*(3), 456-464.
- Camargo, B., Justo, A. & Alves, C. (2011a). As funções sociais e as representações sociais em relação ao corpo: uma comparação geracional. *Temas em Psicologia, 19*(1), 269-281.
- Camargo, B., Goetz, E., Bousfield, A. & Justo, A. (2011b). Representações sociais do corpo: estética e saúde. *Temas em Psicologia, 19*(1), 257-268.
- Chammé, S. (1996). Modos e modas da doença e do corpo. *Saúde e Sociedade, 5*(2), 61-76.
- Clarke, L. & Griffin, N. (2007). The body natural and the body unnatural: Beauty work and aging. *Journal of Aging Studies, 21*, 187-201.

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

- Damico, J. & Meyer, D. (2006). O corpo como marcador social: Saúde, beleza e valorização de cuidados corporais de jovens mulheres. *Revista Brasileira de ciências do esporte*, 27(3), 103-118.
- Denegri, M., Cabezas, D., Sepúlveda, J., Valle, C., González, Y. & Miranda, H. (2010). Representaciones sociales sobre pobreza en estudiantes universitarios chilenos. *Liberabit Revista de Psicología*, 16(2), 161-170
- De Rosa, A. & Holman, A. (2011). Social representations of female-male beauty and aesthetic surgery: a cross-cultural analysis. *Temas em Psicologia*, 19(1), 75-98.
- Durozoi, G. (1996). *Dicionário de Filosofia*. Campinas: Papirus.
- Edmonds, A. (2007). No universo da beleza: notas de campo sobre a cirurgia plástica no Rio de Janeiro. In: Goldenberg, M. (org.), *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2 ed.
- Eagly, A., Ashmore, R., Makhijani, M. & Longo, L. (1991). What Is Beautiful Is Good, But: A Meta-Analytic Review of Research on the Physical Attractiveness Stereotype. *Psychological Bulletin*, 10(1), 109-128.
- Edward, P., Lemay, E., Clark, M. & Greenberg, A. (2010). What Is Beautiful Is Good Because What Is Beautiful Is Desired: Physical Attractiveness Stereotyping as Projection of Interpersonal Goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(3), 339-353.
- Featherstone, M. (2010). Body, Image and Affect in Consumer Culture. *Body & Society*, 16(1), 193-221.
- Gamboa, J., Tura, L. & Bursztyn, I. (2009). Representações sociais do corpo em estudantes do ensino médio. In: *Anais IV Conferência Brasileira sobre representações sociais*.
- Goetz, E., Camargo, B., Bertoldo R. & Justo, A. (2008). Representações sociais do corpo na mídia impressa. *Psicologia e Sociedade*, 20(2), 226-236.
- Gottschall, J. (2008). The «Beauty Myth» Is No Myth Emphasis on Male-Female Attractiveness in World Folktales. *Human Nature*, 19, 174-188.
- Gimlin, D. (2007). Accounting for Cosmetic Surgery in the USA and Great Britain: A Cross-cultural Analysis of Women's Narratives. *Body & Society*, 13(1), 41-60.
- Hargreaves, D. & Tiggemann, M. (2006). 'Body Image Is for Girls' A Qualitative Study of Boys' Body Image. *Journal of Health Psychology*, 11(4), 567-576.
- Helman, C. (2009). *Cultura, saúde e doença*. Porto Alegre: Artmed.
- Hubert, A. & De Labarre, M. (2005). La dictature de la minceur. *Cahier de Nutrition et Diététique*, 40(6), 300-3006.
- Jackson, L., Hunter, J. & Hodge, C. (1995). Physical Attractiveness and Intellectual Competence: A Meta-Analytic Review. *Social Psychology Quarterly*, 58(2), 108-122.
- Jodelet, D., Ohana, J., Bessis-Moñino, C. & Dannenmuller, E. (1982). *Système de représentation du corps et groupes sociaux* (1) Laboratoire de Psychologie Sociale: E.H.E.S.S.
- Jodelet, D. (1984). The representation of the body and its transformations. Em R. Farr & S. Moscovici (Orgs.), *Social representations* (pp. 211-238). Cambridge: Cambridge University Press.
- Jodelet, D. (1994). Le corps, la personne et autrui. In: S. Moscovici (Org.), *Psychologie sociale des relations à autrui* (pp. 41-68). Paris: Nathan.
- Jodelet, D. (2001). Representações sociais: Um domínio em expansão (L. Ulup, Trad.). In: D. Jodelet (Org.), *As representações sociais* (pp.187-203). Rio de Janeiro: Eduerj.
- Jones, D. (2001). Social Comparison and Body Image: Attractiveness Comparisons to Models and Peers among Adolescent Girls and Boys. *Sex Roles*, 45(9/10), 645-664.
- Johnson, D. & Pittenger, J. (1984). Attribution, the Attractiveness Stereotype, and the Elderly. *Developmental Psychology*, 20(6), 1168-1172.
- Justo, A. (2011). Representações sociais sobre o corpo e implicações do contexto de inserção desse objeto. *Dissertação de Mestrado*. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis (SC).
- Justo, A., Camargo, B., Moreira, A. & Goetz, E. (2009). Representações Sociais sobre o Corpo: um abordagem estrutural. *VI Jornada Internacional de Representações Sociais*, Buenos Aires.
- Kinnunen, T. (2010). 'A second youth': pursuing happiness and respectability through cosmetic surgery in Finland. *Sociology of Health & Illness*, 32(2), 258-271.
- Lamb, S., Jackson, L., Cassiday, P. & Priest, D. (1993). Body figure preferences of men and women: A comparison of two generations. *Sex Roles*, 28(5), 345-358.
- Lee, H., Damhorst, M. & Ogle, J. (2009). Body Satisfaction and Attitude Theory: Linkages With Normative Compliance and Behaviors Undertaken to Change the Body. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 37(4), 466-488.
- Legenbauer, T., Rühl, I. & Vocks, S. (2008). Influence of Appearance-Related TV Commercials on Body Image State. *Behavior Modification*, 32(3), 352-371.
- Le Pape, Y. (2006). Beauté/Laideur. In: B. Andrieu (Org.) *Le dictionnaire du corps en sciences humaines e sociales* (pp. 48-49). Paris: CNRS Editions.
- Livingston, R. (2001). What You See Is What You Get: Systematic Variability in Perceptual-Based Social Judgment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(9), 1086-1096.
- Locher, P., Unger, R., Sociedade, P. & Wahl, J. (1993). At First Glance: Accessibility of the Physical Attractiveness Stereotype. *Sex Roles*, 28(11).
- Lopes, R. (2007). Imagem e auto-imagem: da homogenidade da velhice para a heterogenidade das vivências. In: A. Neri (Org.), *Idosos no Brasil: vivências, desafios e expectativa na terceira idade*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Aramabo, Edições SESC.

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

- Malysse, S. (2002). Um ensaio de antropologia visual do corpo ou como pensar em imagens o corpo visto? In: B. Lyra & W. Garcia, *Corpo e imagem*. São Paulo: Arte & Ciência.
- Martins, D., Nunes, M. & Noronha, A. (2008). Satisfação com a imagem corporal e autoconceito em adolescentes. *Psicologia: Teoria e Prática*, 10(2), 94-105.
- Mills, J. & D'Alfonso, S. (2007). Competition and male body image: increased drive for muscularity following failure to a female. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26(4), 505-518.
- Monteath, S. & McCabe, M. (1997). The Influence of Societal Factors on Female Body Image. *The Journal of Social Psychology*, 137(6), 708-727.
- Moscovici, S. (1961/1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: PUF.
- Moscovici, S. (1981). On social representations. In: Forgas, J. *Social Cognition*. London: Academic press.
- Neto, P. & Caponi, S. (2007). A medicalização da beleza. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, 11(23), 569-84.
- Novaes, J. & Vilhena, J. (2003). De Cinderela a Moura Torta: Sobre a relação mulher, beleza e feiúra. *Interações, Estudos e Pesquisas Psicológicas*, 8(15), 9-36.
- Ory, P. (2006). Le corps ordinaire. Em: A. Corbain, J. Courtine & G. Vigarello (Orgs.), *Historie du corps: Les mutations du regard. Le XX^e siècle* (pp. 129-449). Paris: Éditions du Seuil.
- Pires, B. (2005). *O corpo como suporte da arte*. São Paulo: Senac.
- Queiroz, R. & Otta, E. (2000). *O corpo do brasileiro: Estudos de estética e beleza*. São Paulo: Senac.
- Russo, R. (2005). Imagem corporal: construção através da cultura do belo. *Movimento & Percepção*, 5(6).
- Schilder, P. (1999). *A imagem do corpo: As energias construtivas da psique*. São Paulo: Martins Fontes.
- Secchi, K., Camargo, B. & Bertoldo, R. (2009). Percepção da Imagem Corporal e Representações sociais do corpo. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 25(2), 229-236.
- Scliar, M. (2007). História do conceito de saúde. *PHYSIS: Revista de Saúde Coletiva*, 7(1), 29-41.
- Separavich, M. & Canesqui, A. (2010). Girando a Lente Socioantropológica sobre o Corpo: uma breve reflexão. *Saúde Sociedade* 19(2), 249-259.
- Serra, G. & Santos, E. (2003). Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito. *Ciência e Saúde Coletiva*, 8(3), 691-701.
- Shohat, E. & Stam, R. (1996). *Unthinking eurocentrism: Multiculturalism and the media* (pp. 322-327). New York: Routledge.
- Siqueira, D. & Faria, A. (2007). Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. *Comunicação, mídia e consumo*, 4(9), 171-188.
- Slevec, J. & Tiggemann, M. (2010). Attitudes Toward Cosmetic Surgery in Middle-Aged Women: Body Image, Aging Anxiety, and the Media. *Psychology of Women Quarterly*, 34, 65-74.
- Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (2009). País registra 1,2 mil plásticas ao dia. *Boletim de notícias*. Disponível In: http://www2.cirurgiaplastica.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=101:país-registra-12-mil-plasticas-ao-dia&catid=42:ultimas-noticias&Itemid=87
- Suissa, A. (2008). Addiction to Cosmetic Surgery: Representations and Medicalization of the Body. *International Journal of Ment Health Addiction*, 6, 619-630.
- Swain, T. (2001). Feminismo e recortes do tempo presente: Mulheres em revistas femininas. *São Paulo em Perspectiva*, 15(3), 67-81.
- Teixeira, S. (2001). Produção e consumo social da beleza. *Horizontes Antropológicos*, 7(16), 189-220.
- Tiggemann, M. (2004). Body image across the adult life span: stability and change. *Body Image*, 1, 29-41.
- Tiggemann, M. & McGill, B. (2004). The Role of Social Comparison in the Effect of Magazine Advertisements on Women's Mood and Body Dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(1), 23-44.
- Tiggemann, M., Martins, Y. & Churchett, L. (2008). Beyond Muscles Unexplored Parts of Men's Body Image. *Journal of Health Psychology*, 13(8), 1163-1172.
- Want, S., Vickers, K. & Amos, J. (2009). The Influence of Television Programs on Appearance Satisfaction: Making and Mitigating Social Comparisons to «Friends». *Sex Roles*, 60, 642-655.
- Wookey, M., Graves, N. & Butler, J. (2009) Effects of a Sexy Appearance on Perceived Competence of Women. *Journal of Social Psychology*, 149(1), 116-118.

* Universidade Federal de Santa Catarina - Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.

* anamjusto@yahoo.com.br

** brigido.camargo@yahoo.com.br

LIBERABIT: Lima (Perú) 19(1): 21-32, 2013

ISSN: 1729-4827 (Impresa)

ISSN: 2223-7666 (Digital)