

INTRODUÇÃO

Apesar de existirem várias definições de imagem corporal, considera-se, de uma forma geral, que a imagem corporal é o retrato mental que o indivíduo tem do seu corpo. Norris (1982) defende que a imagem corporal é o conjunto de percepções, informações e sensações conscientes e inconscientes, em constante mudança sobre o nosso próprio corpo. São vários os fatores que podem influenciar o processo de formação da imagem corporal e entre eles estão o género, a idade, a satisfação corporal, além da relação com o corpo, com os processos cognitivos, afetivos e sociais. Neste contexto, o nível socioeconómico, as crenças, os meios de comunicação, o ambiente escolar, os valores, as atitudes e a própria cultura, podem ter grande influência sobre a imagem que o indivíduo forma de si mesmo.

OBJETIVOS

Analisar as relações entre o nível social e económico e a auto percepção da imagem corporal em adolescentes

METODOLOGIA

Realizou-se um estudo transversal e quantitativo. Após autorização de participação dos responsáveis pelos adolescentes, e por parte da organização que foi objeto de estudo, foram distribuídos, no mês de maio do ano letivo 2010/2011, em contexto de sala de aula, 320 questionários a estudantes, com idades entre os 10 e os 15 anos, que frequentavam o 2º ciclo de escolaridade de uma Escola do Concelho de Vila Nova de Gaia. Receberam-se, devidamente, preenchidos 153 questionários.

Para avaliar a percepção da autoimagem corporal utilizou-se a Escala de Silhuetas proposta por Tiggemann & Wilson-Barrett (1998) a qual representa um continuum desde a magreza (silhueta 1) até à obesidade severa (silhueta 9). Nesta escala, cada adolescente escolheu o número da silhueta que considerava mais semelhante à sua imagem atual e a que percecionava como ideal. Deste modo a insatisfação com a imagem corporal foi determinada pela diferença entre a auto percepção da imagem ideal e da imagem atual.

O nível social e económico foi determinado através da Classificação Social Internacional estabelecida por Graffar. Para avaliar o Índice de Massa Corporal (IMC) foi necessário recorrer às tabelas de Percentis.

Participaram neste estudo de forma voluntária 153 adolescentes sendo que a maioria, eram do género feminino e pertenciam à classe social média (68,6%). Uma parte significativa apresentou excesso de peso (24,2%) ou obesidade (18,3%) (tabela 1).

Tabela 1 – Frequências (Género, Classes sociais e IMC) e medidas de tendência central e de dispersão (idade)

Variáveis	Grupos	Frequências (n=153)	
		%	n
Género	Masculino	49,7	76
	Feminino	50,3	77
Classe social	Média alta	5,3	9
	Média	68,6	105
	Média baixa	25,5	39
IMC	Baixo peso/ normal peso	57,5	88
	Excesso peso/obesidade	42,5	65
Medidas de tendência central e de dispersão relativas à idade			
Média=18,8 DP±0,962 Moda= 12 Mediana=12 Mínimo=10 Máximo=15			

RESULTADOS

A maioria dos adolescentes está insatisfeito com o seu corpo (69,9%) sendo que destes, 51,1% está insatisfeito por considerar que tem uma silhueta acima da desejada e 18,3% está insatisfeito porque considera que tem uma silhueta abaixo da desejada (figura 1).

As adolescentes em comparação com os adolescentes ambicionam, em maior número, ter uma silhueta menor (54,5% vs. 48,7%) (figura 2).



Figura 1 – Prevalência de adolescentes insatisfeitos com a imagem corporal

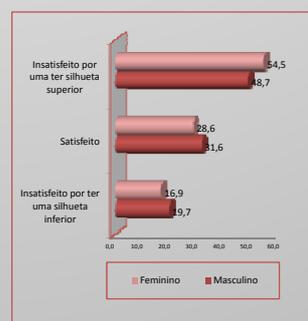


Figura 2 – Prevalência de adolescentes insatisfeitos com a imagem corporal por género

As adolescentes em comparação com os adolescentes ambicionam, em maior número, ter uma silhueta menor (54,5% vs. 48,7%) (figura 2).

Os resultados permitiram verificar que a imagem corporal esteve associada ao género ($\chi^2= 54,121$; $p= 0,046$), ao Índice de Massa Corporal ($\chi^2=48,291$; $p=0,000$) e ao nível social e económico ($\chi^2=6,273$; $p=0,043$). Por um lado, foram os adolescentes do género feminino que apresentaram, em maior número, insatisfação corporal por excesso de peso ou obesidade. Por outro, observou-se que os adolescentes de nível social e económico mais elevado apresentaram em maior número, satisfação com a sua imagem corporal (figura 3) e menor Índice de Massa Corporal em comparação com os adolescentes de nível social e económico mais baixo (figura 4).

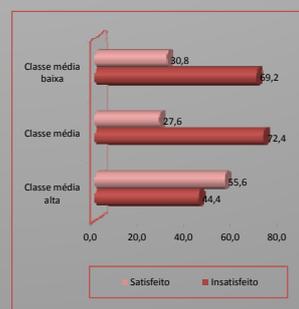


Figura 3 – Prevalência de insatisfeitos com a imagem corporal por classe social

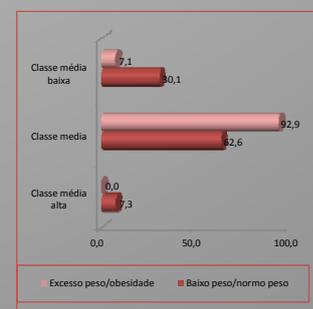


Figura 4 – Índice de massa Corporal por classe social

CONCLUSÕES

As condições sociais e económicas em que os adolescentes estão integrados estão associados à sua autoimagem, destacando-se o papel da escola/família na ajuda para a compreensão/gestão das emoções de forma a evitar no futuro problemas e distúrbios alimentares.

BIBLIOGRAFIA