



## **Anorexia: Além da Busca pela Beleza<sup>1</sup>**

Vanessa Cristina Ferreira Simões<sup>2</sup>

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Ataíde Malcher<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pará

### **Resumo**

Este trabalho tem por objetivo iniciar uma reflexão sobre o distúrbio alimentar anorexia, a partir de uma revisão bibliográfica acerca de dois importantes momentos históricos de desenvolvimento da doença – a Idade Média e a Contemporaneidade. A compreensão preliminar das características desses dois períodos, apoiados pelo entendimento dos conceitos de *mediações* (Martín-Barbero) e *poder simbólico* (Bourdieu), contribuirão para vislumbrar o papel determinante da cultura no desenvolvimento e desdobramentos da doença.

Palavras chave: Anorexia. Contemporaneidade. Idade Média. Corpo.

### **1 Apresentação**

A anorexia nervosa e a bulimia ou, segundo as vítimas da doença, a “Ana” e a “Mia”, são doenças que só na última década apresentaram um crescimento de cerca de 300%, a nível mundial – o que, para alguns especialistas, como a psiquiatra Laura Della Ragione<sup>4</sup>, caracteriza-as como epidemias. Elas atingem principalmente as adolescentes, por ser esta uma fase de construção de identidade, na qual a necessidade de pertencimento e a experiência das idéias de liberdade e autonomia aumentam os riscos de aquisição dos distúrbios.

A anorexia, objeto de estudo deste trabalho, costuma ser associada à busca exacerbada e doentia pela beleza. Entretanto, por meio de uma revisão bibliográfica de sua manifestação em dois contextos históricos completamente diferentes em seus valores e práticas – Idade Média e Contemporaneidade –, percebe-se que a raiz da doença vai muito além da imitação de estereótipos de beleza.

É fundamental neste momento, investigar a maneira como essas jovens mulheres se relacionam consigo mesmas e com o mundo que as cerca, transferindo essas relações

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na sessão de Teorias da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação, 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade da UFPA, email: vanessa.assessoria@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora da Faculdade de Comunicação, Coordenadora da Academia Amazônia e do GPAC (Grupo de Pesquisa em Cultura e Audiovisual).

<sup>4</sup> Apud Ovadia, 2008.



para os sentidos que elas atribuem ao ato de alimentar-se. Ou seja, as *mediações*<sup>5</sup> que atuam nesse processo: fatores da experiência individual e coletiva que interferem na maneira como elas recebem, entendem e resignificam suas relações com o mundo, determinando seu entendimento e práticas sobre ele.

Partindo deste entendimento, será construída uma análise preliminar na qual os *capitais simbólicos*<sup>6</sup> que permeiam as relações sociais desses dois momentos históricos virão à tona e demonstrarão a maneira como foram resignificados pelas adolescentes de cada época, a caminho da doença. Nesse sentido, fazem-se indispensáveis as contribuições da psicanalista e pesquisadora em anorexia, Weinberg<sup>7</sup>, e do sociólogo e investigador das dinâmicas dos relacionamentos da *modernidade líquida*, Zygmunt Bauman<sup>8</sup>.

Com ênfase no momento contemporâneo, serão feitas também análises acerca do papel da mídia no processo de construção da imagem de corpo ideal – e fatalmente inatingível, o que gera distorções na percepção da auto-imagem corporal – e dos novos dispositivos de comunicação de que as anoréxicas se valem a fim de constituir seus laços sociais: de que maneiras eles contribuem com o distúrbio ou auxiliam na reabilitação.

## 2 Anorexias e seus contextos

A anorexia nervosa caracteriza-se pela prática alimentar restritiva que revela uma preocupação extrema com pesos e medidas corporais. Ela costuma fazer vítimas junto ao público feminino, especialmente às adolescentes e jovens mulheres. Considera-se quadro clínico de anorexia aqueles que apresentam índice de massa corpórea pelo menos 15% inferior ao peso ideal.<sup>9</sup>

Os principais sintomas da doença basicamente são: a perda exagerada de peso em pequeno espaço de tempo; isolamento social, principalmente em relação aos acontecimentos sociais que envolvem alimentação; depressão; atenção anormal aos valores calóricos dos alimentos; distorção da auto-imagem corporal; pele seca e coberta de lanugo (fina camada de pêlos escuros); amenorréia (interrupção do fluxo menstrual), alteração da frequência cardíaca (média de 36 batimentos por minuto, sendo o normal entre 60 e 80) e da pressão arterial (fica na casa dos 8 por 4, quando deveria estar na de 12 por 8)<sup>10</sup>.

---

<sup>5</sup> Martín-Barbero, 1997.

<sup>6</sup> Bourdieu, 1989.

<sup>7</sup> Weinberg, 2005.

<sup>8</sup> Bauman, 2003.

<sup>9</sup> drauziovarella.ig.com.br, 2007.

<sup>10</sup> drauziovarella.ig.com.br, 2007.



Segundos vários estudos já comprovados, as vítimas da Ana (apelido atribuído pelas anoréxicas à doença) apresentam um mesmo perfil comportamental, que alguns psicólogos acreditam serem pré-dispostos a desenvolverem o distúrbio. Mulheres competitivas, perfeccionistas e muito exigentes consigo mesmas<sup>11</sup>.

Assunto de grande repercussão midiática nos últimos anos, a anorexia ainda carece de estudos aprofundados que se proponham a entender os motivos que cercam o início da doença e o ciclo vicioso que se estabelece, prendendo essas jovens mulheres em um compromisso diário com cada centímetro de seus corpos. Para isso, primeiramente, é preciso desconstruir o pressuposto de anorexia como um mal proveniente de tempos pós-modernos, cujas motivações estariam ligadas estritamente ao culto ao corpo e a influência midiática.

Existem registros e estudos que comprovam a existência de casos de anorexia durante a Idade Média. Naquele contexto, a vida social era fortemente marcada pelo exercício religioso e pelo poder da Igreja, que era a instituição regulamentadora das práticas sociais, orientando-as segundo “a vontade de Deus”. Desta forma, tudo pregado por ela era entendido como inquestionável e irrevogável, já que representava a voz de Deus na Terra. Aqueles que mantinham uma vida distante dos ideais de pregados eram considerados impuros, hereges, e, com isso, recriminados socialmente<sup>12</sup>.

A vida de Cristo era apresentada como um modelo de conduta a ser buscado incessantemente. Seu sacrifício em vida garantiu aos homens a possibilidade de salvação e, por isso, o cotidiano daqueles que almejavam a vida eterna deveria ser resignado, afastando-se dos prazeres do mundo, para alcançar a pureza do espírito, a transcendência ao divino.

“Nos primeiros anos da Idade Média, a glotonaria passou a ser sinônimo de impureza, a gula converteu-se num dos sete pecados capitais, e a rejeição aos alimentos foi eleita a penitência preferida para alcançar o estado de máxima espiritualidade. A busca da santidade, do puro, exigia privações do corpo.”<sup>13</sup>

Assim, na tentativa de atingir a purificação da alma e livrar-se das tentações da gula, que tornava o corpo forte e apto a cometer pecados, diversas mulheres da sociedade medieval iniciaram uma prática de intensos e longos jejuns, que com o tempo começaram a estender-se cada vez mais, tornando-se o centro de suas vidas espirituais.

---

<sup>11</sup> drauziovarella.ig.com.br, 2007.

<sup>12</sup> Soares, 2008.

<sup>13</sup> Weinberg, 2005, p. 52.



A fé em Cristo renovava suas forças e as mantinha firmes na negação da comida. A única fome que elas sentiam era “de um alimento supremo”<sup>14</sup>.

Mais do que aproximar-se do divino, segundo Lawers<sup>15</sup>, tratava-se de uma imitação de Cristo. Demonstrando uma grande devoção ao corpo magro e sofrido de Jesus, elas se propunham a seguir suas vidas da mesma maneira, para que em certo momento seus corpos fossem purificados ao ponto de converterem-se em alimento espiritual. Deste modo, por meio de suas penitências, seus sacrifícios, elas poderiam também salvar almas.

Com o tempo, suas histórias de martírio auto-imposto começaram a alcançar repercussão e a servir de modelo a outras jovens mulheres, que passaram a considerá-las como modelos de perfeição cristã. Várias delas foram reconhecidas como santas, como o caso de Santa Catarina de Siena, Santa Colomba de Rieti, Santa Catarina de Gênova, Santa Verônica, Santa Maria Madalena de Pazzi e Santa Clara de Assis<sup>16</sup>.

A respeito da rigidez do ascetismo de Santa Catarina de Siena – ou seja, seu desprezo ao corpo e sensações corporais, com valorização do plano espiritual, em resposta aos instintos e desejos da carne – Raymond, seu confessor, relata:

“Era um grande sofrimento para ela comer, mais do que seria para um faminto ficar sem comida. Ela usava os vômitos como reparação, e como não conseguia vomitar espontaneamente, costumava usar uma fina palha ou outro objeto que podia pôr na sua garganta e provocar o vômito. Seu confessor tentou persuadi-la que deixasse essa prática, mas ela continuava assegurando que isso agradava a Deus.”<sup>17</sup>.

O reconhecimento social alcançado pelas santas anoréxicas pode ser entendido a partir do conceito de *capital simbólico*, de Pierre Bourdieu<sup>18</sup>. Segundo ele, todas as relações sociais são permeadas pelo exercício do *poder simbólico*, no qual os indivíduos comparam seus capitais simbólicos (somatório de recursos que concedem prestígio num determinado meio social) a fim de determinar quem são os agentes produtores de práticas e representações sociais e quem são os receptores dessas produções. Entretanto, ele ressalta que o poder simbólico só é válido quando se dá ao mesmo tempo de modo imperceptível e em cumplicidade com aqueles que estão sujeitos a ele.

Sendo assim, no contexto de forte religiosidade medieval, os longos jejuns assumem sentido de distinção social, transformando essas meninas anoréxicas em

---

<sup>14</sup> Soares, 2008.

<sup>15</sup> Apud Soares, 2008.

<sup>16</sup> Weinberg, 2005.

<sup>17</sup> Weinberg, 2005, p. 53

<sup>18</sup> Bourdieu, 1989.



ícones de uma época. Isso resultou na expansão da doença, uma vez que muitas outras jovens mulheres passaram a admirá-las e a desejar, tal como elas, alcançar a transcendência espiritual<sup>19</sup>.

Do mesmo modo, as anoréxicas contemporâneas buscam o prestígio social através da adequação ao modelo de beleza vigente, uma beleza que se traduz na estética do magro. Seus ícones são modelos e artistas famosas que estampam as capas de revistas e protagonizam cenas gloriosas em novelas das oito. São mulheres magras, ricas, felizes, bem-sucedidas, realizadas. Aos olhos distraídos das adolescentes, e porque não dizer, da sociedade de modo geral, elas têm vidas “quase” perfeitas.

A partir disso, surge a idéia de que a adequação ao padrão estético de magro garante um alto *capital simbólico* e, como conseqüência, influencia no processo de reconhecimento social, bem como na visão que o indivíduo constrói de si próprio. Ou seja, na contemporaneidade, o corpo “esbelto” transforma-se em fator determinante para o sucesso do exercício do *poder simbólico*.<sup>20</sup>

Isso acontece por conta do importante função que a imagem adquire na sociedade atual. Com o advento das tecnologias da informação, e conseqüente constituição do campo dos *media*, o volume de informação a que o homem tem acesso transformou seu modo de vida. Ele agora assume um número muito maior de papéis sociais, que lhe tomam demasiado tempo e transformam sua rotina numa dinâmica frenética de acontecimentos, a respeito dos quais ele não consegue investir tempo de reflexão.<sup>21</sup>

Sabendo disso, a comunicação de massas aperfeiçoa-se cada vez mais na produção de pílulas de informação, isto é, fragmentos de notícias que agregam um volume máximo de dados em um formato mínimo de texto e que surgem como alternativa para acompanhar a velocidade de notícias produzidas a cada minuto. Além disso, aparecem como uma necessidade de adaptação a um receptor dinâmico e impregnado por uma cultura de consumo e descarte.<sup>22</sup>

Conforme já discutia Walter Benjamin em “O narrador”<sup>23</sup>, cujas contribuições se aplicam ao homem contemporâneo, este já não se apóia em narrativas para expor sobre o mundo a sua volta, ele perde sua capacidade de narrar. Esse processo, segundo ele, remonta do início da modernidade, com o surgimento do romance, e um pouco mais

---

<sup>19</sup> Soares, 2008.

<sup>20</sup> Bourdieu, 1989.

<sup>21</sup> Jamenson, 1993.

<sup>22</sup> Castells, 1999.

<sup>23</sup> Benjamin, 1996.

adiante, com a valorização da informação produzida pela imprensa, aprofundando-se e tornando-se mais nítido, como é possível notar, no contexto contemporâneo.

Para Benjamin<sup>24</sup> a falência da narração acontece porque as trocas sociais, as experiências passadas ao longo das gerações pela tradição oral, que são a matéria-prima do narrador, caem em desuso. O homem não investe mais seu tempo no conhecimento do outro, nas conversas despreziosas, na construção de sabedoria. Ele opta por sua individualidade, pela economia de tempo que o consumo de informações curtas e diretas, atuais e descartáveis, lhe garante. Segundo Paul Valéry<sup>25</sup>: “(...) todas essas produções de uma indústria tenaz e virtuosística cessaram, e já passou o tempo em que o tempo não contava. O homem de hoje não cultiva aquilo que não pode ser abreviado.”

Desta forma, Benjamin<sup>26</sup> vislumbrou um ponto que envolve grandes discussões acerca do indivíduo contemporâneo: perdendo o interesse pela troca da experiência, em substituição ao acúmulo de informações que lhe garantem o conhecimento básico a respeito dos fatos a sua volta, ele deixa de sentir a necessidade de viver a experiência, e com isso de produzir sentido. A falta de investimento na experiência limita seu repertório, sua capacidade crítica, levando-o por vezes a assumir uma posição de mero reproduzidor de sentidos previamente construídos.

Nesse mesmo sentido, a imagem assume o lugar da fala. Sua capacidade de síntese lhe garante espaço diferenciado na disseminação da notícia e, mais ainda, nas dinâmicas sociais. Assim, a vida do homem contemporâneo passa a ser inundada por uma sucessão de imagens ininterruptas, o que lhe garante o título de Sociedade da Imagem<sup>27</sup>.

Em seu artigo “Pós-modernidade: sociedade da imagem e sociedade conhecimento”<sup>28</sup>, Fridman busca suporte teórico em Debord<sup>29</sup> e Baudrillard<sup>30</sup> para esclarecer o surgimento desse conceito. Segundo ele, Debord associava à atuação midiática a responsabilidade pela coisificação e reificação da vida, isto é, sua conversão em objetos materiais, produtos para consumo. Já Baudrillard acrescentou nesse entendimento que o discurso midiático é capaz de criar o que ele denomina de hiper-

---

<sup>24</sup> Benjamin, 1996.

<sup>25</sup> Apud Benjamin, 1996, p.206.

<sup>26</sup> Benjamin, 1996.

<sup>27</sup> Fridman, 1999.

<sup>28</sup> Fridman, 1999.

<sup>29</sup> Apud Fridman, 1999.

<sup>30</sup> Apud Fridman, 1999.



realidade, ou seja, uma versão da realidade, que em certos momentos perde sua referencialidade, substitui a experiência real.

Deste modo, a cultura eminentemente visual dos dias atuais, produto da relação sociedade-mídia, converte a imaterialidade da experiência em materialidade estética da imagem, perdendo nesse processo, parte de sua referencia. Segundo Fridman<sup>31</sup>: “O imaginário, as pulsões da intimidade, as maneiras de ser e os sentimentos foram incorporados ao universo de mercadorias através de narrativas estéticas e da cultura.”

Esta nova dimensão assumida pela imagem, e mais propriamente pelo corpo, influi e expressa fortemente a maneira como o sujeito contemporâneo constrói seus laços sociais. Na obra “O mal-estar da pós-modernidade”<sup>32</sup>, Bauman apresenta o conceito que dá título ao livro, caracterizando-o como um sentimento de contínua angústia, potencializado por relacionamentos efêmeros e vazios de significação que oferecem prazer imediato, porém não são capazes de saciar sua necessidade de se sentirem acolhidos.

Trata-se de interações pautadas no ideal de consumo, ou seja, na prática da aquisição e descarte de laços sociais solúveis e desprovidos de quaisquer garantias ou promessas de eternidade. Nesse sentido, na obra intitulada “Amor Líquido”<sup>33</sup>, Bauman dedica-se a investigar justamente essa nova configuração do relacionamento humano.

Relacionamentos transitórios que buscam atender unicamente a satisfação imediata, evitando ao máximo o surgimento de expectativas de continuidade e do peso da obrigação, que aos olhos do homem sem vínculos, só tendem a gerar insegurança e sofrimento. Ele anseia por convívio, porém prefere que esses laços sejam estabelecidos com maleabilidade, permitindo-lhe desfazer-se dos mesmos no momento em que eles deixarem de proporcionar o prazer anterior<sup>34</sup>.

“Desligados, precisam conectar-se... Nenhuma das conexões que venham a preencher a lacuna deixada pelos vínculos ausentes ou obsoletos tem, contudo, a garantia da permanência. De qualquer modo, eles só precisam ser frouxamente atados, para que possam ser outras vezes desfeitos, sem grandes delongas, quando os cenários mudarem – o que na modernidade líquida, decerto ocorrerá repetidas vezes.”<sup>35</sup>

Deste modo, rejeitam compromissos duradouros, entendendo-os como fonte de opressão e dependência incapacitante, que os impediria de exercer a liberdade

---

<sup>31</sup> Fridman, 1999.

<sup>32</sup> Bauman, 1998.

<sup>33</sup> Bauman, 2003.

<sup>34</sup> Bauman, 2003.

<sup>35</sup> Bauman, 2003, p. 7.



necessária para viver novas experiências, limitando sua existência social. Como saber se enquanto estou preso a uma relação opressora não estou perdendo uma possibilidade amorosa ainda mais satisfatória?<sup>36</sup>.

Daí é possível extrair uma justificativa para a profusão de relacionamentos virtuais, nos quais “as conexões são estabelecidas e cortadas por escolha”, facilitando o processo de rompimento das mesmas. À medida que o interesse que originou aquele laço se esgota, a relação também chega ao fim, sendo simplesmente “deletada” do grupo de contatos. Configuram-se, assim, relações de bolso que, como o próprio nome sugere, são relacionamentos de conveniência: construídos para fins específicos e com data de validade pré-determinada. Segundo Bauman<sup>37</sup>: “Assim, não deixe o relacionamento escapar à supervisão do chefe, não lhe permita desenvolver sua lógica própria e, especialmente, adquirir direitos de propriedade – não deixe que caia do bolso, que é seu lugar. Fique alerta.”

Com isso, é preciso observar de que maneira a fragilidade desses laços sociais refletirão decisivamente sobre a afirmação do papel da imagem corporal ideal na busca por convívio. Uma vez que a tentativa de reprimir o envolvimento afetivo nas relações restringe o seu aprofundamento, de modo a não buscarem conhecer o outro com quem se relacionam, sua motivação e existência não ultrapassa o plano da superficialidade. Uma superficialidade que muitas vezes não vai além da imagem corporal oferecida, o que nos leva de volta a anorexia.

O desejo de pertencimento – apoiado no uso de uma imagem corporal socialmente aceita como capital simbólico – bem como o desejo de transcendência espiritual, demonstram que a questão central para a compreensão da anorexia reside nas *mediações*<sup>38</sup> que as meninas e jovens mulheres de cada época realizam a partir do contexto cultural e individual em que estão inseridas.

Muito além do controle midiático, o surgimento da anorexia na vida de uma adolescente contemporânea vai depender muito de seu repertório, permeado por experiências traumáticas da infância relacionadas a aparência e dificuldades de relacionamento; pressões familiares e sociais; e também, como não poderia deixar de ser, aos valores associados pela mídia à estética do magro.

---

<sup>36</sup> Bauman, 2003.

<sup>37</sup> Bauman, 2003, p. 37.

<sup>38</sup> Martín-Barbero, 1997.

Um estudo desenvolvido no Instituto de Psicologia da USP<sup>39</sup>, pela pesquisadora Elaine Soares Neves Lange, demonstrou que relações familiares problemáticas, principalmente no que tange a convivência mãe e filha são fatores determinantes ao desenvolvimento da anorexia. Isso acontece porque, não encontrando seu devido espaço enquanto foco do amor e cuidados da mãe, a adolescente recorre a outras maneiras de atrair a atenção dos pais para afirmar-lhes sua identidade.

Deste modo, nota-se que o desenvolvimento, ou não, do distúrbio será definido de acordo com a maneira como elas consomem e resignificam o universo simbólico que as cerca, a partir de suas personalidades e repertórios, caracterizando o que Martín-Barbero chama de *dinâmica dos usos*.<sup>40</sup>

“O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também, produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe a posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais.”<sup>41</sup>

Da mesma maneira, a auto-imagem corporal distorcida concebida pelas anoréxicas, a partir de certo momento da doença, desenha-se a partir das impressões sensoriais que o indivíduo desenvolve e que estão diretamente ligadas às suas experiências, influências e referências captadas do cotidiano. Ou seja, a auto-imagem constitui-se a partir das *mediações* que permeiam sua existência social.<sup>42</sup>

“A maneira e os métodos como as coletividades sem poder político nem representação social assimilam as ofertas a seu alcance, sexualizam o melodrama, extraem traços satíricos de um humor infamante, divertem-se e comovem-se sem se transformar ideologicamente, persistem na rebeldia política ao cabo de uma impressionante campanha despolitizadora, vivificam, ao seu modo, a continuidade e as tradições, convertendo as carências em técnica identificatória (...)”<sup>43</sup>.

### 3 O papel da mídia

A sociedade pós-moderna é marcada pelo poderio das grandes organizações midiáticas, que desempenham um papel fundamental na orientação das dinâmicas sociais, sejam elas no campo da moda, do comportamento, da linguagem (gírias), dos hábitos de compra, e como não poderia deixar de ser, no campo estético, com a produção e difusão de estereótipos de beleza. Eles estão nas novelas, nas revistas, nos

---

<sup>39</sup> Lange, apud Tadeu Breda, 2005.

<sup>40</sup> Martín-Barbero, 1997.

<sup>41</sup> Martín-Barbero, 1997, p. 290.

<sup>42</sup> Martín-Barbero, 1997.

<sup>43</sup> Monsiváis, apud Martín-Barbero, 1997, p. 269.

jornais, na propaganda impressa e eletrônica, nos programas de auditório, enfim, em toda a sua produção de um modo geral.

O grande trunfo do campo dos *media* é sem dúvida o *capital simbólico*<sup>44</sup> de que ele dispõe, ou seja, seu reconhecimento e representatividade junto aos receptores. É valendo-se deste que ele estabelece sua relação de poder com a sociedade. Um poder invisível que se dá pelas vias do discurso e que ocorre sem que os dominados se dêem conta de que estão sendo submetidos, embora sejam cúmplices nesse processo.

Segundo Bourdieu, o *poder simbólico* é capaz de alterar hábitos e estabelecer crenças.

“(…) as máquinas tecnológicas de informação e de comunicação operam no núcleo da subjetividade humana, não apenas no seio das suas memórias, de sua inteligência, mas também de sua sensibilidade, dos seus afetos, de seus fantasmas inconscientes.”<sup>45</sup>

Sendo assim, analisando o discurso midiático da atualidade, nota-se a ênfase na abordagem do corpo da mulher, tanto através das imagens que valorizam sua magreza, quanto na escolha dos temas explanados, que se concentram na discussão da “saúde”, revelada através do peso e das formas enxutas. Trata-se de um jogo de sedução que influencia a percepção de beleza não só das meninas, mas do social como um todo, que passa a exigir esse modelo estético.

Para ilustrar melhor esse cenário contemporâneo, foram selecionados quatro números da revista Boa Forma, cujas capas são expressivas no sentido de disseminar a “obrigação da mulher em se manter bela”. Utilizando um discurso de incentivo à saúde, é possível identificar marcas que deixam claro seu objetivo persuasivo de mover o social a partir de seus interesses e lógicas mercadológicas de consumo.

Logo em um primeiro olhar nota-se, como constante, a presença de mulheres famosas exibindo seus físicos “malhados”, em pouca roupa. As frases são construídas no imperativo ou em tom de aconselhamento. Os exemplares dos meses de outubro e novembro de 2006 (fig. 1 e 2, respectivamente) fazem uso de números, em tamanhos e cores de destaque, que chamam a atenção de imediato e revelam propostas de dietas: “-6kg em 45 dias” e “-5kg em 15 dias com chá verde”. Uma preocupação típica do momento atual, que mede a beleza em números.

Além disso, oferecem uma variedade enorme de dietas e mecanismos de emagrecimento, alguns deles inclusive sendo assinados por celebridades, como na Boa

---

<sup>44</sup> Bourdieu, 1989.

<sup>45</sup> Guattari, apud Pelegrini, 2006, p.5.

Forma de outubro, que menciona a dieta secreta da atriz Cléo Pires, e na de novembro que faz referência à dieta do chá verde. A escolha por relacionar a receita a um nome “famoso” justifica-se como uma tentativa de agregar um maior capital simbólico à matéria. Já a revista de setembro de 2006 (fig. 3) noticia a existência de pílula que reduz a ansiedade por doces, com um reforço a mais de credibilidade quando revela que leitoras da revista comprovaram sua eficácia.

Outra estratégia interessante aplicada em prol da venda do ideal de corpo perfeito é exatamente a inserção de histórias de leitoras que perderam peso rápido, ou que reduziram drasticamente seu índice de massa corpórea. Com isso, as editoras buscam demonstrar que é possível ser como as modelos de suas capas: magras, confiantes e sensuais. Essa estratégia está presente nas capas da Boa forma de outubro (fig. 1) e de março de 2005 (fig. 4).

Também é fundamental perceber a força das expressões usadas em quase todas as capas selecionadas, como: “Pense magro” (fig. 4), “derreta calorias” (fig. 3) e “nossa leitora secou 8,5kg” (fig. 4). Sem falar na capa de novembro (fig. 2), que sugere uma “ginástica que acerta o seu corpo”, associando ao corpo de medidas mais generosas a idéia de algo que está errado, que a leitora precisa “consertar”.

Ainda na figura 1, a revista lança o que ela denomina de “desafio de verão”, no qual as participantes que atingirem a meta proposta pela revista concorrerão a prêmios. Trata-se da inserção da competitividade em torno da perseguição do estereótipo de corpo ideal. Competitividade que é marcante entre as anoréxicas, que se valem de blogs e sites de relacionamento para medirem seus resultados e exibirem com grande orgulho suas “superações”.

Deste modo, relacionando alguns elementos que compõem as capas dessas revistas com os procedimentos adotados nos casos de anorexia, observa-se que várias coisas coincidem, sendo importante destacar as “receitas milagrosas”, que facilitam a perda de medidas, e a competição travada entre elas para ver quem emagrece mais e mais rapidamente. Essa aproximação entre o que é propagado e o que é assimilado permite perceber o nível de receptividade das anoréxicas às mensagens dos *mass media*. Ou seja, a maneira como ocorre o que Certeau chama de *consumo e uso*<sup>46</sup>.

Em “A invenção do cotidiano”, ele volta seu olhar para o estudo da recepção, analisando, sobretudo, os usos atribuídos pelo social a determinados produtos de

---

<sup>46</sup> Certeau, 1994.

consumo. O que ele chama de *fazer com*<sup>47</sup> refere-se a estratégias e táticas de desvio que se utilizam apenas de parte do discurso e estruturas produzidas pela ordem hegemônica (que aqui se pode entender também como os *media*), reconstruindo-as ao seu modo.

“(...) maneiras de utilizar a ordem imposta do lugar ou da língua. Sem sair do lugar onde tem que viver e que lhe impõe uma lei, ele aí instaura *pluralidade* e criatividade. Por uma arte de intermediação ele tira daí efeitos imprevistos.”<sup>48</sup>

#### **4 Novas formas de sociabilidade**

Um grande problema que se desenvolve paralelamente a doença – e que contribui em muito para a acentuação da sua gravidade – é a dificuldade em relacionar-se encontrada pelas anoréxicas. Absortas em seus regimes, ao olhar para seus corpos elas perdem a dimensão da realidade, de modo que a magreza excessiva, evidenciada por amigos e familiares, não consegue ser notada por elas que, sentindo extrema insatisfação com suas medidas, mantêm sua rotina de abstinência, apesar dos protestos do seu círculo de convívio diário.

Deste modo, essa incompatibilidade de visão do corpo acaba por complicar ainda mais a situação dessas meninas, que se julgam incompreendidas e, por conta disso, iniciam um processo de isolamento social: uma tentativa de evitar situações de desconforto em que possam vir ser obrigadas a ingerir alimentos, bem como evitar os aborrecimentos provocados pelos discursos de “você-tem-que-comer” e os olhares e comentários preconceituosos a que muitas vezes são submetidas.

Sendo assim, elas acabam procurando novas alternativas de sociabilidade. Constituir relacionamentos com outras garotas que compartilham do seu mesmo problema e que por isso são capazes de entender como elas se sentem e oferecer-lhes o conforto de que precisam. Ou seja, procuram identificação e compreensão.

Nesse processo, a internet ganha um espaço muito importante. Surgem blogs e sites de relacionamento onde as “amigas da Ana” se conhecem e trocam informações relacionadas tanto ao aprofundamento da doença, com o compartilhamento de receitas, remédios e dicas variadas de como perder peso mais rápido, quanto orientações para as que desejam iniciar tratamento e precisam de apoio.

De uma forma ou outra, elas acabam constituindo o que Michel Maffesoli denominou como *tribo urbana*<sup>49</sup>, isto é, uma reunião de pessoas que possuem algo

---

<sup>47</sup> Certeau, 1994.

<sup>48</sup> Certeau, 1994, p. 93.

<sup>49</sup> Maffesoli, 1987.



muito peculiar que é partilhado por seus membros. Citando Weber<sup>50</sup>, ele aponta algumas características desses grupos: “o aspecto efêmero, composição cambiante, a inscrição local, a ausência de uma organização e a estrutura quotidiana”.

Eles configuram um processo característico de tempos pós-modernos que, com a falência das metanarrativas, perdeu o sentido de unidade, trocando a prática de grandes movimentos sociais por uma multiplicidade de pequenas associações. Associações que se estabelecem e mantêm pelo “feeling”, que se fundamentam na busca do reconhecer-se no outro, e não no real interesse em conhecê-lo.<sup>51</sup>

Deste modo, o que orienta esses grupos não é o afeto, mas sim o individualismo do sujeito pós-moderno, a necessidade de identificação que buscam preencher a fim de serem compreendidos. Segundo Maffesoli<sup>52</sup>: “assistimos tendencialmente à substituição de um social racionalizado por uma sociabilidade com dominante empática.”.

Concentrando suas manifestações em espaços virtuais, a tribo das anoréxicas começa a organizar-se a fim de estabelecer contato também no espaço físico das escolas, bairros etc. Um primeiro passo com esse intuito já está sendo discutido nas comunidades do Orkut.com. A existência virtual já não é suficiente, elas querem reconhecer-se nas ruas através do uso de pulseiras com cores específicas.

**“campanha da pulseirinhaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa**  
meninas vamos começar uma campanha para o uso da pulseirinha?????  
PARA QUEM NÃO SABE....  
PULSEIRINHA ROXA = MIA  
PULSEIRINHA VERMELHA = ANNA  
eu uso as duas!  
vamos começar a usar para q possamos nos identificar na rua?????”<sup>53</sup>

## Referências

BAUMAN, Zygmunt. *O Mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

BAUMAN, Zigmunt. *Amor Líquido*. São Paulo: Zahar, 2003.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas v. I – Magia e Técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1996.

---

<sup>50</sup> Apud Maffesoli, 1987, p. 40.

<sup>51</sup> Maffesoli, 1987.

<sup>52</sup> Maffesoli, 1987, p. 39.

<sup>53</sup> Orkut.com, 2007.



BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

FRIDMAN, Luis Carlos. *Pós-modernidade: sociedade da imagem e sociedade do conhecimento*. História, Ciências, Saúde — Manguinhos, VI(2), 353-75, jul.-out. 1999.

JAMENSON, Fredric. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: KAPLAN, A. (org.). *O mal estar no pós-modernismo: teorias e práticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993, p. 25-44.

MAFFESOLI, Michel. *O Templo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Trad. Maria de Lurdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

MARTIN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

OVADIA, Daniela. Beleza Mórvida. *Edição especial Mente e Cérebro*, São Paulo, n° 11, p. 74 – 79, 2008.

SOARES, Maria Valdiza Rogério. Santidade, jejum e anorexia na História. *Revista Eletrônica História em Reflexão*, v. 2, n. 3. UFGD, jan/jun 2008. Disponível em: <[www.historiaemreflexao.ufgd.edu.br/Santidade\\_Jejum\\_Anorexia.pdf](http://www.historiaemreflexao.ufgd.edu.br/Santidade_Jejum_Anorexia.pdf)>. Acesso em abril 2008.

WEINBERG, C.; CORDÁS, T. A.; MUNOZ, P. A. Santa Rosa de Lima: uma santa anoréxica na América Latina? *Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul*, v. 27, n.1, p. 51-56, jan/abril 2005.

Site oficial Dr. Drauzio Varella

Disponível em < [http://drauziovarella.ig.com.br/arquivo/arquivo.asp?does\\_id=63](http://drauziovarella.ig.com.br/arquivo/arquivo.asp?does_id=63)>  
Acesso em 10 de janeiro de 2007.

Comunidade AnaMia

Disponível

em

<<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=1020494&tid=2513461599507285453&start=1>> Acesso em 20 de janeiro de 2007.

BREDA, Tadeu. Convivência familiar problemática pode desencadear quadros de anorexia. Agência USP de Notícias. Maio, 2005. Seção Saúde. Disponível em <[www.usp.br/agen/repgs/2005/pags/093.htm](http://www.usp.br/agen/repgs/2005/pags/093.htm)> Acesso em 29 de junho de 2008.

## Anexos



Figura 1 (Fonte: Boa Forma, n° 10, 2006).



Figura 2 (Fonte: Boa Forma, n° 11, 2006).

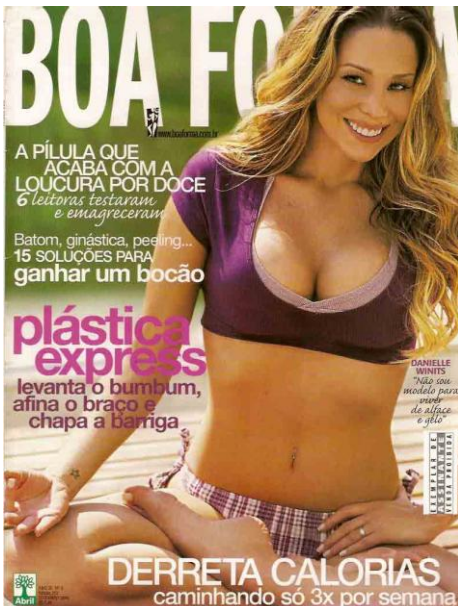


Figura 3 (Fonte: Boa Forma, n° 9, 2006).



Figura 4 (Fonte: Boa Forma, n° 3, 2005).