



## **A anorexia nervosa como reflexo da contemporaneidade<sup>1</sup>**

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

Universidade Federal do Pará, UFPA

### **Resumo**

A Anorexia Nervosa é um distúrbio alimentar, que junto com a Bulimia e a Vigorexia tem registrado um número cada vez maior de casos, principalmente junto às adolescentes, por ser esta uma fase de construção da identidade. A Ana, como é chamada entre aqueles que a desenvolvem, não tem cura definitiva, exigindo um tratamento delicado e contínuo. Ela faz vítimas em uma média de 15 a 20% dos casos. Diante desse cenário, o mínimo que se pode fazer é abandonar o preconceito e compreender essa doença como um processo social, um espelho do homem contemporâneo, com sua superficialidade e culto ao corpo. Sendo assim, este trabalho tem por finalidade discutir alguns aspectos da doença a partir de uma perspectiva sociológica, que se utiliza dos conceitos de *simulacro* (Baudrillard), *mediações* (Barbero) e *poder simbólico* (Bourdieu) para penetrar no universo sofrido dessas meninas.

### **Palavras chave**

Pós-modernidade; anorexia nervosa; auto-imagem corporal;

### **Anorexia no contexto pós-moderno**

A humanidade sempre demonstrou fascínio pelo corpo. Na pré-história ele era instrumento de sobrevivência. No período clássico, ele passa a permear as relações de poder como quesito determinante de prestígio social. São os gregos os responsáveis por introduzir o ideal de beleza baseado na perfeição simétrica. (Pelegri, 2006).

Chegando a Idade Média, o movimento de culto ao corpo sofre interferência da Igreja, segundo a qual, a preocupação e exposição deste seriam expressões do pagão. Assim, a ordem é escondê-lo, cobri-lo. Já na sociedade industrial, moldada em cientificismos e na lógica de produção de massa, o corpo significa trabalho, produção, funcionando quase como uma extensão da máquina que opera. Deste modo, ele segue o ritmo ditado pela indústria. (Pelegri, 2006).

Entretanto, o advento das tecnologias da informação, com conseqüente constituição do campo dos media, reconfigura toda essa dinâmica em torno do corpo. Não apenas em decorrência

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte;

<sup>2</sup>Graduanda do 5º semestre em Comunicação Social, na habilitação de Publicidade e Propaganda pela UFPA. dos padrões de beleza que se encarregam de difundir, mas principalmente, devido às transformações sociais que sua atividade opera no contexto pós-moderno. (Pelegri, 2006).

Um momento onde o sujeito tem acesso a todo tipo de informação, mas ainda assim é insatisfeito, fragmentado. Ele conta com relacionamentos efêmeros e vazios de significação que potencializam sua angústia e lhe despertam a necessidade de se sentirem acolhidos, pertencentes a algum grupo onde as trocas sociais amenizem sua sensação de estar sozinho na multidão. Esse sentimento de vazio caracteriza o que o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (1998) chama, em sua obra de mesmo título, de: “O mal-estar da pós-modernidade”.



Mas exatamente aí surge a grande questão: como inserir-se socialmente em um ambiente de dinâmicas frenéticas e sujeitos ocupadíssimos com suas operações superficiais cotidianas? Buscando identificações com eles, é a resposta dada por uma maioria. Mas se ainda assim não houver tempo de se averiguar traços comuns de personalidade, o que fazer?

O corpo é a saída. Oferecer uma imagem corporal adequada àquela que o senso comum julga por bela. Enquadrar-se no padrão ditado pelos meios de comunicação que, habituados em reduzir os acontecimentos de interesse público à imagens, e as discussões de cunho político à slogans, agora também começam a direcionar as relações sociais para uma sintetização em julgamentos de aparência física.

Assim, a “Sociedade da Imagem” (Fridman, 1999) ou “Sociedade do Espetáculo” (Debord, 1997), nomenclaturas atribuídas à contemporaneidade, cujo foco deslocou-se da essência para a materialidade da imagem, traz como um reflexo dessa concentração de atenções em torno do corpo, diferentes modalidades de distúrbios alimentares (anorexia, bulimia e vigorexia). Eles constituem problemas psicológicos complexos que tem origem na preocupação exacerbada com o peso e que provocam graves danos à saúde física e mental daqueles que a adquirem, podendo conduzir à morte.

No caso da Anorexia nervosa, objeto de estudo deste trabalho, a doença costuma atingir meninas adolescentes e jovens mulheres – embora possa ocorrer também em homens, mas estes ainda representam um percentual muito pequeno de participação. Consideram-se como anoréxicas as pessoas que, pela prática de uma alimentação restritiva, apresentam um peso pelo menos 15% inferior ao seu peso ideal.

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); 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). (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. (drauziovarella.ig.com.br, 2007)

Embora com histórias de vida diversas, essas são ligadas por pontos de contato comuns: rejeições, preconceitos, pressões. São adolescentes que almejam carreiras de modelo e que não tem uma estrutura corporal naturalmente magra, ou que sofreram algum tipo de preconceito na infância em razão de estarem acima de seu peso ou por serem um pouco menos magras do que hoje se espera. Também existem aquelas que por sua timidez tem dificuldades em socializar-se e acabam julgando-se excluídas pela aparência de seu corpo.

Além disso, um estudo desenvolvido pela pesquisadora Elaine Soares Neves Lange (2001) no Instituto de Psicologia da USP, afirma estruturas familiares problemáticas – sobretudo nas relações mãe e filha – como sendo um fator em potencial para a prática da anorexia. Segundo ela, nos lares onde a filha adolescente não encontra a atenção que deseja é bem provável que ela procure instrumentos que lhe garantam ser o “centro das atenções” e com isso acabe desenvolvendo anorexia.



Sendo assim, é importante notar a relação entre a aquisição da doença e os movimentos e conflitos sociais em que essas meninas estão inseridas. Nesse sentido, o conceito de Mediações, desenvolvido por Barbero (1997) volta o olhar para as construções cotidianas do social, discutindo o que ele chama de *dinâmica dos usos*, ou seja, como a sociedade resignifica os signos que lhes são transmitidos pela mídia de acordo com seus próprios códigos culturais e individuais.

Partindo do conceito de Barbero, entende-se que são as *mediações* das dinâmicas familiares e das tentativas de pertencimento a grupos de interesse que irão determinar a forma como elas consomem e reconstruem os modelos de beleza projetados pela mídia, tornando-se, ou não, anoréxicas.

Apoiando-se na crença de autocontrole, a maioria delas começa a apresentar comportamento sintomático com o intuito de reduzir apenas algumas poucas medidas. Entretanto, com o passar do tempo, a Ana se torna um ciclo vicioso, assumindo o controle da vida dessas garotas que passam a traçar “metas” cada vez maiores. O que inicialmente era o esforço por 5 kg a menos assume a forma de compromissos diários com cada centímetro de seu corpo.

Em certo estágio elas já não conseguem demonstrar interesse por outro assunto que não seja a perda de peso. Quanto mais magras se encontram, mais gordas se vêem e, com isso, mais rigorosas se tornam suas “dietas”. A busca pela magreza torna-se seu ideal de vida, numa dinâmica de alteração de humor em que hora estão felizes por terem batido uma meta, ora estão deprimidas por “descobrirem” (numa auto-imagem corporal distorcida) mais e mais gordura em seu corpo.

Nesse contexto, faz-se necessário compreender como se dá o mecanismo de construção dessa auto-imagem, uma vez que ele é o grande responsável por aprisionar essas jovens em um sofrimento constante. Junto a essa compreensão vale notar também, o papel dos meios de comunicação como o difusor do modelo de corpo almejado por elas e as novas formas de sociabilidade que elas constroem a partir do momento que se sentem discriminadas pelo seu círculo social em função da doença.

A fim de solidificar a análise, este estudo se valerá de alguns instrumentos como capas de revistas e depoimentos de garotas que compartilham suas idéias e opiniões em comunidades do site de relacionamento Orkut.

### **Construção da imagem corporal**

Sem dúvida um dos aspectos que mais desperta interesse das áreas de saúde e da sociedade como um todo está na forma como essas mulheres-meninas constroem sua imagem diante do espelho. Para seu entendimento são fundamentais os conceitos de mediações, de Martín-Barbero (1997), e simulacro, de Jean Baudrillard (1991).

Primeiramente é preciso que se leve em conta a concepção de corpo como entidade além do espaço físico de um indivíduo, como uma extensão que se constitui das relações sociais e culturais vivenciadas. Deste modo, a auto-imagem corporal concebida 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. (Barbero, 1997).



Sendo assim, a auto-imagem das vítimas da Ana vai além dos limites de seus próprios corpos. Refletem sua percepção de mundo, conceitos de beleza e principalmente, os conflitos em que elas se inserem, seja no ambiente micro da vida familiar, seja no macro das demais associações sociais. (Giordani, 2006)

Desta forma, a magreza excessiva que é evidenciada por amigos e familiares não consegue ser notada pelas anoréxicas, que sentindo extrema insatisfação com suas medidas, mantém sua rotina de abstinência apesar dos protestos do seu círculo de convívio diário. Essa incompatibilidade de visão do corpo, inclusive, acaba por complicar ainda mais a situação dessas garotas, já que acentua seu processo de isolamento, numa tentativa de evitar situações de desconforto onde possam vir ser obrigadas a ingerir alimentos.

Assim, elas julgam-se incompreendidas. E de certo modo, realmente o são, uma vez que ninguém que está de fora desta relação com a Ana é capaz de enxergar como elas. Elas vivem imersas no que o filósofo francês Baudrillard (1991) chama de *simulacro*, isto é, em uma versão particular da realidade.

O simulacro não se trata de imitação ou mero fingimento com finalidade de encobrir uma verdade no plano do real, mas é sim, um real fora da realidade e às vezes até mesmo, fora da racionalidade. Um processo de simulação do inconsciente que o filósofo denomina de hiper-real. (Baudrillard, 1991).

Do mesmo modo, o simulacro também não é signo, uma vez que não assume função de representação de uma realidade, nem se iguala ao mesmo na transmissão de um sentido. A simulação é um processo que se constrói como uma versão do real a partir de motivações específicas e não por extensão ou reflexo de uma matriz. O simulacro, em muitos casos, independe de um “referencial” para existir. (Baudrillard, 1991).

Além disso, vale ressaltar que um efeito característico do simulacro consiste na incapacidade de discernir o que é real e o que é simulado, os quais tendem a se misturar e confundir num mesmo contexto, o que vem a explicar porque as anoréxicas não aceitam sua extrema magreza como verdadeira. (Baudrillard, 1991).

Portanto, a anorexia deve ser entendida como um desvio psico-comportamental que parte uma realidade construída por vias subjetivas em associação às mediações de seu dia-a-dia. Uma imagem de si próprio que contradiz a realidade socialmente instituída, com aparência de irracionalidade.

Mas o que aparenta irracional para alguns é absolutamente lógico para elas, principalmente enquanto não se assumem doentes. Depoimentos retirados da comunidade “Meu jeito Pró-Ana de ser!” no site Orkut (14/02/07) demonstra a naturalidade com que as participantes falam de suas aspirações e metas. A perda do peso é anunciada com extremo orgulho.

“oi lindas hoje eu comi um pedaço de carne grelhada e uma cenoura ralada com vinagre um um pinguinho de sal por enquanto isso e quero ver se nao como mais nada”, *Tati*.

“E hj dia 15 ja são quase 20:00 e eu estou so com 2 fatias de abacaxi, to mto feliz :)... e eu hj acordei mo cedo 6:00 da manhã... espero ficar so com esses abacaxi ate amanha as 20:00 tbm!! vou fazer o possivel!!! e vcs meninas como estão? força sempre!!! bjus mi@ “, *Mia*.



**“eterna luta**

nao quero morrer antes de me tornar magra  
gordda nunca mais!!!!!!!!!!!!!!!”, *Geicy 17*.

Outro ponto que deve ser entendido com clareza para que não se façam pré-julgamentos de suas atitudes diz respeito a questão do apetite. A partir de certo estágio da doença, elas não simplesmente fingem não sentir fome, mas realmente não o sentem. Não por motivos fisiológicos, mas pelo uso do *simulacro*. De acordo com Baudrillard (1991): “Aquele que finge uma doença pode simplesmente meter-se na cama e fazer crer que está doente. Aquele que simula uma doença determina em si próprio alguns dos respectivos sintomas.”.

Na comunidade do Orkut “Bulimia e Anorexia” uma participante abriu um tópico intitulado “leia isso ke te fortalece”, no qual ela lista 43 justificativas para o seu comportamento anoréxico e expressa seu desprezo pela “gordura”, referindo-se àqueles que estão acima do peso de modo depreciativo. Ela constrói um discurso que revela uma perspectiva muito propagada pela mídia: a atribuição de *poder simbólico* ao corpo. (Bourdieu, 1989).

O poder simbólico, de acordo com Bourdieu (1989), é aquele exercido no cerne de todas as relações sociais, nas quais 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, constituindo uma dominação consentida. Daí a importância adquirida pelos meios de comunicação de massa, que revestidos em sua capa de naturalidade e apoiados por um alto capital simbólico, têm uma grande receptividade junto ao público. Com isso, eles passam a inserir no dia-a-dia da sociedade discussões e ideologias que vão ao encontro de seus objetivos e passam despercebidos por uma massa alienada. (Bourdieu, 1989).

No caso do discurso abaixo fica clara a idéia de que a adequação dos indivíduos ao padrão estético de magro lhes garante um alto capital simbólico e como consequência, influencia o sucesso dos sujeitos sociais. É uma ideologia socialmente compartilhada e, na maioria das vezes, invisível ao olhar despreocupado do homem pós-moderno.

- 1 Porque ser gordo é humilhante
- 2 Porque eu não aceito toda essa gordura
- 3 Porque eu tenho amor proprio
- 4 Porque eu não quero ficar cometendo os mesmo erros
- 5 Porque comida é um vicio
- 6 Porque eu tenho vergonha do meu corpo
- 7 Porque eu sou capaz
- 8 Porque ninguem acredita que eu possa conseguir
- 9 Porque eu tenho força de vontade
- 10 Porque é meu sonho e eu vou viver ele
- 11 Porque eu estou enorme
- 12 Porque se eu parar eu vou ficar maior e maior ... e ai talvez não tenha volta.
- 13 Porque eu choro todas as noites
- 14 Porque eu to cansada de ser assim



- 15 Porque eu sinto inveja da meninas mais magras
  - 16 Porque eu posso supera-las
  - 17 Porque eu não sou escrava da comida
  - 18 Porque eu não to sozinha nessa luta, Ana e Mia estão comigo
  - 19 Porque eu tenho aversão a gordura
  - 20 Porque eu me preocupo com minha estetica
  - 21 Porque eu possa ser muito mais do que qualquer um acha que sou
  - 22 Porque nada é eterno, MUITO MENOS essa gordura
  - 23 Porque nada fica bem em mim
  - 24 Porque nada que eu vista me deixa confortavel, tem sempre uma banha pra fora da calça
  - 25 Porque eu ainda não consegui
  - 26 Porque eu quero me superar
  - 27 Porque eu sofro com isso
  - 28 Porque gordos são pontos de referencia
  - 29 Porque eu possa ser linda, perfeita
  - 30 Porque eu sempre quis isso e nunca consegui
  - 31 Porque agora eu sei que posso, alias todas nos podemos!
  - 32 Porque ainda existe banha em meu corpo e ela me atrapalha
  - 33 Porque eu quero caminhar e nao deixar pegadas
  - 34 Porque a gloria vai ser minha
  - 35 Porque eu tenho medo de engordar
  - 36 Porque gordos não são nada
  - 37 Porque gordos logo são obesos e eu nao quero me tornar mais um
  - 38 Porque eu tenho auto controle
  - 39 Porque eu vou provar que a comida não tem mais poder sobre mim
  - 40 Porque todos são escravos da comida
  - 41 Porque tudo esta em torno das refeicoes
  - 42 Porque eu já dei o primeiro passo e agora é só seguir em frente
  - 43 PORQUE EU ME AMO ASSIM ACIMA DE TUDO !
- Orkut.com (14/02/07)

Assim, tendo compreendido os processos de mediação envolvidos na concepção da auto-imagem da anoréxica e a sua vivência permeada de simulacros, tanto ligados à imagem corporal, quanto à negação da fome, faz-se necessário agora avaliar o peso e a postura dos meios de comunicação enquanto difusores do padrão de beleza vigente.

### **A Participação 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 esteriótipos de beleza. Eles estão nas novelas, nas revistas, nos 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* (Bourdieu, 1989) 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. (Guatari, 1992. In: Pelegrini, 2006, p. 5).

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 por esse modelo estético.

Para ilustrar melhor esse cenário contemporâneo, foram selecionadas cinco revistas voltadas ao público feminino, 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.

Começando pela revista Boa Forma, suas capas trazem 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. 2 e 3 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 Forma de outubro, que menciona a dieta secreta da atriz Cléo Pires, e na de novembro que faz referência a dieta do chá verde. A opção de nomear a receita com um nome “famoso” justifica-se como uma tentativa de agregar um maior capital simbólico à matéria. Já a revista de setembro de 2006 (fig. 4) 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. 2) e de março de 2005 (fig. 5).

Também é fundamental perceber a força das expressões usadas em quase todas as capas selecionadas, como: “Pense magro” (fig. 5), “derreta calorias” (fig. 4) e “nossa leitora secou 8,5kg” (fig. 5). Sem falar na capa da Nova de outubro de 2005 (fig. 1), cujo peso das palavras é ainda de maior



impacto: “barriga-tábua”, “bumbum-show”, “pernas espetáculo”, “abdominal que seca até a alma”, entre outras.

Essa última de conotação muito problemática, tanto pela escolha do verbo “secar”, que pode ganhar, entre vários outros, os sentidos de esgotamento ou perda exagerada de peso, quanto do substantivo alma, que o minidicionário Luft aponta com as seguintes denotações: “1. Parte espiritual do homem. 2. Princípio vital. (...) 8. Vida, animação. 9. Essência, condição principal.(...)”. Logo, a sentença “abdominal que seca até a alma” poderia ser entendida por abdominal que esgota até a vida/ princípio de vida.

Ainda na figura 2, a revista lança o que ela denomina de “desafio de verão”, onde as participantes que atingirem a meta proposta pela revista concorrerão a prêmios. Trata-se da inserção da competitividade em torno da perseguição do esteriótipo 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 compõe 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 por essas garotas permite perceber o nível de receptividade delas às mensagens dos mass media. Ou seja, a maneira como ocorre o que Certeau (1994) chama de consumo e uso.

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 consumo. O que ele chama de “fazer com” 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. (Certeau, 1994)

### **Isolamento e novas formas de sociabilidade**

Levando-se em conta o que já foi exposto anteriormente acerca da incompatibilidade entre a auto-imagem corporal das anoréxicas e a visão realista das pessoas que constituem seu círculo de convívio social, entende-se que quanto mais elas estão envolvidas na doença, maior se torna o seu nível de isolamento. Isso ocorre porque elas não suportam as tentativas de interferência em suas dinâmicas com o corpo e os discursos de “você-tem-que-comer”.

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, sites de relacionamento e fotologs 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 (1987) denominou como tribo urbana.

Isto é, uma reunião de pessoas que possuem algo muito peculiar que é compartilhado pelos seus membros. 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 fundamentam na busca do reconhecer-se no outro, e não no real interesse em conhecê-lo. Deste modo, o que orienta esses grupos não é o afeto, mas sim o individualismo do sujeito pós-moderno, o seu narcisismo. (Lasch, 1983).

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 reconhecerem-se nas ruas através do uso de pulseiras com cores específicas.

#### **campanha da pulseirinhaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa**

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??????

*AnnaMia.* (Orkut.com, em 10/02/07).

#### **Considerações Finais**

A anorexia nervosa consiste em uma psicopatologia de natureza complexa. Ela não pode ser entendida fora do social, uma vez que se utiliza dos sentidos instituídos no cerne de suas relações. Mas, ao mesmo tempo, a maneira como as vítimas da doença consomem e fazem uso desses sentidos é um processo particularizado, que leva em conta um perfil propício ao distúrbio, além de uma história de vida e repertório simbólico favorável.

Nesse sentido, os conceitos de poder simbólico e mediações – que voltam o olhar para social – e de simulacro – que permite compreender as dinâmicas de rearranjo das impressões particulares dessas meninas – foram fundamentais instrumentos no desvendamento da anorexia.

Além disso, vale notar que apesar de ser um tema atualmente bastante debatido pelos meios de comunicação, no decorrer da pesquisa em sites e blogs, notou-se um comportamento preconceituoso e ofensivo por parte de algumas pessoas que não tem “a companhia da Ana”. A compreensão social acerca da doença ainda é bastante distorcida. Daí a importância de reconhecê-la como produto do contexto contemporâneo.

#### **,Referências Bibliográficas**



BARBERO, Jesus Martin. Dos meios às mediações. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e simulação. Lisboa: Relógio d' Agua, 1991.

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

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

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

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997 [1967].

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

LANGE, Elaine Soares Neves . Anorexia: uma reflexão psicodinâmica, através do mito de Deméter e Perséfone. In: I Congresso de Psicologia Clínica, 2001, São Paulo. I Congresso de Psicologia Clínica -Mackenzie

LASCH, Christopher. A cultura do narcisismo. Rio de Janeiro, Imago Editora, 1983.

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.

PELEGRINE, Thiago. Imagens do corpo: reflexões sobre as acepções corporais construídas pelas sociedades ocidentais. Revista Urutágua, n° 08. Maringá, PR. 2006

O mundo de Ana e Mia

Disponível em: [www.anaemia.com.br](http://www.anaemia.com.br) [capturado em 06/02/07].

Dr. Drauzio Varella , site oficial

Disponível em: [http://drauziovarella.ig.com.br/arquivo/arquivo.asp?does\\_id=63](http://drauziovarella.ig.com.br/arquivo/arquivo.asp?does_id=63)

Comunidades sobre anorexia

Disponíveis em: [www.orkut.com](http://www.orkut.com)



Anexos



Figura 1 (Fonte: Revista Nova, n°10, 2005).





Figura 2 (Fonte: Boa Forma, n° 10, 2006).

Figura 3 (Fonte: Boa Forma, n° 11, 2006).



Figura 4 (Fonte: Boa Forma, n° 9, 2006).



Figura 5 (Fonte: Boa Forma, n° 3, 2005).