

## Transtornos Alimentares e Sociedade de Consumo: um Mosaico Simbólico que Emerge frente às Patologias Narcísicas da Atualidade

### *Eating Disorders and Consumer Society: a Symbolic Mosaic Underlying Narcissistic Pathologies of the Present Time*

Angela Cardoso Andrade<sup>2</sup>  
Maria Lúcia Magalhães Bosi<sup>3</sup>

---

---

#### Resumo

Este trabalho tem por objetivo caracterizar e problematizar os transtornos do comportamento alimentar como um problema social emergente. Para tanto, as autoras fazem reflexões acerca do contexto sociocultural contemporâneo que, a partir do conteúdo discursivo das portadoras dessas desordens alimentares, apontam fortes determinantes presentes na lógica da Sociedade de Consumo que acirram os fatores predisponentes ou, até mesmo, precipitam a emergência do transtorno. Ainda, as autoras concluem que a insatisfação com a imagem corporal e o peso tem como substrato um mosaico simbólico que aglutina em sua gênese elementos psicoafetivos que são cooptados pelos valores sociais contemporâneos, que elegem o corpo como mercadoria na aquisição de bens simbólicos na atualidade.

**Palavras-chave:** Transtornos alimentares; sociedade de consumo; ideais de beleza

#### Abstract

This work aims to characterize and discuss the eating disorders as an emergent social problem. Thus, the authors have drawn reflections upon the contemporary sociocultural context derived from the discourse content of the carriers of these disorders, pointing out strong determinants present in the logic of the consumer society, which will incite predisposing factors or even hasten the emergency of the disorder. Moreover, the authors conclude that the dissatisfaction with the body image and with weight has a symbolic mosaic as its substratum, something which agglutinates in its genesis psychoaffective elements influenced by contemporary social values which elect the body as a commodity in the acquisition of symbolic goods at the present time.

**Keywords:** Eating disorders; consumer society; beauty ideals

---

---

#### Introdução

A partir do estudo sobre as concepções e vivências de mulheres com transtornos do comportamento alimentar, são desenvolvidas reflexões sobre a Sociedade de Consumo e seus instrumentais imagético-midiáticos que circunscrevem e normalizam os ideais de beleza feminina na contemporaneidade, os quais exercem seus efeitos nocivos na

etiopatogenia dessas desordens alimentares, configurando, assim, um conflito na esfera da subjetividade que se expressa no corpo através da insatisfação com a imagem corporal e a adoção de comportamentos e práticas inadequadas de controle de peso.

Os Transtornos do Comportamento Alimentar (TCAs) são definidos como alterações do comportamento alimentar, de base afetivo/emocional, que podem levar à desnutrição ou à obesidade, entre outras complicações clínicas e incapacidades. Os fatores desencadeantes ou precipitantes entram em sinergia, configurando um complexo quadro psicossomatogênico que desequilibra completamente a função biológica da nutrição (Andrade, 2000).

De acordo com o DSMIV (1995) e CID 10 (1993), os TCAs são classificados como anorexia nervosa (sub-tipos: restritiva e purgativa), bulimia nervosa (sub-tipos: purgativa e não purgativa), transtornos alimentares não especificados e, entre este último, o transtorno do comer compulsivo.

---

<sup>1</sup> Construção teórica contida na Dissertação de Mestrado: Para Além dos Sintomas: A Trilogia do Desamparo no Vivido de Mulheres com Transtornos do Comportamento Alimentar. Mestrado em Saúde Pública do Departamento de Saúde Comunitária da Faculdade de Medicina da Universidade Federal do Ceará, 2000. 250p.

<sup>2</sup> Psicóloga, Especialista em Psicologia Clínica. Mestre em Saúde Pública pela Faculdade de Medicina da Universidade Federal do Ceará. Professora Assistente do Centro de Ciências da Saúde da Universidade de Fortaleza – UNIFOR. E-mail: angelaandrade@unifor.br

<sup>3</sup> Nutricionista e Psicóloga. Mestre em Ciências Sociais e Filosofia e Doutora em Saúde Pública pela Escola Nacional de Saúde Pública – ENSP/FIOCRUZ. Professora Adjunta da Faculdade de Medicina da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. E-mail: malubosi@nesc.ufrrj.br

O traço psicopatológico fundamental que intersecciona a anorexia à bulimia nervosa é o medo mórbido de engordar, acompanhado por idéias recorrentes que envolvem uma avaliação de si baseada numa percepção distorcida acerca do peso e da imagem corporal. Geralmente, a sensação que prevalece é a de “estar gorda”, o que leva aos comportamentos alimentares anormais e práticas inadequadas de controle de peso, como o excesso de atividade física, consumo de moderadores de apetite, laxantes e diuréticos. Com efeito, o objetivo fim da adoção desses comportamentos é para consubstanciar a sensação de “estar magra”, ou com o controle do peso que, através das mais bizarras formas de emagrecimento, envolvendo as diversas dietas alimentares restritivas, irão determinar a avaliação da auto-estima de pessoas que sofrem dessas desordens da conduta alimentar.

O transtorno do comer compulsivo difere em sua nosografia, na medida que seus portadores não desenvolvem o medo mórbido de engordar e, conseqüentemente, não utilizam práticas compensatórias e/ou métodos purgativos. Com isto, geralmente, desenvolvem obesidade. O controle saudável da ingestão alimentar é rompido pelos episódios de *binge*. Assim, configura-se um quadro de descontrole da ingestão; a pessoa ingere grandes quantidades de alimento num curto intervalo de tempo, se comparado a maioria das pessoas nas mesmas condições, acompanhado por sentimentos de culpa e remorso. Num episódio de compulsão alimentar, a pessoa poderá consumir, em média, 6000/kcal/episódio (Apollinário et al., 1995).

Vários autores, como Kutscka (1993), Nunes (1997) e Cordás (1998), discutem sobre a importância dos fatores socioculturais na patogênese dos transtornos alimentares que impõem um ideal de beleza, juntamente com o culto às dietas hipocalóricas e ao corpo esqualido.

O ideal de corpo perfeito, preconizado pela nossa sociedade e veiculado pela *mídia*, leva nossas mulheres a uma insatisfação crônica com seus corpos, ora se odiando por alguns quilos a mais, ora adotando dietas altamente restritivas e exercícios físicos extenuantes como forma de compensar as calorias a mais ingeridas, na tentativa de corresponder ao modelo cultural vigente, aumentando a pressão da equação: Promessa de Felicidade e Beleza = Consumo (Kutscka, 1993).

Desenvolveremos, a seguir, o solo epistemológico que ancora nossas reflexões acerca da Sociedade de Consumo e seus rebatimentos no modelo de beleza feminina, o que nos parece tão obsessivamente idealizado por pessoas que desenvolvem um transtorno alimentar.

### **O entorno social**

O projeto epistemológico da modernidade, ancorado no paradigma cientificista e racionalista, tem contribuído para o arrefecimento do potencial tecnológico, com notável avanço

dos meios de comunicação. Temos presenciado profundas e vertiginosas mudanças nas últimas décadas, com o incremento da informática com seus dispositivos digitalizados, reduzindo distâncias e acelerando nossa capacidade de absorver tanta informação. Podemos dizer que vivemos no mundo da instantaneidade e da “virtualidade”; nossas necessidades, nesta lógica, podem e devem ser atendidas prontamente, o que nos torna seres cada vez mais desejosos, ávidos por consumir. Esta revolução não se restringe, somente, aos domínios das *Hard Sciences*, mas é um fenômeno cultural amplo, que renovou a importância da investigação da natureza e do seu controle, em todas as áreas do conhecimento. O deslocamento do saber da cosmologia metafísica aristotélica para a cosmovisão mecanizada nos sistemas de Copérnico, no modelo cartesiano de Descartes e na Física matemática e mecânica de Newton, entre outros, instaura a entrada na Modernidade, palco de nossa atualidade, de sorte que, para alguns sociólogos e epistemólogos, estamos na era Pós-Moderna, ao considerar as últimas décadas pós-setenta.

A “globalização” se encontra na tessitura destas atuais transformações nas quais encontramos seus rebatimentos nas novas formas de configuração da subjetividade. Assim, o indivíduo está na totalidade social ao mesmo tempo em que esta se encontra nele. A sociedade antecede o indivíduo, determinando sua historicidade à medida que este também a reproduz, continuamente. Desta forma, compreendemos que a história natural da vida e a história social estão inextricavelmente constituídas, por conseguinte, o processo de subjetivação e suas formas de constituição revelam, em sua particularidade, a totalidade das condições sociais na existência humana.

Severiano (1992) analisa este processo de subjetivação na sociedade contemporânea, indicando que a revolução tecnológica não se restringe a ser um mero instrumento, mas chega a ser uma forma concreta de existência, uma atitude diante da realidade que passa a determinar as necessidades, aspirações e os desejos dos indivíduos. No horizonte destas questões, afirma que a natureza bidimensional humana, isto é, aquela perpetrada pela realidade e pelas suas infinitas possibilidades engendradas no projeto de vir-a-ser, está fadada ao aniquilamento, no momento que, na sociedade contemporânea, o movimento é quase uma total redução da dimensão humana do possível à dimensão do real. Desta forma, para a autora, inspirada nos teóricos frankfurteanos, em nossa atualidade, o que resta é uma dimensão - a da realidade e adaptação à ordem.

O consumo, marca emblemática dos conceitos ora desenvolvidos, resulta nesta luta pela existência alicerçada na aquisição de bens materiais, cujos rótulos possuem uma “falsa auréola de prestígio”. A diversificação de produtos ofertados abundantemente no mercado é conseqüência de uma intensa

estimulação, promovida pelos macro-determinantes sociais, de novas necessidades humanas, remodelando e capturando o desejo do indivíduo à aquisição daquela mercadoria injetada no mercado. O indivíduo cooptado por este apelo, quase sempre pela total submissão ao fetichismo do mundo do produto, recria o sistema capitalista com a aquisição alienada da mercadoria. Os indivíduos são ingenuamente convencidos de que, na aquisição irrestrita do produto maquiado pela publicidade, também estarão tendo um bem simbólico, derivado de suas necessidades humanas. Por outras palavras, *o homem trava uma luta interminável e infrutífera para conseguir, através do consumo de bens cada vez mais supérfluos e pouco duráveis, a sua felicidade* (Severiano, 1992:109).

Severiano (1999) ajuda-nos nesta busca, a partir de sua aguçada leitura, ao teorizar sobre este invisível campo de forças em seu estudo que aborda as subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo. Menciona que, para a adesão, em massa, dos homens por esta lógica do capital mundializado, há necessidade de uma infra-estrutura compatível. A revolução tecnológica e os novos recursos da mídia cumprem esta função de integração universal. Assinala que tal produção dissemina não só bens materiais, mas, principalmente, bens simbólicos, ou seja, os produtos são fabricados globalmente não só para atender “o valor de uso” ou funcionalidade, mas para traduzir um novo estilo de vida. Através da fetichização do objeto de consumo, os indivíduos se identificam com a marca, pois esta traduz suas necessidades, ao mesmo tempo que os diferenciam.

A “globalização”, dentre outras peculiaridades, substituiu paulatinamente os vínculos sociais baseados no tradicionalismo pela lógica do atual mercado, propiciando um estado de confusão e insegurança generalizado em meio à complexidade dos novos códigos sociais. Com isto, segundo Severiano (1999), a publicidade tem tripla função, no que tange à manutenção deste cenário. A autora adverte o poder que a publicidade detém ao mobilizar intensamente o desejo do consumidor para adquirir uma certa “estabilidade social”; em segundo plano, veicula códigos de consumo que não são neutros e, também, têm a função legitimadora do capitalismo, promovendo o escoamento da produção.

A “cultura do narcisismo” é o conceito que a referida autora cunhou, a partir de Christopher Lasch, para designar a roupagem que as culturas capitalistas modernas assumiram, tendo em seu contexto uma forte preocupação proveniente de todos os campos, com as expectativas individuais privadas e com as preferências do consumidor. Contudo, menciona a vinculação sinérgica entre a publicidade, narcisismo e traços de personalidade, ou seja, podemos compreender nosso momento histórico a partir dos elementos de subjetivação singular, tangenciados pela forma de produção capitalista que investe no fetichismo de seus produtos na busca da realização

individual, através da apropriação dos signos do consumo e, para esta tarefa, a publicidade é entendida como um “núcleo privilegiado da produção simbólica contemporânea” (Severiano, 1999).

Maia & Albuquerque (2000) assinalam que a sociedade contemporânea é marcada por uma cultura da imagem, em que o instantâneo e a busca de prazer imediato e contínuo são valores predominantes. Estudam a imbricação entre os meios de comunicação e a formação da subjetividade. Com isto, trazem à discussão a importância dos mecanismos “imagéticos midiáticos” como modeladores da subjetividade, e destacam, ainda, a relevância deste processo no incremento das patologias narcísicas na clínica contemporânea.

As autoras planificam suas afirmações, traçando uma crítica na relação entre cultura contemporânea e imediatismo. De uma forma subliminar e invisível, os meios de comunicação e, mais potentemente a televisão, difundem a idéia de que, ao adquirir determinado produto, as necessidades humanas do consumidor serão atendidas. Busca-se, permanentemente, o estado de prazer e alegria sem o mínimo esforço. Para tanto, elimina-se a via dialógica e reflexiva da mediatização para uma comunicação que privilegia o impacto, com apreensão rápida, panorâmica e globalizante do conteúdo transmitido. É evidente que, para isto, o recurso utilizado é a cooptação do espectador através do fascínio da imagem. A consolidação deste movimento nos processos humanos poderá assumir proporções patológicas, pois a dor e a frustração, na cultura contemporânea, não assumem a noção de limites próprios da experiência humana e sim da insuficiência daquele sujeito singular. Veicula-se a idéia de que a imagem ideal de pleno prazer está disponível para todos sem o mínimo esforço, e a quem não adquire o “produto” publicizado só restam a frustração, a incapacitação e a culpa, noutras palavras, *a não concretização desse modelo decorre de problemas particulares daquele sujeito* (Maia & Albuquerque, 2000:83).

No horizonte dessas questões, cada produto é associado a um estilo de vida, a uma necessidade humana básica, a um *status* social ou, até mesmo, a um ideal subjetivo. Em contrapartida, com a aquisição desse produto, o consumidor acredita estar adquirindo, também, aquele padrão corporal, aquele *status* social etc. *É no âmbito do fascínio, da hipnose que se encontra o eu capturado na trama imagética da mídia-cultura-contemporânea* (Maia & Albuquerque, 2000:86).

Com o desdobramento da cultura do consumo em cultura da imagem, a noção de processualidade fica suprimida pela instantaneidade, marca fundamental da contemporaneidade.

Neste processo de modelagem subjetiva de massa, os aspectos de singularização do indivíduo tendem à supressão, na medida que a imagem é incorporada via fascinação. Por conseguinte, há um enfraquecimento da vontade e iniciativa própria do sujeito pela aderência passiva aos ditames desse

ideal. Maia & Albuquerque (2000) denunciam o incremento das patologias narcísicas, justamente, no complexo processo de subjetivação numa cultura mediada pela apropriação fascinada de modelos televisivos. Sobre estes fatos, elas explicitam que

*A mídia-cultura é parte significativa da cultura contemporânea e sua importância nos processos de subjetivação não podem ser minimizados. Se levarmos em conta às últimas conseqüências nossa linha de reflexão, corremos o risco de declararmos um adoecimento da cultura. Certamente não é disso que se trata. Mas parece-nos que a cultura contemporânea tem favorecido tanto a emergência de novas configurações psíquicas quanto o incremento de patologias narcísicas (Maia & Albuquerque, 2000:88).*

Vimos, pois, que a dinâmica do nosso momento histórico fomenta a pseudocrença que o corpo é demasiadamente maleável e pode ser “programado”, segundo as técnicas de embelezamento disponíveis, tais como: exercícios físicos, dietas, cirurgias plásticas, técnicas de embelezamento etc. Com isto, o corpo perfeito, em nossa cultura, passa a ser oferecido como algo possível, restando para as mulheres que não o conseguem a culpa e a frustração.

Minerbo et al. (1997) e Malysse (1998 e 2002) assinalam que o discurso da mulher está muito voltado para o corpo, para o embelezamento externo. Problematizam a inversão deste discurso, na medida em que a beleza deixou de ser um atributo natural da mulher, para ser implacavelmente perseguido. Há o excesso de preocupação com a beleza, que as autoras denominam de *narcisismo militante*. Ressaltam, ainda, o fato de que, com a incorporação desta lógica, *do saudável cuidado com o corpo, pode-se desviar para uma obsessão, para uma patologia da beleza* (Sczufca, 1998:16).

Acreditamos que ao discutir os TCAs no âmbito dos fenômenos sociais, por uma abordagem psicossociológica, podemos tecer considerações heurísticamente fecundas a partir da análise dos depoimentos de nossas informantes. Neste sentido, nosso objetivo é compreender esses transtornos, também, como uma questão social preocupante.

## Metodologia

Para o nosso estudo, assumimos a escolha da metodologia qualitativa de base fenomenológica-hermenêutica-dialética (Amatuzzi, 1996), como sendo o “caminho” em que poderá ser acessado, em profundidade, o simbólico do grupo estudado (Forghieri, 1989; Bicudo & Espósito, 1997).

Por sua natureza não quantificável e não generalizável, a pesquisa qualitativa possibilita a aproximação da realidade, tal como vivida pelos seus atores, ou seja, o acesso é a experiência imediata, pré-reflexiva, dimensão não atingida por

procedimentos matemáticos. Desta forma, sua epistemologia é distinta da que fundamenta as abordagens positivistas (Rey, 1997).

Nossa investigação focalizou as vivências de mulheres com transtornos alimentares. Para tanto, selecionamos sujeitos do sexo feminino entre 12 e 45 anos de idade, portadores de algum tipo de transtorno do comportamento alimentar - anorexia nervosa, bulimia nervosa, transtorno do comer compulsivo ou transtornos alimentares não especificados - participantes de serviços especializados na terapêutica desses quadros em Fortaleza-CE. Os critérios de inclusão de nossas informantes, no que se refere a ser portadora de TCA, foram avaliados previamente no ato de inserção no programa de tratamento, visto que, para a constatação do diagnóstico, é necessário passar por uma entrevista clínica de triagem, estruturada no modelo que converge aos critérios diagnósticos do DSMIV e CID10.

Pela tradição qualitativa, a amostragem qualitativa não se baseia em critérios numéricos para garantir a sua representatividade. O critério é o aprofundamento da compreensão simbólica do grupo estudado (Minayo, 1996). O que delimita o conjunto de atores sociais é a *exaustão*, pela reiteração das categorias empíricas presentes no discurso produzido. Desta forma, uma boa amostragem é aquela que se mostra suficiente para *objetivar o objeto empiricamente, em todas as suas dimensões* (Minayo, 1996:103).

As técnicas utilizadas foram entrevistas não-diretivas e observação participante, com o consentimento prévio dos informantes e garantimos aos sujeitos total confiança dos conteúdos fornecidos. Gravamos em fitas cassetes todas as sessões de entrevistas num total de trinta horas de gravação. O trabalho de campo foi realizado de janeiro a abril de 2000.

O manejo com o material transcrito (entrevistas) e a análise do material discursivo (descrições) que seguimos neste estudo foram ancorados na proposta de Martins & Bicudo (1994) - *análise da estrutura situada do fenômeno*.

## Resultados e discussão

### *O corpo feminino sob a insígnia do consumo*

A supremacia do mundo “imagético midiático” parece indicar vetores subjetivos que rompem com o tradicionalismo, ou seja, com nossas construções históricas produzidas pelas experiências mundanas. A instantaneidade virtual com o domínio da imagem parece ocupar o centro deste novo tempo, afetando não somente a tecnologia da informação, mas estabelecendo seu fascínio, também, no corpo.

Aquilataremos o que foi discutido verificando como esses valores aparecem no discurso de nossas depoentes, e julgamos oportuno inserir aqui uma pergunta: O que leva as mulheres a desenvolver uma insatisfação crônica com os próprios corpos,

negando um instinto tão fundamental como o da fome, transcendendo este comportamento como um sentido de ser-no-mundo? Elas exteriorizam essa pressão da seguinte forma:

*Tudo isso começou quando, foi em 98, em maio, eu comecei a notar que estava gorda, tava me achando gorda, eu comia direitinho, normal como todo mundo, aí sempre eu fui assim mais ligada em televisão, aí todas vezes que eu assistia televisão, aí via sempre as pessoas magrinhas, bem-feitinhas e eu me achava gorda e minhas amigas tudo magrinha aí eu me achava baixa, eu me achava feia, gorda.*

(F.P., 24 anos, telefonista, ciclos alternados entre anorexia e bulimia nervosas)

*Pode até que seja pela moda, pelo estilo que o pessoal tá tendo como bonito agora, porque antes era as gordinhas e agora chegou a vez das magrelas e talvez volte as gordinhas, mas quando voltar as gordinhas eu não quero ser gordinha do mesmo jeito.*

(N.B., 19 anos, secretária, transtorno alimentar não específico)

*Você vai numa loja, você não consegue comprar uma roupa pra você que é gorda. Quando você vê os desfiles de moda, as pessoas têm uma cintura e só tem osso, são muito magras, você vê o padrão de beleza de tudo é a magreza, você nas novelas, você vê em tudo são pessoas muito magras, (...) isso passa pra você que você tá errada, você tá fora dos padrões normais.*

(T.J., 23 anos, estudante de Medicina, bulimia nervosa)

Nossas premissas, até aqui discutidas, vão ao encontro ao que Minerbo et al. (1997) e Malysse (1998 e 2002) problematizam, no momento em que indicam o discurso da mulher muito voltado para o embelezamento do corpo, às vezes, até, obsessivamente procurado, tornando o que seria um cuidado saudável com o corpo uma patologia da beleza. Neste sentido podemos observar como nossa cultura divulga este corpo perfeito, implacavelmente perseguido pelas mulheres, em especial as que compõem a nossa amostra. A cooptação das consciências se expressa em nosso cotidiano, bastando analisar os nossos comerciais televisivos, nossos *out doors* e revistas femininas que prometem, de forma subliminar, prazer e felicidade na aquisição do produto publicizado.

*Hoje a chuva de cobranças que a sociedade tem em relação a você ter corpo perfeito, a você ser saudável, a você ser malhado, você ser sarado (...), é uma exploração da mídia em cima disso em todos os níveis, você abre uma revista você vê propagandas belíssimas da forma (...) aí de repente você vê a televisão, você vê as atrizes engordam um pouquinho já mandam pro spa (...), aí eu penso assim ninguém*

*pode competir com elas, aí você abre o telejornal os cabelos impecáveis, a pele impecável aí eu penso pô! (...). A mídia nesse sentido ela é muito cruel, esse endeusamento do corpo, ela força uma idealização física de homem e de mulher e você precisa amadurecer muito a interioridade pra você não ser pescado por essa propaganda de imagem.*

(S.B., 36 anos, auxiliar administrativa, bulimia nervosa)

*Foi uma lavagem cerebral desde da infância, mais eu fui vendo também quando cheguei na adolescência que o padrão bonito era ser magra e todas as pessoas eram magras, as minhas primas sempre falavam em regime e que a pessoa tinha de ser magra e minha família toda, e a televisão você abre é sobre 'diet shake' e não sei o quê, você não vê no 'out door' que a felicidade é vestir um vestido P.*

(T.J., 23 anos, estudante de Medicina, bulimia nervosa)

*Quando eu era gordinha eu queria ficar do corpo da Sheila Carvalho, eu tinha conseguido com 48 quilos, mas aos poucos eu já tava com medo de comer, então fui perdendo, perdendo peso, e não consegui mais parar.*

(F.C., 15 anos, estudante do 2º grau, anorexia nervosa)

*Num tem a Sandy, aquela menina, porque eu li na revista, ela tem um metro e sessenta e pesa 40 quilos, aí eu me baseava muito nela (...) porque eu não posso ter 40 quilos? por que ela pode e eu não?*

(A.C., 17 anos, estudante do 2º grau, anorexia nervosa)

As imagens que seduzem as mulheres a adquirir um corpo perfeito, se infiltram no imaginário feminino, dando a conotação de mercadoria, ou seja, podemos adquirir o produto. É só "comprá-lo". Com isto, ignoram-se as constituições genéticas e hereditárias, pois as imagens execram os limites do funcionamento fisiológico e nutricional; sugerem um ideal de corpo que muitas de nós, mulheres, acreditamos poder adquiri-lo. Isto parece mais evidente em nossas informantes, tão fascinadas por esta máxima.

*Aí durante meu processo [anorexia nervosa] tinha uma fase de comprar Boa Forma, aquela revista, tem um monte lá em casa, aí eu ficava vendo a revista aí eu ficava dizendo: A minha meta é essa aqui, essa menina, eu vou querer esse corpo (...). Só passa na televisão que a fulana perdeu 20 quilos, a atriz tal perdeu 10 quilos, todo mundo emagrecendo!*

(J.T., 16 anos, estudante do 2º grau, bulimia nervosa)

É, portanto, diante desta objetividade cruel que deparamos com a assistência aos portadores de TCAs. No confronto destas manipulações da subjetividade humana reside nossa preocupação. Julgamos que seja necessária a formação de uma “massa crítica”, no Brasil, acerca desta realidade social, tão coercitiva, alienante e adoecedora.

O legado dessas mensagens permeia o imaginário feminino e intensifica a crença de que a não-correção do corpo resulta, unicamente, de problemas individuais, que vão desde a falta de confiança em si, até os recalques secretos e inconscientes, restando para as mulheres a sensação de fracasso, impotência, diante daquilo que não conseguem adquirir pela falta de persistência. Assim, dizem-nos nossas informantes:

*Pessoas que vão comprar roupa são pessoas vaidosas, são pessoas magras, então você ser gorda, você não pode ser vaidosa, você não pode querer vestir roupa, não tem nem pra comprar do meu manequim.*

(T.J., 23 anos, estudante de Medicina, bulimia nervosa)

*As pessoas são muito visuais, são muito suscetíveis a se encantar com a beleza que se apresenta, um Adonis, um Apolo, uma Afrodite, então as pessoas são muito suscetíveis a se deslumbrarem visualmente, não que o belo não seja pra ser admirado (...), mais pode ter uma beleza muito maior lá dentro.*

(S.B., 36 anos, auxiliar administrativa, bulimia nervosa)

## Conclusões

À guisa dessa problematização, concluímos que a nossa cultura contemporânea, balizada no poder das imagens fetichistas e na lógica do consumo lucrativista e reprodutivista, torna-se um meio, ainda mais adoecedor, para aquelas pessoas que, em especial, possuem fatores predisponentes para desenvolver uma problemática psicoafetiva na esfera alimentar, aqui estudada, como os transtornos do comportamento alimentar. As mulheres que compõem a amostra de nosso estudo sentem-se compelidas a responder a este apelo. Com efeito, concordamos com BOSI (1998) que introduz os conceitos de “contágio simbólico” e “epidemia silenciosa” para designar este fenômeno coletivo, uma verdadeira “febre” que atravessa o cotidiano e o imaginário feminino, de fala em fala, reproduzindo e solidificando, ainda mais, o discurso capitalista globalizado.

## Referências

AMATUZZI, M. Apontamentos acerca da pesquisa fenomenológica. *Estudos de Psicologia*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 5-10, 1996.

ANDRADE, A. *Para além dos sintomas: a trilogia do desamparo no vivido de mulheres com transtornos do comportamento alimentar*. 2000. 250 f. Tese (Mestrado em Saúde Pública) – Faculdade de Medicina, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

APPOLINÁRIO, J. C.; COUTINHO, W.; PÓVOA, L. C. O transtorno do comer compulsivo: revisão de literatura. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, v. 44, p. 38-40, 1995.

BICUDO, M. A. V.; ESPÓSITO, V. H. C. (Org.). *Joel Martins... um seminário avançado em fenomenologia*. São Paulo: Educ, 1997.

BOSI, M. L. M. *Transtornos alimentares: uma problemática emergente no panorama da saúde pública*. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1998. Mimeografado.

CID-10 - Classificação de transtornos mentais e de comportamento: descrições clínicas e diretrizes diagnósticas. Tradução Dorgival Caetano. Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.

CORDÁS, T. A. et al. *Anorexia e bulimia: O que são? Como ajudar? Um guia de orientação para pais e familiares*. Porto Alegre: Art Med, 1998.

DSMIV – Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais. 4. ed. Tradução de Dayse Batista. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

FORGHIERI, Y. C. Contribuições da fenomenologia para o estudo de vivências. *Revista Brasileira de Pesquisa em Psicologia*, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 7-20, 1989.

KUTSCKA, H. J. O consumo do belo. In: CORDÁS, T. A. *Fome de cão: quando o medo de ficar gordo vira doença: anorexia, bulimia e obesidade*. São Paulo: Maltese, 1993. p. 103-110.

MALYSSE, S. Em busca do corpo ideal: sexualidade, gênero e sociedade. *CEPES/IMS/UERJ*, Rio de Janeiro, v. 7/8, p. 12-17, 1998. Edição especial.

MALYSSE, S. Em busca dos (H)alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, M. *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 79-137.

MAIA, M. S.; ALBUQUERQUE, A. Get there now: cultura contemporânea, imediatismo e desamparo. *Pulsional Revista de Psicanálise*, São Paulo, v. 13, n. 132, p. 81-88, 2000.

MARTINS, J.; BICUDO, M. A. V. *A Pesquisa qualitativa em psicologia: fundamentos e recursos básicos*. 2. ed. São Paulo: Moraes, 1994.

MINAYO, M. C. S. *O Desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 4. ed. São Paulo: HUCITEC, 1996.

MINERBO, M.; KHOURI, M. G.; AJZENBERG, R. Beleza feminina: um tema da clínica contemporânea. *Revista Brasileira de Psicanálise*, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 809-819, 1997.

NUNES, M. A. *Prevalência de comportamentos alimentares anormais e práticas inadequadas de controle de peso em mulheres*

de 12 a 29 anos em Porto Alegre. 1997. Tese (Mestrado em Epidemiologia) - Faculdade de Medicina, Universidade Federal de Pelotas, Porto Alegre.

REY, G. F. L. *Epistemología cualitativa y subjetividad*. Habana: Ed. Pueblo y Educación, 1997.

SEVERIANO, M. F. V. A sociedade unidimensional e a produção da subjetividade humana. *Revista de Psicologia*, Fortaleza, v. 10, n. 1/2, p. 103-119, 1992.

SEVERIANO, M. F. V. *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo: os ideais narcísicos na publicidade da TV: produção e consumo*. 1999. 342 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

SCAZUFCA, A. C. M. *Abordagem psicanalítica da anorexia nervosa e da bulimia como distúrbios da oralidade*, 1998. 145 f. Tese (Mestrado) - Faculdade de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.