

**MÍDIA E REDES SOCIAIS SOB A LÓGICA DA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO:
AUTOIMAGEM E TRANSTORNOS ALIMENTARES NA PRÁTICA CLÍNICA**

Tais Regina Assmann

Franciele da Costa

Resumo

O presente resumo expandido decorre da pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulada "Intervenções e Desafios no Tratamento de Transtornos Alimentares: A Perspectiva de Profissionais da Saúde do Grande Oeste Catarinense". Trata-se de uma investigação de abordagem qualitativa realizada com três profissionais de saúde (psicóloga, nutricionista e médica) atuantes no Grande Oeste de Santa Catarina. O estudo aprofunda a discussão sobre o papel da mídia e das redes sociais na construção da autoimagem e sua relação com os transtornos alimentares, à luz do conceito de Sociedade do Espetáculo. Os transtornos alimentares apresentam etiologia multifatorial, na qual aspectos biológicos, psicológicos, familiares e socioculturais interagem para produzir e sustentar o adoecimento psíquico e físico. Entre os determinantes socioculturais, a supervalorização da magreza como sinal de saúde e de valor pessoal segue sendo apontada como campo fértil para a insatisfação corporal, sobretudo entre mulheres (SIMAS; GUIMARÃES, 2002). Ao articular o referencial teórico aos relatos colhidos nas entrevistas semiestruturadas, este texto observa essa dinâmica não apenas como um fenômeno descrito na literatura, mas como uma

realidade concreta que atravessa a prática clínica cotidiana dessas profissionais.

O conceito de Sociedade do Espetáculo, formulado por Debord (1997), oferece a chave de leitura para compreender por que a exposição contínua a corpos idealizados nas redes sociais tem efeito tão persistente sobre a autoimagem: nessa lógica, as relações sociais passam a ser mediadas por imagens, de modo que o "parecer" se sobrepõe ao "ser". No ambiente digital, isso se traduz na construção de identidades organizadas em torno da performance visual e da busca constante por validação social, o que naturaliza padrões corporais inatingíveis e transforma a comparação constante com influenciadores digitais em uma experiência cotidiana.

Essa dinâmica aparece de forma concreta nos relatos das profissionais entrevistadas. A nutricionista descreve as redes sociais como um dos fatores mais determinantes no adoecimento atual, ao observar que as pacientes se comparam o tempo todo com blogueiras fitness, convencidas de que precisam alcançar aquele padrão corporal. Esse relato aponta ainda para uma mudança no perfil clínico que exige reflexão: a presença de demandas relacionadas à preocupação excessiva com uma alimentação considerada saudável e à busca intensa por muscularidade, associadas, na literatura, às discussões sobre ortorexia e vigorexia, indica uma diversificação das demandas sobre imagem corporal percebidas pelas profissionais. Essa transição sugere que a Sociedade do Espetáculo não fixa um único ideal corporal permanente, mas reconfigura continuamente o padrão de desejo conforme a estética dominante em cada ambiente digital, exigindo dos profissionais de saúde atualização constante sobre quais corpos estão sendo idealizados e por quê.

O mercado da beleza e do fitness ocupa lugar central nessa engrenagem, na medida em que se beneficia economicamente da insatisfação corporal que ajuda a produzir, promovendo ideais frequentemente inalcançáveis e alimentando frustração e sofrimento psicológico (GROESZ; LEVINE; MURNEN, 2002). A psicóloga entrevistada resume essa percepção ao afirmar que existe toda uma indústria que lucra com a insatisfação corporal, o que dificulta o trabalho clínico porque o paciente já chega imerso em crenças distorcidas sobre o próprio corpo antes mesmo do primeiro atendimento. O espetáculo, nesse sentido, não opera apenas no plano simbólico da imagem: ele sustenta um circuito econômico que tem interesse direto na manutenção da insatisfação como estado permanente.

Essa lógica se estende também a domínios que extrapolam a alimentação e o exercício físico, como evidencia o relato da médica sobre a normalização e romantização da cirurgia plástica nas redes sociais, muitas vezes apresentada como solução definitiva para questões que, na origem, podem ser de natureza emocional e não estética. A profissional relata ter recusado uma intervenção cirúrgica ao identificar que a expectativa da paciente dizia respeito a uma dificuldade afetiva e amorosa, e não à estética nasal. Esse tipo de situação mostra que a mediação da vida por imagens, característica da Sociedade do Espetáculo, também molda a forma como os sujeitos interpretam seu próprio sofrimento, direcionando-o para soluções corporais quando a origem é subjetiva e relacional.

A resistência ao tratamento, apontada pelas profissionais como um dos principais obstáculos clínicos, também guarda relação com essa lógica espetacular. Um padrão recorrente identificado nos atendimentos é o raciocínio dicotômico ("tudo ou nada"), segundo o qual a alimentação parece admitir apenas dois estados possíveis: o controle total, representado

pela dieta idealizada, ou o abandono completo de qualquer regra. Esse padrão, por vezes reforçado sem intenção por orientações médicas e nutricionais excessivamente restritivas, encontra na cultura da magreza e nos padrões corporais amplamente difundidos pela mídia um terreno que o sustenta e o naturaliza, dificultando o reconhecimento do meio-termo como possibilidade legítima de cuidado. A rigidez desse raciocínio ilustra como o espetáculo midiático não apenas propõe um ideal estético a ser perseguido, mas também molda a lógica cognitiva com que os pacientes avaliam o próprio comportamento alimentar.

Cabe reiterar que a associação entre exposição a imagens idealizadas e insatisfação corporal não configura uma relação de causa e effect isolada, uma vez que os transtornos alimentares resultam de uma interação complexa entre fatores biológicos, psicológicos, familiares e socioculturais (FARDOULY et al., 2015; HOLLAND; TIGGEMANN, 2016). A mídia contribui para a difusão e a naturalização de determinados ideais, sem funcionar como determinante único, ainda que os relatos das profissionais entrevistadas indicam que essa influência é percebida como altamente relevante em sua prática. Diante desse cenário, a prevenção ganha centralidade, especialmente por meio de ações educativas em ambientes escolares voltadas à aceitação corporal e a hábitos alimentares saudáveis, alinhadas às recomendações de saúde pública (NEUMARK-SZTAINER et al., 2010). Nesse ponto, a fala da nutricionista é ilustrativa: sem esse trabalho preventivo nas escolas, a prática clínica segue "apagando incêndios", ou seja, intervindo apenas quando o quadro já está instalado. A atuação do profissional de saúde, nesse contexto, não se limita ao consultório: implica também uma análise crítica das influências socioculturais que moldam a autoimagem,

contribuindo para desconstruir ideais midiáticos e fortalecer a autoestima em espaços coletivos e preventivos.

Conclui-se que a mídia e as redes sociais, analisadas à luz do conceito de Sociedade do Espetáculo, participam ativamente da construção de referências corporais e de processos de comparação social relacionados à autoimagem e aos comportamentos alimentares, sem constituírem fatores determinantes isolados. Os relatos das profissionais entrevistadas na pesquisa de TCC reforçam que essa dimensão não é apenas teórica: ela sobressai na mudança dos perfis clínicos atendidos, na dificuldade de intervir junto a pacientes já capturados por crenças corporais distorcidas, na rigidez do raciocínio dicotômico que sustenta a resistência ao tratamento e na extensão dessa lógica a procedimentos cirúrgicos estéticos. Compreender essa dimensão estrutural e investir em uma atuação multiprofissional integrada, que articule psicologia, nutrição, medicina e ações preventivas em redes de apoio, mostra-se essencial para a desconstrução de ideais prejudiciais, o fortalecimento da autoestima e a promoção da saúde mental e física na região do Grande Oeste catarinense.

REFERÊNCIAS:

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FARDOULY, J. et al. Repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários: revisão integrativa. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ptp/a/YhYLPmGdBKmTdsZhk5kbYVJ/?lang=pt&format=pdf>.

GROESZ, L. M.; LEVINE, M. P.; MURNEN, S. K. The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: a meta-analytic review. **International Journal of Eating Disorders**, v. 31, n. 1, p. 1-16, 2002.

HOLLAND, G.; TIGGEMANN, M. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. **Body Image**, v. 17, p. 100-110, 2016.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

NEUMARK-SZTAINER, D. et al. Primary prevention of eating disorders in adolescents: a review of the literature and recommendations for future research. **International Journal of Eating Disorders**, v. 43, n. 4, p. 306-318, 2010.

SIMAS, J. P. N.; GUIMARÃES, A. C. A. Ballet clássico e transtornos alimentares. **Revista da Educação Física**, Maringá, v. 13, n. 2, p. 119-126, 2002.

E-mail: thaisassmann79@gmail.com

E-mail: franciele.costa@unoesc.edu.br