

Corpo Idealizado do Consumo em Anoréxicas e Bulímicas: nos meandros da tecnologia e dos modelos midiáticos

Mariana Oliveira do Rêgo (Universidade Federal do Ceará)
Maria de Fátima Vieira Severiano (Universidade Federal do Ceará)
Yuri Ximenes Ávila Siqueira Telles (Universidade Federal do Ceará)

mariana_orego@hotmail.com
fatimasev@terra.com.br
yuri.xt@gmail.com

Entre os objetos paradigmáticos do consumo contemporâneo – celulares, carros, computadores etc. –, um outro “objeto” se destaca de forma especial, permeando e dando suporte a todos os demais: o corpo. Este, considerado por Baudrillard (1970) como “o mais belo objeto de consumo” é enquadrado, contemporaneamente, na lógica fetichista da mercadoria, à semelhança de qualquer outra. Ainda mais agudamente que os demais objetos, ele encarna uma promessa implícita de inclusão social, diferenciação, *status*, prazer, poder, amor e felicidade. Todos os demais objetos parecem se constituir em meras próteses para o alcance daquilo que passou a ser, na contemporaneidade, sinônimo de salvação psíquica e social: “o corpo ideal”.

Dada a crescente importância atribuída a esse corpo ideal na contemporaneidade e, ainda, levando em conta a influência que a mídia e o mercado, cada vez mais exercem sobre este ideal veiculado, objetivamos, neste trabalho, refletir criticamente a respeito do corpo idealizado de consumo, tomando, como foco de estudo, alguns transtornos de auto-imagem potencializados ante a busca incessante pelo “corpo perfeito”: anorexia e bulimia.

Em uma etapa anterior da pesquisa que deu origem a este trabalho, a fim de melhor compreendermos como se deslindam as relações do sujeito com esse corpo-fetichismo, analisamos as “vozes” – discursos, já publicizados na *internet*, de mulheres que se autodenominam anoréxicas ou bulímicas – dos aspirantes ao ideal de corpo, focando principalmente os “excessos” presentes em dois dos transtornos psicopatológicos (anorexia e bulimia) mais proeminentes na contemporaneidade. Nesta segunda etapa, continuamos, ainda, com os supracitados distúrbios, mas dedicando especial atenção a uma das categorias encontradas na etapa anterior – modelos midiáticos. Esta categoria refere-se à recrudescente influência de modelos corporais, modificados por *softwares* de edição de imagem no padrão corporal idealizado e veiculado pelos *media* na chamada Hipermodernidade (LIOVETSKY, 2004)

Trabalhar com o conceito de Hipermodernidade implica compreender que as características que embasaram a modernidade – o individualismo, o mercado e o progresso técnico-científico – não apenas não desapareceram, mas intensificaram-se, tornando-se hiperlativas.

Os “excessos” nos parecem mais evidentes, principalmente, na maneira em que esta sociedade, através da publicidade, “oferta” igualmente, (mas não igualmente) bens de consumo, espaços de entretenimentos, estilos de vida, formas exemplares de ser, sentir, amar e desejar, apresentadas sempre sob o invólucro de um corpo perfeito de alguma “celebridade”.

É, justamente, na questão da “celebridade”, do corpo modelo, que recaem muitas de nossas atenções nesta pesquisa. Tais pessoas, supostamente dotadas de um corpo digno de ser considerado enquanto (um dos) modelo(s), são tomadas (e veiculadas!) enquanto referência corporal.

Ora, esse corpo mesmo – constituído de carne e músculos – é submetido aos mais diversos tipos de procedimento ascéticos, bem como aos mais variados excessos, em nome de

um padrão a se atingir. Não há limites para as transmutações às quais esse corpo-rascunho – como Le Breton (2003) o denomina – se submete. Tal qual um esboço, pode ser modelado e remodelado à vontade de seu portador, sempre buscando alcançar um padrão rigorosíssimo e perenemente cambiante, padrão esse, portanto, impossível de ser alcançado.

O fato que nos chamou atenção em pesquisas passadas (2008) é que os corpos das “celebridades”, modelos aos quais, esse “corpo-carne” das anoréxicas e bulímicas deve se submeter no âmbito da *materialidade*, são, eles mesmos, *imateriais*. Sibila (2005) parte da hipótese que hoje o horror ao corpo (imperfeito) convive com um culto à saúde e ao bem-estar corporal, estes últimos almejando, sempre, uma perfeição. Como os modelos corporais veiculados pela Indústria Cultural (ADORNO, 1947) estão cada vez mais mutáveis e inacessíveis, e é justamente este o propósito da publicidade para alavancar sempre as vendas (SEVERIANO, 2001), conseguir o corpo “ideal” torna-se impossível.

Neste sentido, mesmo que a tecnologia tenha avançado bastante na seara dos tratamentos corporais que agem sobre o conjunto palpável do corpo – sejam rejuvenescedores, emagrecedores ou mesmo programas de exercício físico – ela ainda não consegue dar ao corpo-consumidor o efeito prometido. Este, no entanto, se mostra mais acessível com o uso de *softwares* de edição de imagem, tais como o *Photoshop*, que eliminam de forma quase perfeita “defeitos” como rugas, sardas, gordura localizada, celulite e pequenas protuberâncias que estejam em desacordo com o padrão adelgado, liso e cada vez mais imaterial de beleza.

O conceito de padrão imaterial se faz mais compreensível quando, ainda a partir do pensamento da autora, refletimos que a questão em pauta não é mais o corpo, mas a imagem de tal corpo. Se o conjunto palpável de carne, músculos, ossos e sangue não pôde alcançar determinados padrões, mesmo com o uso da mais alta tecnologia cosmética e cirúrgica, a imagem desse corpo pode ser rapidamente alterada, sem os revezes da dor, dos sacrifícios e das cicatrizes.

Assim, temos como hipótese que tais programas de edição, apesar de oferecerem uma dupla vantagem: evitam as dores e desconfortos referentes ao embelezamento do corpo palpável, transcendendo as possibilidades das técnicas de intervenção corporal concretas e aproximando-se cada vez mais do modelo imaterial ideal, jamais atingem seus propósitos, aprisionando seus consumidores numa eterna busca.

Diante do exposto, propomo-nos a compreender os excessos e metamorfoses corporais, representados pelos transtornos alimentares - bulimia/anorexia - como a exacerbação de um sintoma social, para além de uma perspectiva individualizante, compreendendo o corpo como um território de manipulação e controle social constante. Em nosso caso, tal controle se exerce através das prescrições midiáticas, modeladas pela correção computadorizada de corpos digitalizados – modelos ideais.

Para tanto, recorreremos aos referenciais teóricos da Escola de Frankfurt (Adorno e Horkheimer), de Freud, com sua teorização sobre o narcisismo, de Sibila, com o “pavor da carne” e a imaterialidade dos corpos, de Lipovetsky, com sua conceituação de “hipermodernidade” e de Costa, com o conceito de “estultícia”. Além deles, retomaremos outros autores cuja obra se faça relevante e coerente para com os intuítos deste estudo. Articularemos, também, nossas reflexões teóricas a discursos – “vozes” – coletados de *blogs* e *sites* de relacionamento. Nesta etapa trabalharemos apenas com duas sub-categorias referentes ao “mal-estar (“excessos / metamorfoses corporais” e “tecnologia / modelos midiáticos”), que se referem às metamorfoses corporais, aos recursos tecnológicos e à influência de modelos midiáticos implicados neste processo – fenômenos estes próprios da hipermodernidade (LIPOVETSKY, 2004).

A fim de realizarmos nossos objetivos, ou seja, investigar as influências das novas tecnologias e dos modelos midiáticos na construção de um tipo de “corpo ideal”, considerando seus excessos e mal-estares (especialmente nas síndromes de anorexia e bulimia), adotamos o

referencial teórico-metodológico da Escola de Frankfurt, o qual advoga a construção de uma análise “teórico-crítica” sobre as atuais relações do homem com a indústria cultural e as novas formas de “satisfação espontânea do desejo”, que findam por conciliá-lo com sua sociedade.

A “Teoria Crítica” insiste em que o particular somente pode ser compreendido quando referido a uma totalidade maior que lhe dá sentido e significação, ou seja, o particular funciona como índice do universal, é o seu representante e, como tal, deve ser objeto de uma rigorosa reflexão crítica para que se consiga ascender à complexidade do todo.

Em nosso caso específico, elegemos, aqui, os fenômenos da anorexia/bulimia como expressões do excesso de busca do corpo idealizado do consumo, agindo enquanto um elemento particular, dentre vários outros, representativo da sociedade de consumo contemporânea.

Deste modo, foram consultados *sites* de relacionamento virtual *Orkut e blogs* (ou seja, lidamos com conteúdos já tornados públicos) nos quais pudemos verificar, a partir dos depoimentos de mulheres que se autodenominam anoréxicas ou bulímicas, os efeitos que os moldes propostos pelo consumo do corpo em sua constante associação a valores subjetivos têm sobre os indivíduos.

Ao final, objetivou-se uma articulação dialética dos dados empíricos com a teoria, considerando-se que a ausência de mediação entre os dados e o conceito termina por privilegiar dogmaticamente apenas um dos pólos, seja através do culto aos fatos, seja na veneração do conceito abstrato. A fim de evitar ambas as situações, procuraremos, neste estudo, uma integração dos dados empíricos pela teoria e uma correção da teoria pela empiria.

Com o intuito de analisarmos de forma rigorosa os sentidos das comunicações produzidas pelos sujeitos categorizamos as informações coletadas seguindo, ainda o referencial teórico adotado. Expliquemo-nos. A análise dos depoimentos, bem como das categorias, partiu de pressupostos enunciados em nossa bibliografia básica, em especial da Teoria Crítica. A partir deles pudemos agrupar os dados coletados de uma maneira coesa, clara e, sobretudo, coerente e pertinente com nossa pesquisa.

Cremos pertinente, antes de iniciarmos a discussão dos resultados, nos ater à descrição das categorias e sub-categorias de nosso estudo. Por “bem-estar”, entendem-se expressões que denotam auto-estima, busca de ‘equilíbrio’, de controle e de júbilo, referidas aos padrões prescritos para o alcance do corpo ideal. Por “mal-estar”, entendem-se relatos que expressões que denotam frustrações, excessos e atitudes reveladoras de exclusão social e baixa auto-estima, vinculadas à busca do corpo ideal.

Os conteúdos relativos ao “mal-estar”, após uma pré-análise, foram divididos, ainda, em categorias que visam a agrupar características em comum de determinados fenômenos típicos dos processos de dominação/controlado do corpo infligidos aos jovens contemporâneos. As categorias que abordaremos neste trabalho são aquelas que abarcam os “excessos / metamorfoses corporais” e a “tecnologia / modelos midiáticos”.

Os excessos / metamorfoses corporais remetem a depoimentos que revelam metamorfoses corporais, dentre eles: o excesso de fome, excesso de exercícios, excesso de alimentação, dentre outros. Faz-se importante ressaltar que as próprias metamorfoses constituem em si excessos: excesso de magreza.

A Tecnologia / modelos midiáticos faz referência aos novos recursos da tecnologia, aparelhos de *fittnes*, além de suplementos alimentares e dietéticos, para a modelagem e remodelagem do corpo. A tecnologia também se destaca na divulgação de modelos inatingíveis de beleza pela mídia, tais como os corpos editados por programas de computador.

Antes de iniciarmos nossas discussões acerca do tema, cremos pertinente apresentar uma breve conceituação dos distúrbios aqui estudados.

A anorexia é um transtorno caracterizado pela recusa em ingerir alimentos e afeta, na maioria das vezes, jovens mulheres. A doença é classificada em anorexia purgativa (na qual comportamentos compensatórios são adotados para purgar a eventual ingesta de alimento) e anorexia restritiva (na qual os alimentos realmente são evitados, podendo-se chegar a um

jejum total). Em geral, os sintomas anoréxicos (principalmente os purgativos) estão bastante associados à bulimia e é patente a correspondência entre ambos os transtornos.

A bulimia é uma afecção conhecida desde a Grécia antiga, sob o nome de cinorexia ou fome de cachorro. Consiste em hiperfagia seguida de um excesso de comportamentos purgativos, tais como vômitos, uso exacerbado de purgantes ou prática desmesurada de exercícios físicos.

Sobre os temas recorrentes em todos os fenômenos investigados, estes foram organizados e expressos através do que denominamos acima de “categorias temáticas”.

Vimos que alguns **excessos** são cometidos em nome das **metamorfoses corporais**, dentre eles: o excesso de fome, excesso de exercícios, excesso de purgativos, excesso de alimentação, dentre outros. Faz-se importante ressaltar que as próprias metamorfoses constituem em si excessos: excesso de magreza, chegando a por em risco a saúde das que a buscam e a ter muitas vezes conseqüências funestas.

O excesso está presente, nos sujeitos estudados, sob várias formas: excesso de exercícios, excesso de dietas, excesso de inibidores de apetite, excesso de comida, excesso de jejuns, excesso de vômitos, excesso de medo da gordura. Tudo isso relacionado às transformações corporais. Sendo o modelo de corpo ideal inalcançável, nenhuma transformação será suficiente para atingi-lo e, assim, o sujeito entra em um ciclo infundável de metamorfoses.

O que percebemos, na etapa anterior desta pesquisa (2008), é que essas transformações, por vezes, se efetuam sobre um modelo corporal fornecido pelos *media*. Esses corpos reificados – pertencentes, geralmente, a mulheres bem-sucedidas, admiradas e consideradas como símbolos sexuais – parecem ser a prova viva de que um corpo esbelto traz – sim! – felicidade e, ainda, de que é acessível a qualquer uma, desde que algumas prescrições sejam seguidas...

A receita para atingir esse padrão divulgado nos é dada a conhecer, incessantemente, pela Indústria Cultural. Este foi um conceito cunhado em 1947 por Adorno e Horkheimer na obra “Dialética do Esclarecimento”, que substitui o termo “cultura de massa”, e se refere a uma espécie de racionalização das formas de produção cultural, em que os produtos antecipadamente sofrem uma padronização. Negando ambos os termos da expressão, ou seja, nem “cultura” nem “massa”, eles denunciaram a impossibilidade de haver qualquer vestígio de igualdade entre “cultura de massa” e democratização da cultura ao sublinhar o caráter compulsório da indústria cultural por eles concebida como “a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores” (1986a, p.92), na qual é suprimida tanto a complexidade da “cultura erudita” quanto à rudeza espontânea da cultura popular que permitia resistir ao controle da “sociedade administrada”.

Este conceito permite visualizar uma possível nova forma de dominação do capitalismo tardio, perpetrada pela atual Indústria da beleza e da saúde (uma das formas da Indústria Cultural contemporânea): aquela que se expande para muito além da esfera restrita do trabalho para impor-se, de forma totalitária e implícita, por sobre todos os aspectos da cultura, através da imposição de uma hegemonia ideológica, se utilizando da própria gratificação do desejo: seja através do consumo, do lazer, da sexualidade e/ou do culto ao corpo para produzir uma subjetividade humana homogeneizada e acrítica, sob a égide de uma racionalidade tecnológica e administrativa.

No que tange ao modelo de corpo fornecido pela Indústria Cultural contemporânea, percebemos claramente como o discurso médico, que se diz promotor da saúde e do bem-estar, corrobora o discurso da indústria da beleza, já que esta última fica cada vez mais ligada ao conceito de saúde.

As próprias indústrias da saúde e da beleza se encarregam de oferecer às consumidoras ferramentas capazes de fazê-las atingir o padrão veiculado. Basta que elas os consumam,

ficando, assim, a possibilidade de se ter – ou não – um corpo esteticamente belo à responsabilidade de cada um.

Não se leva em conta, nessa busca desmesurada, que os próprios modelos divulgados não são mais de carne: seus corpos passaram por modificações digitais a fim de que quaisquer traços de imperfeição fossem apagados. Sibila (2005) nos fala sobre essa tendência aos padrões imateriais dos corpos. O corpo ideal, habitante de uma sociedade do espetáculo (DEBORD, 1967), não exige objetividade, pode suprir-se de imagens... Neste campo, as novas tecnologias informatizadas se mostram mais eficientes e acessíveis, a exemplo do uso de *softwares* de edição de imagem, tais como *Photoshop*, que eliminam de forma perfeita e indolor “defeitos” como rugas, sardas, celulite, gordura localizada e pequenas protuberâncias que estejam em desacordo com o padrão liso e adelgado. A eliminação dessas “impurezas” torna o corpo cada vez mais imaterial.

Portanto, com o uso massivo dessas tecnologias, as personalidades que servem de modelo a esses jovens aparentam, em vídeo e foto, uma silhueta cada vez mais bem definida e distante do real. Pequenas imperfeições da pele ou excessos de gorduras localizadas são apagados com um simples *click* através de programas de computador. Isso colabora para que os ideais de beleza midiáticos – que sempre existiram – se tornem mais tirânicos, propelindo jovens homens e mulheres a uma meta impossível de ser alcançada, já que não se pode concorrer com os efeitos da computação gráfica.

Na comunidade intitulada “Quero ter o corpo da Beyoncé”¹, em uma enquête perguntado como seria se “você tivesse o corpo da Beyoncé” (uma cantora famosa), uma usuária afirma:

Nossa eu seria a pessoa + feliz do mundo... num eh nem pra usá AKELA ropa...mais pre pelo menos as q eu uso ficarem melhores neh e axar mais ropa e ate umnamorado pq gorda num da certo neh..hehehe (fala da usuária K.)

Os modelos midiáticos, portanto, têm a seu favor mais uma ferramenta perversa e ludibriadora: a tecnologia. Além disso, tais modelos se valem, também, de discursos de pessoas “comuns”, a fim de propagarem a idéia de que realmente “só é feio quem quer”.

E, em nome da obtenção de um padrão irreal, se recai nos excessos... Embora o não atingimento da meta, a despeito de todos os exageros e purgações cometidos para alcançá-la, cause mal-estar, este é visto, também, como um preço a se pagar pelo belo corpo desejado.

Tal qual uma lógica monetária, onde grandes lucros implicam algum risco, o corpo ideal exige uma grande cota de sacrifícios. É a filosofia do *no pain, no gain*. O desconforto é visto como meio legítimo de se chegar ao ideal, e, ao mesmo tempo, “não existe uma vitória sem sacrifícios”.

Atentemos para o detalhe sutil de que a patologia não está necessariamente implicada na lógica do *no pain, no gain*, que remonta, inclusive, às origens protestantes do espírito capitalista moderno, mas aos *extremos* a que ela é levada por alguns indivíduos hipermodernos. O efeito nocivo está em considerar mesmo o mal-estar mais excruciante como uma via régia para a perfeição corporal, perfeição essa, inclusive, baseada em um corpos que, muitas vezes, não passam de uma versão bidimensional e digitalmente alterada da figura humana. Daí o fato de tais transtornos serem de difícil

¹ A comunidade pode ser acessada pelo link <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=5108446&tid=2444588255528763409&start=1>.

tratamento, já que os pacientes acham que não estão doentes, mas apenas usando de um meio legítimo para alcançar uma meta sublime.

Vemos, nesses aspectos relativos aos excessos cometidos na anorexia e na bulimia, que os *media*, apoiados pela tecnologia, criam nas pessoas uma expectativa cada vez mais cruel. Ao mesmo tempo em que modelos inalcançáveis são propagados, difunde-se também a idéia de que é possível, sim, alcançar o ideal, e a prova disso são os discursos de pessoas “comuns”, como o transcrito acima, que conseguiram realizar suas metas através de força de vontade e do uso dos meios disponíveis.

Um dos artifícios de que a tecnologia se utiliza para fazer crer que o corpo ideal é alcançável são os programas de edição de imagem. Estes começaram a ser desenvolvidos em meados da década de 80 e, à essa época, seu principal objetivo era modificar imagens fornecidas através de *scanner* ou de outros aparelhos digitais. O preço elevado desse processo de captação da imagem seguido por uma edição computadorizada fazia o acesso a esses programas bastante restrito, sendo eles utilizados, na maioria das vezes, enquanto recursos para a promoção de efeitos especiais em produções cinematográficas.

No decorrer da década de 90, no entanto, os programas desse gênero – cujo líder no mercado é o *Photoshop* –, ficaram com preços mais acessíveis e ganharam novos recursos. A consequência disso foi a grande popularização dessas ferramentas, principalmente no que se refere à publicidade.

Com o uso massivo desse tipo de tecnologia, no entanto, tecnologia, as personalidades que servem de modelo a essas jovens aparentam, em vídeo e foto, uma silhueta cada vez mais bem definida e distante do real. Trata-se da virtualização dos corpos que, com técnicas computadorizadas cada vez mais refinadas, tornam-se ainda mais perfeitos, objetos de desejo a serem reproduzidos na própria carne, sem os “defeitos” herdados pela natureza ou qualquer imperfeição ainda deixada pelas práticas bio-ascéticas. Isso colabora para que os ideais de beleza midiáticos – que sempre existiram – se tornem mais tirânicos, propelindo jovens a uma meta impossível de ser alcançada, já que não se pode concorrer com os efeitos da computação gráfica. Tal tirania leva aos excessos de dietas, exercícios e à crescente busca pelas cirurgias plásticas, como forma de correção do corpo com vistas ao corpo ideal que, hoje, virtualizado, cai na esfera da perfeição gráfica, no humanamente inalcançável.

Assim vemos que os *media*, apoiados pela tecnologia, criam nas pessoas uma expectativa cada vez mais cruel. Ao mesmo tempo em que modelos inalcançáveis são propagados, difunde-se também a idéia de que é possível, sim, alcançar o ideal, e a prova disto são os discursos de pessoas “comuns”, que conseguiram realizar suas metas através de força de vontade e do uso dos meios disponíveis.

E é assim, se valendo de uma miscelânea de discursos – o dos especialistas e o das “pessoas comuns” –, que a mídia estrutura o seu próprio discurso, com finalidade de atender aos interesses do mercado e, claro, da própria mídia.

Observamos, nesses aspectos relativos à anorexia à bulimia, que os *media*, apoiados pela tecnologia, criam nas pessoas uma expectativa cada vez mais cruel. Ao mesmo tempo em que modelos inalcançáveis são propagados, difunde-se também a idéia de que é possível, sim, alcançar o ideal, e a prova disso são os discursos de pessoas “comuns”, como o transcrito acima, que conseguiram realizar suas metas através de força de vontade e do uso dos meios disponíveis.

Como resultado de uma reflexão teórico-crítica acerca das abordadas neste trabalho, apontamos que os paradoxos relativos ao corpo idealizado do consumo referem-se, de uma maneira geral, aos excessos de obediência às normas ideais do corpo padrão que, quando não cumpridas, provocam sérios distúrbios e engendram sentimentos de frustração e fracasso, além de uma forte exclusão social dirigida àqueles que muito se distanciam de tais normas.

Cada época tem seus próprios mal-estares, e a nossa não podia ser diferente: se antes os sofrimentos emanavam dos desejos insatisfeitos e reprimidos que colidiam com as rígidas normas morais e sociais, hoje a disciplina é auto-imposta e as aflições costumam emanar de uma suposta inadequação corporal – da falta de *fitness*, cujo modelo provém, em grande parte, de corpos digitalizados veiculados pela mídia: corpos “corrigidos” por programas

informatizados, tornando, desta forma, a busca pelo corpo ideal uma meta para além do humano.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ADORNO, Theodor et al. **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- _____. “**A Indústria Cultural**”. In: Gabriel Cohn (Org). *Theodor W. Adorno*. Sociologia. Coleção Grandes Cientistas Sociais. nº 54. São Paulo: Ática, 1986.
- ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- BAUDRILLARD, Jean. **La génesis ideológica de las necesidades**. Barcelona: Editorial Anagrama, 1976.
- _____. **A Sociedade de Consumo**. São Paulo: Martins Fontes, 1970.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001
- BIRMAN, Joel. **Estilo e Modernidade em Psicanálise**. São Paulo: Editora 34, 1997.
- _____. **Mal Estar na Atualidade: A psicanálise e as novas formas de subjetivação**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2000.
- BRUCKNER, Pascal. **A Euforia Perpétua: ensaios sobre o dever de felicidade**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2002.
- COSTA, Jurandir Freire. “**Narcisismo em Tempos Sombrios**”. In: Tempo do Desejo: Sociologia e Psicanálise. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- _____. **O Vestígio e a Aura – corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Geramond, 2004.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FREUD, Sigmund. “**Sobre o Narcisismo: Uma Introdução**”. In: *Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago, 1980a. Vol. XIV.
- _____. “**Psicologia de Grupo e Análise do Ego**”. In: *Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago, 1980b. Vol. XVIII.
- _____. “**O mal-estar na civilização**”. In: *Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago, 1980c. Vol. XXI.
- LAPLANCHE, Jean. **Vocabulário de Psicanálise**/ Laplanche e Pontalis: sob a direção de Daniel Lagache: tradução Pedro Tamen – 4ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- LE BRETON, David. **Adeus ao corpo: antropologia e sociedade**. Campinas: Papyrus, 2003.
- LASCH, Christopher. **A Cultura do Narcisismo: A Vida Americana numa Era de Esperanças em Declínio**. Rio de Janeiro: Imago, 1983.
- _____. **O Mínimo Eu: Sobrevivência Psíquica em Tempos Difíceis**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos Hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MARCUSE, Herbert. **A Ideologia da Sociedade Industrial: O Homem Unidimensional**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- NOVAES, Joana de Vilhena. **Perdidas no Espelho? Sobre o culto ao corpo nas sociedades de consumo**. Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro: SPID, 2001a.
- _____. **Mulher e Beleza: em busca do corpo perfeito. Práticas corporais e regulação social**. In: Tempo Psicanalítico, n.33. Rio de Janeiro: SPID, 2001b.
- RAMOS, Conrado. **A Dominação do Corpo no Mundo Administrado**. São Paulo: Escuta, 2004.
- SANT’ANNA, Denise B. **Políticas do corpo: elementos para uma história das políticas corporais**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.
- SEVERIANO, Maria de Fátima V. **Narcisismo e Publicidade: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade**. São Paulo: Annablume, 2001.
- _____. **Subjetividades de Marca: (pseudo)individuação e homogeneização na cultura do consumo (I Fase)**. Pesquisa realizada no Depto. de Psicologia da UFC, 2004. (Não publicada).
- SCHILDER, Paul. **A imagem do corpo: as energias construtivas da psique**/ Paul Schilder: tradução Rosanne Wertman; revisão técnica Núbio Negrão. – 3ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 1999.

