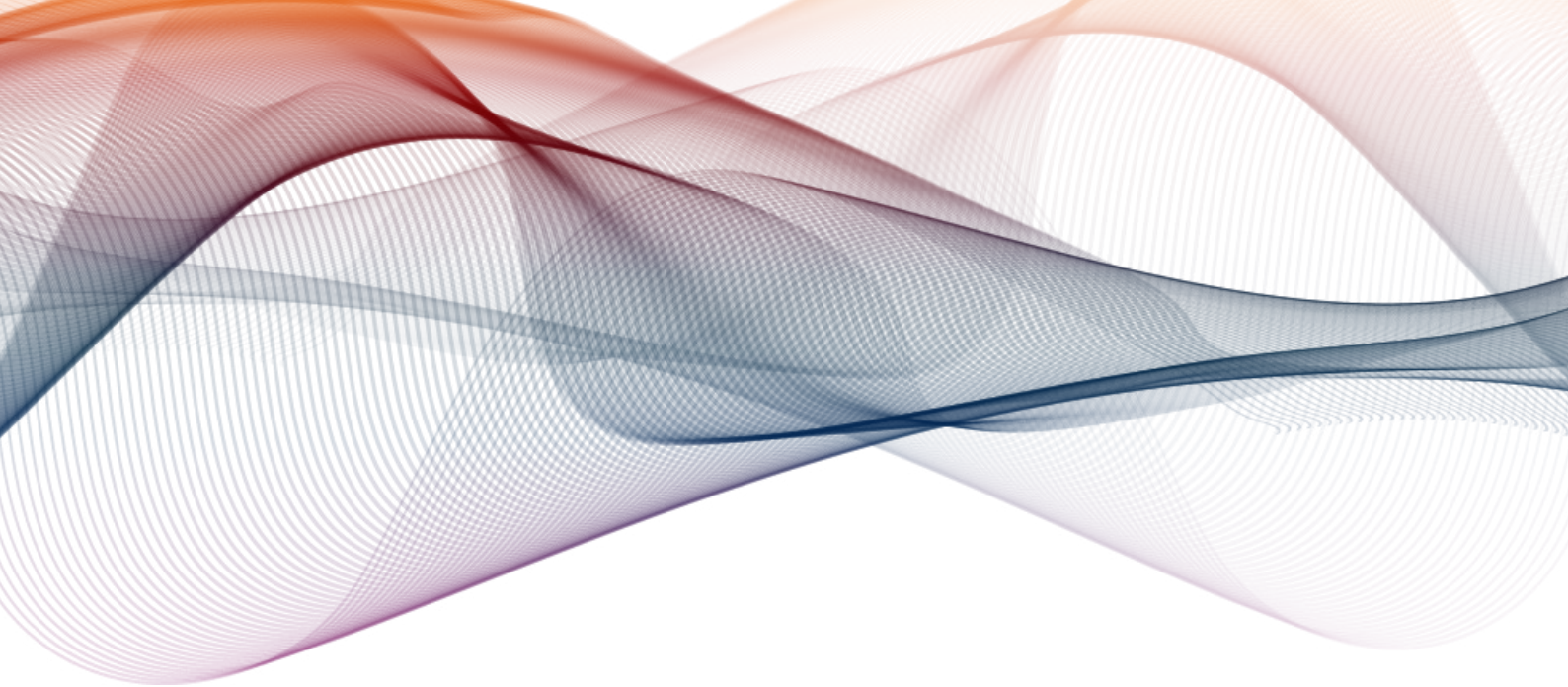




MÍDIA & COMPORTAMENTO

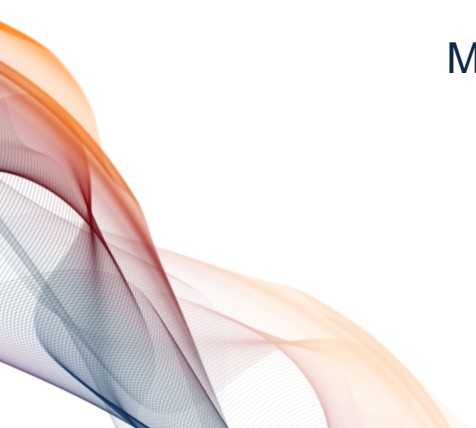
RELAÇÕES ENTRE
COMUNICAÇÃO & SAÚDE MENTAL

Organização

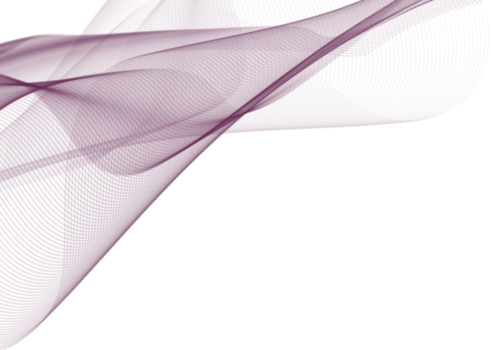
Simonetta Persichetti

Rodrigo Daniel Sanches

Maristela Schaufelberger Spanghero



cásper



Mídia & Comportamento

Relações entre Comunicação e Saúde Mental

Organização

Simonetta Persichetti

Rodrigo Daniel Sanches

Maristela Schaufelberger Spanghero

1ª edição

cásper

**São Paulo
2021**



Organização

Simonetta Persichetti
Rodrigo Daniel Sanches
Maristela Schaufelberger Spanghero

Revisão

Rodrigo Daniel Sanches

Revisão Técnica

Maristela Schaufelberger Spanghero

Diagramação

Centro de Eventos
Giovana Christofano Santos

Projeto Gráfico

Giovana Christofano Santos
Rodrigo Daniel Sanches

Capa

Martinho Alves da Costa Júnior
Giovana Christofano Santos
Rodrigo Daniel Sanches
Maristela Schaufelberger Spanghero

Comitê Editorial

Prof. Dr. Adalton Franciozo Diniz (FCL)
Profa. Dra. Simonetta Persichetti (FCL)
Prof. Dr. Wellington Andrade (FCL)

Conselho Editorial

Profa. Dra. Amanda Chevtchouk Jurno (UFMG)
Profa. Dra. Carolina Frazon Terra (FCL)
Profa. Dra. Daniela Osvald Ramos (USP)
Profa. Dra. Michelle Prazeres Cunha (FCL)
Profa. Dra. Raquel Recuero (UFPEL)

Editora Cásper Líbero

Av. Paulista, 900 – CEP: 01310-000 – São Paulo/SP
Fone: (11) 3170-5841

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Prof. José Geraldo Vieira

M573

Mídia & comportamento: relações entre comunicação e saúde mental
[recurso eletrônico] / organização Simonetta Persichetti, Rodrigo Daniel
Sanches e Maristela Schaufelberger Spanghero. – 1.ed. – São Paulo: Cásper
Líbero, 2021.

ISBN 978-65-993109-1-1
recurso digital : il.

1. Comunicação. 2. Saúde mental. 3. Mídia e saúde. 4. Saúde –
Cobertura da mídia. I. Persichetti, Simonetta. II. Sanches, Rodrigo Daniel. III.
Spanghero, Maristela Schaufelberger.

CDD 302.23

Bibliotecária responsável: Letícia Marina dos Santos - CRB 8/8369

Em épocas como a em que vivemos existe uma grande pressão para que se apresentem conceitos que ajudem os homens a compreenderem o seu dilema; há uma ânsia por ideias vitais, por uma simplificação da desnecessária complexidade intelectual. Às vezes esse desejo de simplificar engendra grandes mentiras, desde que elas resolvam tensões e facilitem que a ação prossiga exatamente com as racionalizações de que as pessoas precisam. Mas também tende a retardar o descobrimento de verdades capazes de ajudar os homens a adquirirem uma certa compreensão do que acontece com eles e de lhes dizer onde realmente estão os problemas.

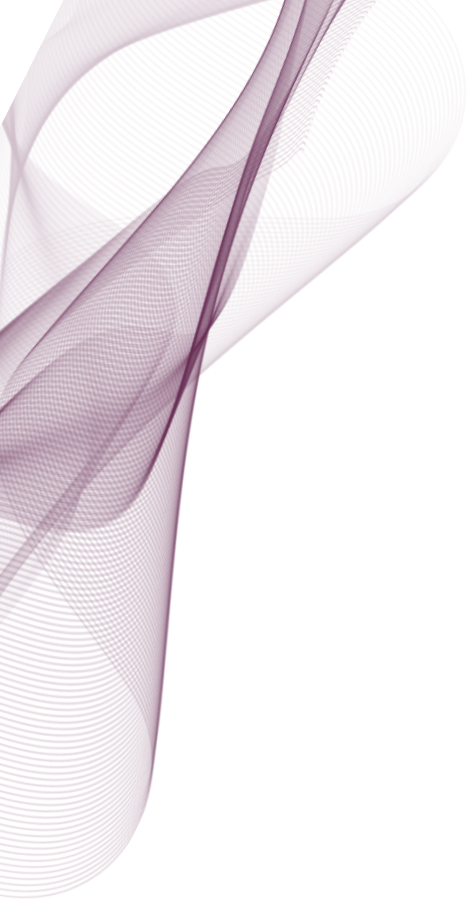
Ernest Becker

(Antropólogo, autor de *A negação da morte* – Ed. Record, 2007)



Sumário

Apresentação: Qual a influência dos processos comunicativos e midiáticos na saúde mental?	09
Será mesmo a mídia responsável pela nossa saúde mental?	15
Gordofobia: um preconceito midiaticizado	21
Imagem, mídia e idealização corporal: as imagens podem ser patogênicas?	39
Anorexia e representatividade: sobre nossa visão distorcida	53
Mídia e sexualidade: somos livres para desejar?	63
A indústria camaleão: a camuflagem da publicidade do cigarro	79
Alimentação, saúde mental e pandemia: entre excessos e restrições, a responsabilidade da mídia	99
<i>Mindfulness</i> e <i>Mindful Eating</i> : contribuições para a saúde mental	113
Na saúde e na doença: o jornalismo de saúde deve sair da UTI	131
A construção do corpo feminino em Mel Ramos	149
Posfácio: Desenhando para não pirar!	163
Sobre os autores	167



Apresentação

Qual a influência dos processos comunicativos e midiáticos na saúde mental?

Simonetta Persichetti

Rodrigo Daniel Sanches

Maristela Schaufelberger Spanghero



Em *O olhar da mente*¹, Oliver Sacks², médico neurologista, escritor e professor de neurologia e psiquiatria na Universidade de Columbia, fez a seguinte indagação: “até que ponto somos os autores, os criadores das nossas sensações?” (Sacks, 2010, p. 179). Escritor e cientista, Sacks sempre explorou a linha tênue entre cérebro e cultura, entre neurociência e fenômenos sociais, históricos e culturais. A prova disso são os livros *A mente assombrada*³, *O homem que confundiu sua mulher com um chapéu*⁴, *Vendo vozes*⁵, *Musicophilia: tales of music and the brain*⁶, entre tantas outras obras. Nesta última, Sacks relata inúmeros casos de pacientes para os quais a música pode incitar a imaginação, desencadear sonhos, medos, fobias, alucinação, epilepsia, depressão, sentimentos de angústia ou alegria, *brainworms* (músicas que não saem da cabeça). Mas a música também pode curar quando é usada como terapia.

Fazendo uma analogia com a música e seus efeitos no ser humano, a comunicação também desperta os mais variados sentimentos, muitas vezes antagônicos. É praticamente impossível ser indiferente ao universo midiático. “William James discorreu sobre ‘suscetibilidade à música’, que pode nos afetar a todos. A música pode nos acalmar, animar, consolar, emocionar”⁷, diz Sacks (2008, p. 12). Nem é preciso (tampouco possível) enumerar a profusão de sentimentos oriundos de nossa relação com a mídia – a notícia de uma tragédia, pandemia, crises econômicas, desastres naturais, *fake news*, redes sociais, internet, telas e mais telas. Há, ainda, narrativas que vão se embrenhando no tecido social e naturalizando certos estereótipos, como se apenas um tipo de personalidade, um modelo de corpo, um determinado modo de agir e pensar fosse possível. Um sistema de regras simbólicas que influenciam o nosso *ser* e *estar*.

Retomemos a indagação de Sacks (2010), agora em relação à mídia: na relação com a práxis midiática, até que ponto somos os autores, os criadores das nos-

¹ SACKS, Oliver. *O olhar da mente*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

² Oliver Sacks faleceu em 30 de agosto de 2015, aos 82 anos.

³ SACKS, Oliver. *A mente assombrada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

⁴ SACKS, Oliver. *O homem que confundiu sua mulher com um chapéu*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

⁵ SACKS, Oliver. *Vendo vozes*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

⁶ SACKS, Oliver. *Musicophilia: tales of music and the brain*. New York: Alfred A. Knopf, 2008.

⁷ No original: “William James referred to our ‘susceptibility to music’, and while music can affect all of us – calm us, animate us, comfort us, thrill us”.

sas sensações, pensamentos e opiniões? Os sistemas midiáticos se fazem tão presentes na sociedade coetânea como o ato de respirar. Eles invadiram todos os espaços (públicos ou privados), demandando dos sujeitos inúmeras habilidades - a nossa relação com os fenômenos comunicativos, na esteira dos dispositivos tecnológicos, ganhou proporções descomunais. Estar *on* (nunca *off*) através do *wireless* é algo comum e rotineiro. Pensando os processos comunicacionais da atualidade, dos quais recebemos um turbilhão de estímulos visuais, sonoros e até mesmo olfativos, quase ininterruptamente, questionamos: com o tempo, que efeito tem todos esses estímulos midiáticos sobre nós?⁸ Para o bem e para o mal, qual o impacto dos processos comunicativos e midiáticos na nossa saúde mental?

Essas e outras questões é que nos motivaram a reunir um time de pesquisadores/as renomados/as das áreas de Comunicação e Saúde para discutir sobre o tema. Uma observação relevante: não se trata, aqui, de estabelecer uma relação de causalidade. Como bem frisou Giuseppe Mininni em *Psicologia Cultural da Mídia*⁹, ao analisar a dimensão psicológica da comunicação de massa, “o desenvolvimento da mídia está tão inextricavelmente emaranhado numa série complexa de outras mudanças econômicas, sociais, políticas e culturais que não é possível prefigurar um esquema de causa-efeito” (Mininni, 2008, p. 24). Assim, continua Mininni, na experiência que os indivíduos têm com a mídia, eles acabam por revelar sua natureza de “animal simbólico”, um sujeito imerso em uma trama de significados. Este livro não pretende apontar para a mídia e dizer: você é *culpada disso* ou *daquilo*. Nosso objetivo é descortinar certos eventos e práticas discursivas presentes na ambiência midiática, capazes de gerar uma multiplicidade de estímulos que roubam nossa atenção e tempo de vida. A ideia é iniciar uma discussão sobre a capacidade da mídia em interferir na saúde mental do sujeito contemporâneo.

Nesse sentido, o psiquiatra e Prof. Dr. Táki Athanássios Cordás, em entrevista à Profa. Dra. Simonetta Persichetti, observa que as mídias trouxeram a ideia de que o

⁸ Na obra *Notícias: manual do usuário*, Alain de Botton faz uma pergunta parecida: “Com o tempo, que efeito tem todo esse noticiário sobre nós?” (Botton, 2015, p. 14). (Botton, Alain de. *Notícias: Manual do usuário*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015).

⁹ MININNI, Giuseppe. *Psicologia cultural da mídia*. São Paulo: A Girafa Editora, 2008.

ser humano não é um ser para si, mas um ser para o outro, demandando aprovação e validação. Dai emergem a incursão do sujeito no ambiente virtual, um ecossistema fundamentado na polifonia de informações, dizeres e opiniões. Por outro lado, demonstra Cordás, por intermédio de mecanismos como as *lives* vivenciamos a possibilidade de ouvir e conhecer pessoas e pensamentos distantes do *mainstream*.

A jornalista e docente Agnes de Sousa Arruda mobiliza o conceito de gordofobia, um termo ainda não presente em todos os dicionários de língua portuguesa. Em seu texto *Gordofobia: um preconceito midiaticizado*, a pesquisadora afirma: a gordofobia, além de uma prenoção estrutural institucionalizada, é, igualmente, um prejulgamento midiaticizado que produz efeitos deletérios e cuja violência vai além da linguagem, afetando, por exemplo, o direito de ir e vir ou o de ter atendimento médico adequado.

Em *Mídia e sexualidade*, o psiquiatra Daniel Cordeiro observa que os programas de televisão, os filmes, a música, os vídeos musicais, os videogames, a pornografia em suas diversas formas e as redes sociais têm apresentado constantes retratações da sexualidade humana. Mesmo com um conteúdo cada vez mais disponível sobre sexo e sexualidade, pessoas no século XXI passam a sentir-se aprisionadas a padrões cada vez mais estereotipados de ser e agir. Diante desse cenário, Cordeiro questiona: somos livres para desejar?

Em *A indústria camaleão*, a psiquiatra e Profa. Dra. Maristela Schaufelberger faz um mergulho nas campanhas publicitárias da indústria tabagista, desde a década de 20 do século passado, revelando o impacto da publicidade na gigantesca expansão do mercado consumidor de tabaco. Uma indústria extremamente versátil e adaptável, responsável pela comercialização de uma substância psicoativa altamente aditiva através de um longo e imperativo esforço de marketing. A psiquiatra indaga: qual a força por trás do ato de consumir tabaco?

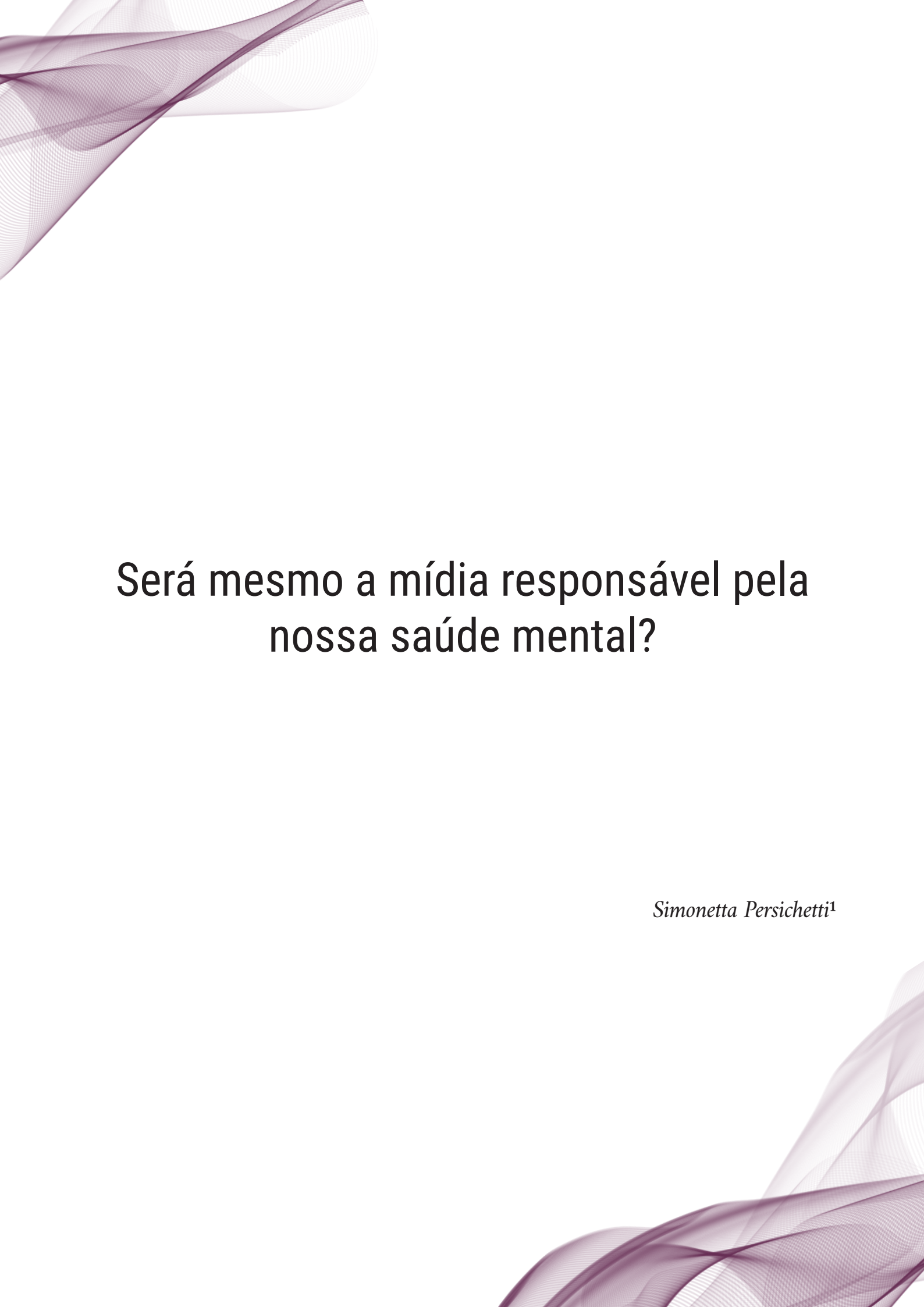
A jornalista e Profa. Dra. Helena Jacob apresenta a relação entre mídia, saúde mental, alimentação, transtornos alimentares, excessos e restrições, tendo como pano de fundo a pandemia do novo Coronavírus (Covid-19). Segundo Jacob, é necessário iniciarmos uma discussão sobre uma proposta de letramento midiático, justamente para cumprir o papel de reflexão crítica e discussão da cidadania e democracia do

necessário e justo acesso a boas e úteis informações. Tatiana de Bruyn, também jornalista e docente, alerta que o jornalismo de saúde deveria sair da Unidade de Terapia Intensiva (UTI). O acesso à informação de qualidade em saúde, enfatiza, é essencial tanto para os pacientes como para os profissionais de saúde que cuidam deles, para que possam tomar decisões baseadas nas melhores evidências científicas disponíveis. O que, infelizmente, está longe de se tornar uma realidade plausível. Haja vista a pandemia. E por falar no período pandêmico que a humanidade está vivenciando, o Prof. Dr. Norberto Garcia-Cairasco, neuro(cientista) e neuro(artista), sublinha a nossa fragilidade diante de uma catástrofe, produzida por uma nanopartícula viral, mas facilitada por um cenário de desenvolvimento econômico voraz que não respeitou a natureza.

Em *Mindfulness e Mindful Eating: contribuições para a saúde mental*, a nutricionista e docente Vera Salvo aborda a importância da nutrição para a saúde mental, uma via de mão dupla, discutindo tópicos como corpo, comportamento alimentar, dieta, prazer e sofrimento. Já o professor de História da Arte Martinho Alves C. Júnior analisa a representação do corpo feminino no trabalho do artista norte-americano Mel Ramos. Sua reflexão centra esforços na apreensão de como é possível pensar as obras do artista no debate da construção da ideia de um determinado padrão de corpo feminino na cultura contemporânea.

Em *Anorexia e representatividade*, a cineasta Paula Un Mi Kim traz um relato intenso, autêntico e marcante da sua vivência com a anorexia nervosa, que teve início no fim de sua infância. Descendente de imigrantes sul-coreanos, Paula Kim fala abertamente de aspectos como corpo, vergonha, culpa e autodepreciação, do recente nascimento do seu primeiro filho e da necessidade voraz e insubstituível de realizar seus roteiros, dirigir suas histórias e abrir sua produtora. Como cineasta, ela pergunta: o que te representa? O docente Rodrigo Daniel Sanches, em *Imagem, mídia e idealização corporal*, aborda a natureza paradoxal do discurso midiático sobre o corpo feminino. Ao propagar sentidos sobre beleza, corpo feminino, saúde, felicidade e bem estar, as imagens dos *Corpus Alienum* presentes na iconografia das dietas e boa forma podem ser patogênicas?

Com muitas perguntas, reflexões e inflexões, investigações e análises, convidamos você, leitor/a, a compreender, através de exemplos e cenários dos mais variados (arte, alimentação, tabagismo, sexualidade, pandemia, jornalismo científico, corpo, redes sociais, transtornos alimentares, entre outros), a intricada, labiríntica e nem sempre perceptível relação entre Comunicação e Saúde Mental. Boa leitura!



Será mesmo a mídia responsável pela nossa saúde mental?

Simonetta Persichetti¹

Não é de hoje que falamos em malefícios que podem (ou não) serem causados pelas redes sociais, pelas telas de computadores, pelos jogos virtuais. Mas desde que a pandemia causada pelo novo Coronavírus (Covid-19) entrou de forma violenta em nossas vidas em 2020, estas questões passaram a ocupar cada vez mais o noticiário. Solidão, distanciamento social, dúvidas científicas e discursos governamentais dissonantes aumentaram nossas incertezas. Como entender este momento? Procuramos, então, o Prof. Dr. Taki Athanássios Cordás, médico psiquiatra, coordenador da assistência clínica do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (HCFMUSP), coordenador do programa de Transtornos Alimentares (Ambulim) do Instituto de Psiquiatria (IPQ/USP), docente nos Programas de Pós-Graduação do Departamento de Psiquiatria (USP), do Programa de Neurociências e Comportamento do Instituto de Psicologia da mesma instituição e do Programa de Fisiopatologia Experimental da Faculdade de Medicina da USP (FMUSP). Por sinal, o doutor Cordás aproveitou a pandemia para apresentar diariamente, no Instagram, *lives* com personalidades das mais diferentes áreas, como a política, literatura, fotografia, artes, só para citar alguns temas e gerar um agradável bate-papo sobre estes momentos.

Abaixo, a entrevista que fizemos:

1. A pandemia trouxe à tona ou potencializou as discussões entre redes sociais, mídia, depressão e ansiedade. Até que ponto realmente as mídias interferem na saúde mental?

As mídias têm um poder grande em diferentes questões ligadas à saúde mental. É importante salientar que a etiologia de um quadro psiquiátrico não deve ser entendido como causado por uma questão única. Devemos entender como uma associação entre aspectos biológicos, inclusive genéticos, psicológicos individuais e familiares e aspectos socioculturais, nos quais entram as questões midiáticas. Há alguns aspectos positivos como grupos de autoajuda e de suporte que podem ajudar pessoas com questões emocionais diversas, mas a maior significação está no desencadeamento e manutenção de quadros de depressão, ansiedade e transtornos alimentares. Desde exibição de padrões irrealistas de felicidade, riqueza e poder até proselitismo de dietas e comportamentos de purgação para perder peso.

¹ Jornalista, Doutora em Psicologia Social, docente do PPGCOM da Faculdade Cásper Libero.

2. Outra questão muito discutida é a necessidade de likes e reconhecimentos e de uma exposição sem limites. Por que esta necessidade de ser sempre visto e reconhecido?

As mídias trouxeram muito a ideia de que o ser humano não é um ser para si, mas um ser para o outro, para a aprovação e validação do outro. Há uma diluição de valores éticos e culturais de modo que muitos vivem um mundo anônimo, necessitando serem primeiro vistos para poderem se ver como um ser que vive. O homem está sempre em busca da felicidade, como disse Aristóteles. Essa felicidade é buscada de muitas formas: a felicidade no ser, a felicidade no ter, a felicidade no crer (menor num mundo menos religioso), a felicidade no saber e diante dessa crise de valores, a felicidade no parecer, na sensação de fama, no narcisismo de entender-se importante que se traduz pelos seguidores e pelos *likes*.

3. O ser humano é um ser de desejo, desejoso, sempre em busca de algo. A sociedade contemporânea vive mais do que nunca da fama imediata. Somos desejosos do que na atualidade?

Num mundo de eterno movimento e de rapidez de conceitos e belezas e imagens, o velho tem que morrer muito rápido para o novo nascer, o estável é tedioso, a permanência tem cara de atraso, os textos longos são maçantes para serem lidos, os longa metragens são substituídos pelos *tik-tok*.

A estabilidade cheira a mofo e as ideias predominantes e novas devem sepultar rapidamente quem discorda delas, preferencialmente numa execução pública, que também é um fato a ser gerado e criar assunto.

4. Quais outras formas das mídias, da comunicação criarem, se é que criam, problemas em nossa saúde mental?

No livro "Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais", de Jaron Lanier (ed. Intrínseca, 2018), um dos criadores da internet, podemos ver o quanto as redes sociais buscam a adição à elas, como estamos vendo agora com as crianças e os jogos eletrônicos. Há uma redução grande de outros lazes, da vivência familiar compartilhada, de amizades presenciais e da possibilidade de reflexão e do silêncio. Não há mais espaço para a vivência de reflexão, auto introspecção e solidão silenciosas. Tudo predispõe à uma estrutura mental mais frágil e menos resiliente às solicitações de estresse emocional.

5. Outro fenômeno pandêmico foram as *lives*. Além de vistos, queremos ser ouvidos o tempo todo? O que temos tanto a dizer?

As *lives* reificam de um lado, o que julgo positivo, a possibilidade de ouvir e conhecer pessoas e pensamentos distantes do *mainstream*; há uma diversificação cultural nas *lives* mas, muitas vezes, a informação não significa conhecimento e estamos num excesso de informação por vezes irrelevante, como se todos tivessem coisas relevantes para dizer.

6. O professor e crítico sul-coreano Byung-Chul Hen afirma que o espaço da internet constitui um exame digital no qual todos interagimos em uma rede infinita de conexões, e modelamos as identidades em função destes vínculos. Ele diz que vivemos numa torre de Babel: só que a incomunicação não é causada pela diferença de idiomas, mas pela cacofonia de vozes - vivemos num verdadeiro galinheiro. Como você interpreta isso?

Na polifonia de informações de utilidade maior ou menor e no excesso de informações que não levam à excessão de conhecimento. *Lives* que falam de gastronomia, racismo, moda, maquiagem, depressão, costumes, ouço tudo e não consigo uma linha coerente de pensamento.

7. Se estamos vivendo realmente dentro deste pandemônio, como nos protegermos dos malefícios das redes sociais, visto que também necessitamos delas?

Sejamos seletivos para nos protegermos das redes sociais. Veja a rede social como um maximizador dos seus interesses, como um divertimento eventual que, no entanto, deve ser gozado com parcimônia, quase avareza. Selecione o que vai ver na rede social como quem entra numa livraria e passa algum tempo escolhendo um livro.

8. Como a mídia pode ajudar a entender este período?

A mídia deve denunciar, deve fazer oposição e questionamentos à veracidade das redes sociais. Um dos maiores problemas das redes sociais são as *fake news*, num momento extremamente anticientífico, nas quais as empresas têm responsabilidade sobre seus conteúdos, isso deve ser uma exigência social e dos anunciantes, que devem ser pressionados pela sociedade civil.

9. Quando a pandemia passar e as luzes se apagarem, o que irá sobrar desta imensa exposição? E nossa saúde mental, como sairá disso?

O que vai acontecer é um exercício de futurologia. A diminuição das atividades transformou a mídia eletrônica num fenômeno onipresente, o retorno ao trabalho, aulas e outros lazeres devem limitar sua importância, mas nunca refluir à padrões anteriores; a mídia eletrônica cresceu e deve se manter mais importante do que antes. Teremos problemas ligados à dependência de mídias sociais junto com aquilo que se chama de quarta onda, ou seja, uma explosão de transtornos psiquiátricos.





Gordofobia: um preconceito midiaticizado

Agnes de Sousa Arruda¹

Mas afinal: o que é gordofobia?

Ainda hoje o verbete *gordofobia* não pode ser encontrado em todos os dicionários da língua portuguesa, como no *Michaelis*, por exemplo². No *Houaiss* (2020), o termo aparece como substantivo feminino, cujo significado principal é “aversão preconceituosa contra pessoas gordas ou obesas”. Já no *Dicio* (2020), que é o dicionário padrão da plataforma *Google*, o retorno para o verbete vem como “Aversão a pessoas gordas que se efetiva pelo preconceito, intolerância ou pela exclusão dessas pessoas”. Não há construção etimológica ou outra contextualização, nem apresentação de formas de uso, deixando esses pontos, bem como a interpretação do que seria essa aversão, como se daria esse preconceito, essa intolerância ou exclusão, à imaginação de quem lê. Assim, muito mais do que conhecer o significado no dicionário, é preciso entender como esse fenômeno se manifesta na vida das pessoas, a fim de compreender não só suas causas e consequências, mas também encontrar caminhos para a libertação de suas amarras. Entende-se que a gordofobia é um preconceito estrutural institucionalizado, ou seja, é reproduzido nas/pelas instituições que formam a sociedade tal qual a conhecemos. Essa institucionalização é demonstrada, entre tantas formas, também no projeto *Pesquisa Gorda* (Arruda; Jimenez-Jimenez, 2020a; 2020b; 2020c), no qual pesquisadoras e pesquisadores que se dedicam aos estudos do corpo gordo no Brasil, nas mais diversas áreas de conhecimento científico, apresentam resultados de suas investigações concluídas e em andamento sobre como pessoas com corpos gordos são tratadas e representadas em ambientes escolares, hospitais, em casa pela própria família, no trabalho, nos meios de comunicação etc.

Assim, em um primeiro momento, associa-se a gordofobia a uma aversão à gordura corporal que leva a uma busca pela magreza, própria e também alheia. Por causa disso, por vezes há a tendência de se interpretar tal preconceito como uma pressão estética pelo emagrecimento, com base na ideia de que são somente os corpos magros aqueles autorizados pela mídia e pela sociedade a serem felizes e bem-sucedidos. Os detalhes desse processo, que vem embasado no discurso das novas dietas, bem como suas graves consequências, foram tratados por Sanches (2018) em *Corpus alienum: efeitos do discurso das novas dietas, corpo-projeto e mídia*.

¹ Doutora e Mestra em Comunicação pela Universidade Paulista. Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pelo Centro Universitário Teresa D'Ávila. Professora dos cursos de graduação, pós-graduação (*lato sensu*) e extensão da Universidade de Mogi das Cruzes.

² Consulta realizada em 25 de outubro de 2020, no endereço <https://bit.ly/3moOEnV>.

Entende-se, no entanto, que eles são uma parte do fenômeno maior da gordofobia, cuja violência se dá em uma raiz tão profunda que se relaciona à privação de direitos básicos, como o de ir e vir, ou o de ter atendimento médico adequado e no tempo certo para tratar um problema de saúde, apenas para citar como exemplo e justamente porque ambos estão entre as garantias listadas pela Constituição de 1988, e que serão detalhadas na sequência.

A institucionalização do preconceito (e um pouco da participação da mídia nesse processo)

Ser privada do direito de ir e vir foi exatamente o que aconteceu com a produtora de eventos Flávia Durante (2017), por exemplo, quando se viu em uma situação inusitada, porém comum às pessoas gordas: não poder usar o transporte público porque ela e suas amigas não passariam pela catraca do ônibus e preferiram evitar o constrangimento. O irônico é que isso aconteceu justamente após elas saírem de um desfile de moda que, na passarela, contava com modelos *plus size*³. Na rua, as pessoas gordas também estão sujeitas a xingamentos e ofensas gratuitas. “Tinha que ser uma gorda”, por exemplo, foi uma frase que ouvi quando, tentando atravessar a rua – e na faixa de pedestres – o motorista quase me atropelou por não ter me visto, justamente porque estava em alta velocidade. Ele carregava passageiros na caçamba, o que é proibido pelo código de trânsito brasileiro, mas, de alguma forma, a errada era eu, por ser gorda. Enquanto o xingamento reverbera internamente, mas fica no ar, de maneira mais perene, no entanto, foi a pichação “Jessica Gorda” feita no muro da casa da jornalista Jéssica Balbino, na tentativa de constrange-la e insultá-la (Silva, 2019). Além do muro, marcas físicas também são feitas: foi sob os insultos de “gorda nojenta” que uma jovem foi fisicamente agredida em uma casa de shows no ABC paulista (Almeida, 2017). No entanto, como já mencionado anteriormente, não é preciso estar fora de casa para sofrer gordofobia. É, aliás, justamente em casa que a criança começa a ter acesso a esse preconceito. Com esta autora, uma mulher gorda, foi quando um tio me comparou com os hipopótamos bailarinos da animação dos estúdios *Disney Fantasia*, expondo-me ao ridículo e já apontando, de alguma forma, uma midiaticização do preconceito.

³ Termo designado pela indústria da moda para se referir às modelos, peças e coleções de tamanhos maiores (Aires, 2019).

O que poderia ser interpretado como uma situação peculiar de apenas uma família, no entanto, pode ser visto em repetição em outros espaços e de projeção muito maior. No cenário político brasileiro, por exemplo, as trocas de farpas entre opositores incluem os apelidos de Miss Piggy, em alusão à personagem da série *The Muppets* (1955) e Peppa Pig (2004 – atual), do desenho animado homônimo, ambas representadas como porcas, para se referir à deputada federal Joice Hasselmann, ex-líder do governo na Câmara (Nomura, 2020). A comparação com um animal grande e gordo, transformado em personagem de desenho animado, além de seu caráter de desumanização, no entanto, às vezes é justificada de forma a tentar relativizar seu dano pelo fato de as três, Miss Piggy, Peppa e a deputada, se vestirem de rosa. Não precisa ir muito longe, no entanto, para perceber que o argumento não se sustenta. O próprio presidente da República, cujo perfil em site oficial o apresenta como um defensor de valores tradicionais (Bolsonaro, 2020), verbalizou em relação à deputada: "Se estivessem fazendo coisas boas, (a deputada) estaria mais magra [...] Eu acho que mentir engorda, mentir engorda" (Lemos, 2020), fazendo ainda um juízo de valor moral relacionando a mentira com a gordura corporal.

Tal juízo de valor também é feito por um importante jornalista progressista do Brasil e opositor do presidente, Leandro Fortes (2020, online): "A única razão para chama-la de Peppa é o fato de ela ser gorda. [...] quanto mais deplorável ela se torna, mais gorda fica. Como se houvesse uma relação maligna entre sua personalidade odiosa e a crescente adiposidade que lhe estufa as formas", deixando claro que a violência contra a pessoa gorda abrange todo o espectro político, tendo ainda referências de produtos midiáticos como ferramentas. Outro exemplo nesse sentido é o caso do apelido dado ao também deputado federal Rodrigo Maia, chamado de Nhonho, personagem do seriado *Chaves*⁴ (Nomura, 2020), retratado como uma criança abobalhada, gorda e vil. Uma das situações na qual houve a comparação aconteceu em uma troca de postagens entre o deputado e o ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles, no Twitter: ao criticar posturas políticas do ministro, o deputado recebeu como resposta de Salles apenas a palavra "Nhonho". Alegando que sua conta havia sido hackeada, o Twitter a tirou do ar para verificação (Machado, 2020).

Mas embora, como demonstrado, homens também estejam sujeitos ao preconceito, às mulheres é reservado um requinte a mais de perversidade numa sociedade de valores machista e

⁴ *El Chavo del Ocho* (1973 – 1980).

patriarcais, e dos muitos relatos que chegam quando das apresentações públicas acerca da gordofobia, bem como nas redes *Tamanho Grande* (Arruda, 2020a; 2020b; 2020c), que participam informações científicas sobre o tema com um público majoritariamente feminino. Desses depoimentos, ficou marcado o da mãe que, na pré-adolescência da filha, a ela pagava pelo tempo de exercício que ela fizesse. Ela estava preocupada que, gorda, a filha não arrumasse namorado e, conseqüentemente, marido.

Para Greer (1999, p. 130),

O corpo da mulher é o campo de batalha onde ela combate pela libertação. A opressão age sobretudo sobre o seu corpo, retificando-a, sexualizando-a, vitimando-a, incapacitando-a. A sua fiscalidade é um instrumento de outrem; a sua função é a de agir como cobaia dos outros, sujeitando o corpo às ministrações prescritas e aplicando nele os tratamentos ordenados. Caso não se sujeite, caso se recuse a aceitar os tratamentos, será julgada pelo seu mau comportamento.

Dessa forma, uma pré-adolescente gorda se torna mais um empecilho para essa doutrinação do corpo feminino.

[...] ser uma mulher magra vai determinar seu sucesso no modelo de vida traçado para ela. Nesse sentido, a mulher magra, heterossexual, em uma família tradicional cristã, atinge o objetivo de vida traçado para ela. Essa predestinação toda faz com que a menina-mulher gorda passe por uma rotina que alterna privações e provações com o próprio corpo, em uma relação complexa consigo mesma e com o mundo (Arruda, 2019, p. 54).

Esse processo vai continuar também na escola, onde os versos “Gorda baleia, saco de areia, comeu banana podre e morreu de caganeira” são entoados pelos pequenos, em coro, direcionados àqueles que foram percebidos com o corpo em alguma medida maior que o deles; um ritual público de crueldade e humilhação. Era na escola, por exemplo, que a modelo *plus size* Nathielle Hernandez era chamada de “Laura bola”, em alusão à personagem Laura, da novelinha mexicana *Carrossel* (1989-2020). “Eu tinha vergonha [...]. Chorava tanto. Pq (sic) tanta maldade com uma criança? Só pq (sic) o corpo dela não é magro? Isso faz dela inferior? Eu nunca entendi pq (sic) as pessoas tinham tanto ódio do meu corpo gordo”. O desabafo veio em forma de comentário em uma postagem feita na página *Tamanho Grande* no Instagram do dia 20 de agosto de 2020; justamente sobre a personagem Laura e a forma como ela foi retratada:

Laura era uma criança que aparecia sempre comendo, e também sempre tristonha, frustrada por seu amor por Jorge não ser correspondido. A menina ainda aparecia em tela enquadrada em super close e em contra plongée, ou seja, de baixo para cima, recursos utilizados para que a pessoa em tela apareça maior do que ela é. Faz mais de 30 anos, mas uma geração de meninas foi comparada à “Laura do Carrossel” por sua forma física, em uma representação estereotipada de seus corpos que deixou marcas por toda vida. Esse é só um exemplo, de tantos outros existentes. Até quando? (Arruda, 2020c, online).

O comentário de Nathielle veio em seguida do de Aline França: “Meu Deus me senti representada. Eu vivi isso na pele”; que veio na sequência do de Pati Scarlet: “Bah (sic), na época da escola eu era sempre comparada com ela.”; que veio na sequência do de Elaine Cristina: “Nem sei quantos anos fui chamada de Laura. E pra (sic) mim ficou super normal não ser correspondida pelo menino q (sic) eu gostava. Eu sabia q (sic) ele nunca ia me dar bola por ser gorda”; que por sua vez veio após uma série de outros comentários com o mesmo teor.

De caráter ilustrativo, comentários desse tipo se repetem em outras postagens que apresentam diferentes exemplos de representações midiáticas de mulheres gordas, ajudando na compreensão do quanto a relação simbiótica entre mídia e sociedade, nesse aspecto, interfere na saúde mental das pessoas. No que diz respeito à infância, especificamente, eles ilustram aquilo que Woodman (1980), apontou acerca das meninas que são discriminadas por conta do tamanho de seus corpos: o fato de que essas crianças, hostilizadas e excluídas do convívio social, crescem com um série de traumas, inseguras de si, o que vai interferir posteriormente em suas vidas de forma a serem as pessoas gordas ou que foram gordas na infância, as mais propensas a se envolverem em relações abusivas, não somente afetivas, como também profissionais, caso tenham a chance de ser contratadas. Isso porque, no mercado de trabalho, os recrutadores afirmam abertamente que o peso é uma das 10 características mais restritivas na hora da contratação de pessoas. Ou seja: ser considerada uma pessoa obesa, que significa ter seu Índice de Massa Corporal acima de 30, é considerado tão relevante na hora de descartar um candidato quanto a falta de experiência ou do conhecimento exigido para o cargo (Catho, 2013).

O discurso médico como aval para o preconceito

Embora no senso comum ser uma pessoa obesa e ser uma pessoa gorda pareça a mesma coisa⁵, é preciso entender que na verdade obesidade é a patologização da condição do corpo gordo. Determinada a partir do IMC, que é obtido quando se divide o peso de alguém em quilos por sua altura elevada ao quadrado, a obesidade é subdivida em seis faixas que indicam do subpeso, quando o IMC é igual ou inferior a 18,5, à obesidade nível 3, que é quando o IMC ultrapassa 40 (World Helth Organization, 1995). Esse conceito data dos anos 1830 e passou a ser utilizado pela Organização Mundial da Saúde como forma de padronização dos corpos somente a partir dos anos 1990 (World Helth Organization, 1995). A OMS estava preocupada com a desnutrição e a subnutrição, e a antropometria aplicada de Quetélet, criador do cálculo (Eknoyan, 2008), pareceu útil e ainda hoje é utilizada. No entanto, se existem vários graus de obesidade, além de na cabeça das pessoas eles não fazem a menor diferença e se relacionam diretamente com a ideia que se tem do corpo gordo, pela régua do IMC o corpo de um atleta fisiculturista, por exemplo, seria considerado obeso, uma vez que a proporção de sua massa corporal em relação a sua altura é alta. Apesar disso não é comum pensar que pessoas musculosas sejam obesas e esse pensamento age e retroage sobre as mais diversas representações que se têm dos corpos gordos. Comum, por outro lado, é assumir automaticamente que os corpos gordos são doentes apenas por serem gordos, sendo assim conveniente a confusão entre a terminologia médica, patologizadora, e a característica física.

Nesse contexto, cabe ainda dizer que é também do início dos anos 1990 a institucionalização feita pela OMS da Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde. Atualmente na décima versão, no Brasil chamada de CID-10 (World Helth Organization, 2020), consta sob o código E66 a obesidade. Descrita como “[...] fator de risco para uma série de doenças” pela Sociedade Brasileira de Endocrinologia (2020 online), tais doenças são brevemente mencionadas no documento de 1995 da OMS sobre o IMC. Lá está apontado que o excesso de peso pode elevar o risco do desenvolvimento de doenças cardíacas,

⁵ Uma experiência simples que ajuda na ilustração dessa ideia é realizar a busca pelos dois verbetes, Gorda e Obesa, separadamente no Google Imagens. Nesse serviço, os algoritmos são programados para serem atualizados ao mesmo tempo em que as buscas acontecem a partir daquilo que se clica quando os resultados são oferecidos (Google, 2010). O resultado que se terá nas primeiras imagens, e por isso mais associadas aos termos e assim relevantes, é muito parecido, quando não muito contém as mesmas imagens.

hipertensão e diabetes, inflamações na vesícula e determinados tipos de câncer. Não há detalhamento de como esses processos ocorrem, nem da incidência populacional desses casos. Apesar disso, são informados alguns fatores que interferem na condição clínica da obesidade, ou seja, fatores que podem contribuir para que o IMC de alguém seja maior ou menor. O fator biológico é um deles, e o corpo biologicamente feminino é caracterizado por concentrar mais peso, assim como diferentes etnias têm diferentes estruturas corporais e, por isso, a média de seus IMCs pode variar (World Health Organization, 1995, p. 313).

Existem ainda variações do E66 no CID-10: o E66.1, no caso, refere-se à obesidade induzida por drogas/medicamentos; já o E66.2 faz referência à obesidade que pessoas com hipoventilação alveolar, comum em pessoas com doenças neuromusculares. Há ainda o E66.9, que cataloga a obesidade de origem não especificada, são pouco mencionadas. Apesar de não catalogados, há estudos que já identificam outros fatores que interferem na incidência do peso; entre eles estão a falta de sono, condições socioeconômicas e desequilíbrio hormonal (Loureiro, 2017); e é justamente por isso que, mesmo com a manutenção da obesidade na versão 11 do CID que deve valer a partir de 2022 (World Health Organization, 2020), a patologização do corpo gordo vem sendo questionada tanto socialmente quanto pela comunidade médica: no Canadá, os protocolos de saúde já foram alterados de forma que não é apenas o resultado do IMC o único critério determinante da condição de saúde de uma pessoa. Os novos protocolos que consideram condições pré-predicativas foram publicados no *Canadian Medical Journal* (Wharton et al., 2020), mencionando ainda a necessidade de se combater a gordofobia médica, que entre outras formas se manifesta quando profissionais da área da saúde deixam de prestar atendimento adequado a pessoas gordas por considera-las desenganadas, negando assim mais um direito fundamental a elas. Outras situações aparentemente mais sutis de gordofobia médica estão relacionadas à ausência de equipamentos para atendimento, como aferidores de pressão, macas e aventais, questões que são apontadas um estudo publicado na *Nature Medicine* (Rubino; Puhl; Dixon 2020).

Por se tratar de insumos básicos, sua ausência representa um problema grave, uma vez que, de partida, pessoas gordas já não recebem tratamento adequado no sistema de saúde. Quando conseguem atendimento, não é rara a humilhação pela desumanização, como quando precisam

ser encaminhadas a clínicas veterinárias para fazerem exames como ultrassom ou tomografia (Olivio, 2018). Todo esse processo, ainda com o estudo de Rubino, Puhl e Dixon (2020), ainda aumentam a incidência em vítimas da gordofobia, de distúrbios relacionados à depressão, à ansiedade, ao isolamento social, ao consumo de drogas e de álcool e também aos distúrbios alimentares, em um ciclo sem fim de violência, culpabilização e autodepreciação.

Gordofobia: um preconceito midiaticizado

As problematizações recentes da comunidade médica não dão conta, no entanto, de apagar o histórico de tratamento estereotipado e pejorativo que a mídia dá às pessoas gordas, em especial às mulheres, e que retroagem socialmente em suas vidas; sendo identificadas as seguintes formas de representação (Arruda, 2019): a. alívio cômico, quando a personagem é considerada engraçada apenas por ser gorda, de forma que seu corpo, como se move ou se posta em cena, é motivo de piada; b. estepe para a personagem principal, nunca sendo ela própria protagonista a despeito de todas suas características às vezes mais interessantes; c. personificação daquilo que é feio, repulsivo, nojento, sendo representada sempre suada, com os cabelos sujos, comendo de boca aberta montes de comida e sem qualquer senso de vaidade; d. eterna romântica, solteirona ou à procura de marido, porém sempre rejeitada; e. transformada pelo emagrecimento, que faz com que, com a perda de peso, senso de estilo e vaidade passam milagrosamente a fazer parte da personalidade da pessoa. Retratadas e vistas como preguiçosas e comilonas, a partir da ideia de que manter uma determinada forma física está relacionado a um mérito individual, o discurso do “só é gordo quem quer” ou do “basta ter força de vontade para emagrecer”, é tão associado ao estigma da pessoa gorda quanto suas características físicas, assim como o fato de que as pessoas gordas são abobalhadas, espalhafatosas, incapazes, sem determinação ou foco, o que conflui com a supramencionada pesquisa Catho (2013) sobre a obesidade ser considerada uma característica restritiva na hora da contratação profissional, por exemplo.

Nesse sentido, é o que se pode ver em uma reportagem do *Jornal Hoje*, da TV Globo, contemporânea aos supramencionados documentos da OMS da década de 1990. Nela, um jovem César Tralli faz uma ode à gordofobia ao mostrar uma agência de modelos que só trabalha com

peças “feias”, conforme dito em vídeo. Ao apresentar a empresária que teve a ideia para o negócio, o jornalista menciona “Gordinha, baixinha, com cara de bolacha e que descobriu em sua própria feiura sua fonte de renda”. O vídeo, que voltou a circular por conta da internet, reproduz a série de preconceitos e estereótipos já mencionados em relação às pessoas gordas, com falas como “Ninguém aqui tem rosto para revista ou comercial de televisão”, ou uma enquete na qual vários entrevistados respondem à pergunta “Tá vendo aquela gordinha ali? Você acha que ela tem condições de fazer comercial de TV?”, no que uma entrevista responde: “Tá louco? Essa gorda?” (Ferraz, 2020).

Mas apesar de terem se passado quase 30 anos, constranger pessoas gordas na televisão continua sendo uma prática. Um compilado de todas essas questões apresentadas neste capítulo está naquilo que aconteceu no programa *Mulheres*, da TV Gazeta, na edição de 8 de junho de 2020. Ao abordar os direitos da família e o aumento da violência patriarcal em casa por conta da quarentena imposta pela pandemia de Coronavírus, a advogada convidada para tratar do assunto foi constrangida ao vivo por ser gorda. Enquanto explicava questões jurídicas ao público, como as mulheres podem buscar por proteção, quais são os seus direitos, Sandra Daniotti foi interrompida pela participação da endocrinologista Maithê Pimentel que, totalmente fora de contexto disse: “Sandrinha, se eu te pedir uma coisa você me ajuda? Eu quero te ajudar a emagrecer”. Visivelmente constrangida, Sandra gaguejou para responder qualquer coisa e logo a apresentadora Márcia Volpato interferiu: “No meio da pauta jurídica, Maithê?”. Nas redes sociais, depois da repercussão negativa sobre o caso, que reduziu uma profissional capacitada a sua forma física, Márcia afirmou que não sabia que aquilo aconteceria em seu programa (Pacheco, 2020). A emissora também divulgou comunicado afirmando que “repensará a temática” em próximas pautas (TV Gazeta, 2020).

Aqui é de especial interesse aquilo que Romano (1998) aponta sobre ser a mídia a grande instituição contemporânea, ladeada pelo lar, pela escola, pelo Estado e pela igreja, e que interferem na formação da mentalidade de um grupo. Suas ideias são reforçadas, expandidas e detalhadas por uma série de autores, sendo de especial interesse aquilo que Cabral (2002) apresenta acerca do bios midiático. Em *Antropológica do espelho*, tem-se a ideia de como sociedade e mídia refletem uma a outra, em uma imbricada relação, praticamente impossível de ser dissociada. No caso da gordofobia, entende-se ainda que não é apenas uma reprodução ao

estilo toma-lá-da-cá. Há, ao expor pessoas gordas ao ridículo em uma transmissão ao vivo, ao representa-las em estereótipos exagerados e estanques, um apagamento de fronteiras que justamente induz a criação de novos padrões e formas de opressão.

Gordofobia e saúde mental

O Transtorno Dismórfico Corporal é caracterizado pela preocupação excessiva com uma característica física, considerada como defeito, existe ou imaginada. Pessoas com TDC, ao se olharem no espelho, enxergam apenas tal marcador e, mais do que isso, acreditam que quem as veja faça o mesmo, tomando então apenas aquela característica como elemento determinante não só da totalidade de sua aparência, como também de sua personalidade (Perez Ramos; Pizão Yoshida, 2017). Embora o TDC esteja mais comumente relacionado a características físicas pontuais, como nariz, boca, olhos, cabelo, pele e outras partes do corpo, há estudos que o relacionam a outros transtornos, como os alimentares, por exemplo, estando a anorexia nervosa entre eles (Ramos, 2009). Nesse caso, a severa restrição alimentar em uma busca incessante pela magreza, ao mesmo tempo que promove, é promovida, entre outros fatores, por uma percepção equivocada da imagem corporal. A ideia é a de que o corpo que se tem seria muito maior do que realmente é (Cordás; Weinberg, 2006). Contudo, enquanto no TDC há uma projeção social relacionada ao que se considera como defeito, na anorexia nervosa o que se costuma ver é uma jornada pessoal que pode ser relacionada ainda a uma variação de transtorno dissociativo, em especial aquelas que afetam as percepções e sensações, por exemplo (Negro Junior; Palladino-Negro; Louzã, 1999). Nesse caso, tem importância a própria percepção corporal, de forma que mesmo comprovadamente pesando pouco, a se vê como gorda, ou não magra o suficiente, e essa opinião tende a prevalecer sobre as demais.

Aconteceu com esta autora: lembro vividamente, apesar de já fazer aproximadamente 15 anos, da sensação de olhar no espelho e não me reconhecer na imagem que nele estava refletida. Naquela época, eu havia passado voluntariamente por uma dieta tão restritiva que levou ao emagrecimento de 12 quilos em um único mês. Fraca, com os cabelos ralos que mal cobriam o couro cabeludo, e com as unhas descolando inteiras das pontas dos meus dedos, estava certa de

que aquela perda ainda não era suficiente, que precisava emagrecer mais. Também achava que essa era a única característica que as pessoas viam a meu respeito, que eu era uma mulher gorda, e que aquilo era tido como definição de todo meu ser social; além disso, quando me via em fotos ou refletida no espelho, não entendia que aquela era a minha imagem. Confusa e desorientada, da família e dos amigos eu ouvia “parabéns!”, “continue assim!”, além da famosa frase “a saúde em primeiro lugar, não é mesmo?!”, associando magreza à saúde apenas pelo visual. Foi necessário mais de uma década para me dar conta que tal processo era uma das diversas formas de materialização da gordofobia.

Gorda desde criança, eu já havia experimentado, sem sucesso, todo tipo de dieta para perder peso. Determinada a resolver o que parecia ser um grande problema – e de minha única responsabilidade – de uma vez por todas, sem falar nada para ninguém, eu simplesmente parei de comer. Bom, não totalmente, mas é como se fosse. Eu tinha pouco mais de 20 anos, era uma jornalista recém-formada e que tinha voltado a morar na casa da família, onde a preocupação com o peso em excesso sempre se fez presente. Eu não questionava aquela preocupação, apenas entendia, pelo histórico e pelos exemplos, que eu deveria me preocupar também. Não era preciso, no entanto, procurar o consultório médico, pois todas as pessoas ao meu redor pareciam saber o que deveria ser feito. Cada uma delas tinha uma receita especial: um chá milagroso, uma rotina de exercícios infalível, uma tabela de pontos para serem atribuídos aos alimentos e assim não ultrapassar uma quantidade “x” de calorias diárias, determinadas sabe-se lá por quem. As pessoas trocavam essas receitas entre si; era como se fosse uma sociedade – nada secreta – da dieta, na qual eu fui introduzida desde muito cedo. E foi com os conhecimentos adquiridos dessas relações todas que sozinha resolvi que minha alimentação diária consistiria em uma cabeça de couve-flor ou brócolis cozida no vapor, sem sal, azeite ou qualquer outro tempero, e que aquilo seria suficiente para me fazer parar em pé. Quando muito, eu mastigava um biscoito tipo cracker até virar uma papa sem gosto na boca, momento em que eu cuspi no lixo o que havia mastigado.

Demorou bastante tempo para que eu me recuperasse da anemia causada por esse comportamento. Tão grave quanto, no entanto, foi não ter entendido o tamanho da violência desse processo a ponto de repeti-lo algumas outras vezes ao longo desses anos: como o emagrecimento foi tão rápido, o ganho de peso pós término da dieta também foi. Além dos 12 quilos emagrecidos, ganhei outros 8, fruto da compulsão alimentar que veio na sequência e que

me levou a repetir a tentativa de emagrecimento, dessa vez com auxílio médico. O endocrinologista me medicou na primeira consulta, antes mesmo do resultado dos exames de sangue e hormônio que ele havia pedido. Emagreci 15 quilos e engordei 30 quando interrompi o consumo das pílulas pois havia desenvolvido uma arritmia cardíaca e assim segui, nesse exercício de autodepreciação e mutilação, até ter conhecimento da história de Gabriela Chacon, uma professora de inglês que, durante uma conversa em um bar com um outro professor de inglês, recebeu gratuitamente uma série de insultos gordofóbicos durante o diálogo. Com testemunhas que o ouviram dizer em inglês as palavras “porca gorda” e algo como “às vezes os homens só querem um lugar para enfiar o pau e gorda serve para isso”, entre outras, o caso foi parar na justiça e o agressor acabou condenado (JUSBRASIL, 2020).

Eu não conhecia a Gabriela, mas estava familiarizada com os insultos que ela recebeu, por tantas vezes ter estado naquela mesma situação. No entanto, quando ela corajosamente contou o que lhe havia acontecido, tornando pública a sua história, indignada, houve um importante ponto de virada na percepção acerca da preocupação com o peso. Isso porque algo comum entre as pessoas gordas é o sentimento de vergonha, e principalmente de culpa, que é imputado a ela em relação ao seu peso, que a acompanha e que a faz silenciar perante a opressão (Arruda, 2019). Quando, no entanto, tive contato com a história da Gabriela, lembro ter pensado que ela não tinha feito nada de errado, que era simplesmente uma pessoa conversando com outra em um bar e que, ao ser insultada, ela era a vítima de um preconceito. Vendo-me no lugar dela, entendi como também fui vítima desse preconceito ao longo da vida e passei a entender minha própria história, bem como a pessoa que me tornei por causa disso, entendendo a potência do que Belchior (2020) aponta como “Saber gordo”, ou seja, toda uma epistemologia prática de se relacionar com o mundo a partir das experiências que só uma pessoa gorda tem. Falar sobre gordofobia é urgente e entender como a mídia tem participação nesse preconceito é fundamental; e é sobre isso que se dedicou este capítulo.

Considerações finais

Apesar da bibliografia sobre o tema ainda ser escassa, os efeitos da gordofobia na vida de quem sofre com esse preconceito são conhecidos e começam a ser discutidos, em especial, na pu-

jança das redes sociais na internet. Nesses espaços, ao tornarem públicas suas próprias dores, vítimas desse preconceito têm despertado outras tantas pessoas que passaram anos carregando um sentimento de culpa pelos seus corpos. Esse sentimento de culpa, além de fazer a vítima silenciar perante a violência, faz com que ela desenvolva uma noção de merecimento pelo tratamento que lhe é dado, levando a uma série de distúrbios. Neste capítulo, além do apresentado em pesquisas recentes da área da saúde acerca do tema, falou-se a partir de narrativas pessoais sobre a incidência combinada de três deles: o Transtorno Dismórfico Corporal, a Anorexia e o Transtorno Dissociativo, tendo a mídia especial participação na criação, manutenção, reprodução e amplificação desse preconceito e, com isso, responsabilidade em suas consequências. De manifestações individuais de um fenômeno coletivo para a percepção de que a história compartilhada é potente para a percepção de si e para que outras e outros também se percebam, compreende-se que a gordofobia também pode ser considerada como o preconceito contra a imagem de um corpo a partir da ideia que se tem sobre ele e como ele é visto/representado. Nesse sentido, a ideia de quem sofre com TDC de que aquilo que ela considera um defeito em si é o elemento determinante na visão das outras pessoas sobre ela, no caso da pessoa gorda se concretiza, sendo a pessoa gorda reduzida a sua forma, e aos estereótipos acerca dessa forma, ao serem tratadas e representadas pelos media, sendo urgente a discussão transparente, responsável e aprofundada acerca da temática no seio social e também no contexto midiático.

Referências

AIRES, Aires. **De gorda a plus size: a moda do tamanho grande**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

ALMEIDA, Denise. Jovem é agredida por desconhecido na balada: “apanhei porque sou gorda”. **Universa**. 14 abr. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3j5kW5g>. Acesso em 16 out. 2020.

ARRUDA, Agnes de Sousa. **O peso e a mídia: uma autoetnografia da gordofobia sob o olhar da complexidade**. 2019. 116 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Paulista, São Paulo, 2019.

_____. **Tamanho Grande**: Canal no YouTube. 2020a. Disponível em: <<https://bit.ly/31NLYbx>>. Acesso em 27 out. 2020.

_____. **Tamanho Grande:** Podcast no Anchor. 2020b. Disponível em: <<https://bit.ly/35ywZTW>>. Acesso em 27 out. 2020.

_____. **Tamanho grande:** Página no Instagram. 2020c. Disponível em: < <https://bit.ly/34Chonf>>. Acesso em 27 out. 2020.

ARRUDA, Agnes de Souza; JIMENEZ-JIMENEZ, Maria Luisa. **Pesquisa Gorda:** Canal no YouTube. 2020. Disponível em: <encurtador.com.br/nqCT3>. Acesso em 28 out. 2020.

_____. **Pesquisa Gorda:** Podcast no Anchor. 2020b. Disponível em: <<https://cutt.ly/4gRQuZt>>. Acesso em 28 out. 2020.

_____. **Pesquisa Gorda:** Página no Instagram: 2020c. Disponível em: <<https://cutt.ly/LgRQeAx>>. Acesso em 28 out. 2020.

BELCHIOR, Jussara. O que é pesquisa gorda para você? **Pesquisa Gorda**, 15 abr. 2020 – 38'40" (vídeo no YouTube). Disponível em: <<https://bit.ly/3g5M175>>. Acesso em 29 out. 2020.

BOLSONARO, Site Oficial. **Jair Messias Bolsonaro**. Disponível em: <<https://bit.ly/2G9xbQM>>. Acesso em 29 out. 2020.

CABRAL, Muniz Sodré de Araújo. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

CARROSSEL. Direção: Albino Corrales e Pedro Damián. Produção: Valentin Pimstein, Verónica Pimstein, Angelli Nesma Medina. México, 1989 - 1990.

CATHO. Pesquisa dos profissionais brasileiros: um panorama sobre contratação, demissão e carreira. 2013. Disponível em: <<https://bit.ly/31PuCet>>. Acesso em 27 out. 2020.

CORDÁS, Táki Athanássios.; WEINBERG, Cybelle. **Do altar às passarelas: da anorexia santa à anorexia nervosa**. São Paulo: Annablume, 2006.

DICIO, Dicionário Online de Português. **Gordofobia**. Disponível em: <<https://bit.ly/3kt4ddF>>. Acesso em 25 out. 2020.

DURANTE, Flávia. **Gordofobia existe até em ônibus: "Sinto frio na barriga ao ver a catraca"**. In *Universa*. 24 nov. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/355zeO9>. Acesso em 16 out. 2020.

EKNOYAN, Garabed. Adolphe Quetelet (1796–1874)—the average man and indices of obesity. In **Nephrology Dialysis Transplantation**, Volume 23, Issue 1, 1 January 2008, Pages 47 – 5. Disponível em: <<https://bit.ly/2XphTNk>>. Acesso em 3 ago. 2020.

EL CHAVO DEL OCHO. Criação: Roberto Gómez Bolaños. Produção: Roberto Gómez Bolaños; Enrique Segoviano. México : Televisa, 1973 – 1980.

FERRAZ, Ju. Como uma reportagem dos anos 90 reacendeu as discussões do que é "padrão" na internet? **Vogue**. 29 jul. 2020 (online). Disponível em: <<https://glo.bo/2Yik7i7>>. Acesso em 14 ago. 2020.

FORTES, Leandro. Comparação entre Joice e Peppa Pig é injusta. **Brasil** 247, 22 out. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/3jGB1yG>>. Acesso em 29 out. 2020.

GOOGLE. **How search works**. Vídeo no YouTube. 4 mar. 2010. Disponível em <https://bit.ly/3gYvUJI>. Acesso em 13 ago. 2020.

GREER, Germane. **A mulher total**. Lisboa: Editorial Notícias, 1999.

HOUAISS, Grande Dicionário. **Gordofobia**. Disponível em: <<https://bit.ly/2TkYZ7U>>. Acesso em: 25 out. 2020.

JUSBASIL. **Processo digital n.º 1012200-50.2016.8.26.0361**. Disponível em: <<https://bit.ly/2IEjoTh>>. Acesso em 16 out. 2020.

LEMONS, Nina. Seria mais magra se mentisse menos: o novo ataque de Bolsonaro contra Joice. **Universa**, 10 jan. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/2G8r534>>. Acesso em 29 out. 2020.

LOUREIRO, Gabriela. Gordofobia: porque esse preconceito é mais grave do que você pensa. **Galileu**. 3 mai. 2017, online. Disponível em: <<https://glo.bo/2Cr1gtg>>. Acesso em 14 ago. 2020.

MACHADO, Renato. Salles sugere ação de hacker em ataque a Maia, e Twitter suspende conta de ministro. **Folha de S.Paulo**, 29 out. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/34Crmow>>. Acesso em 29 out. 2020.

NEGRO JÚNIOR, Paulo Jacomo; PALLADINO-NEGRO, Paula; LOUZÃ, Mario Rodrigues. Dissociação e transtornos dissociativos: modelos teóricos. **Rev. Bras. Psiquiatr.**, São Paulo, v. 21, n. 4, dez., 1999. Disponível em: <<https://bit.ly/31Eu8HO>>. Acesso em 24 out. 2020.

NOMURA, Bruno. De 'Peppa pig' a 'Nhonho': a gordofobia como ataque político. **Estadão Política**, 30 abr. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3kGGhDB>>. Acesso em 29 out. 2020.

OLIVIO, Camila. Obesos sofrem assédio moral em consultórios médicos. **CBN**. 16 ago. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/3jDThZf>>. Acesso em 27 out. 2020.

PACHECO, Paulo. Gazeta constrange convidada com proposta para emagrecer e pede desculpas. **UOL Televisão**. 11 jun. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3ij2M9K>>. Acesso em 14 ago. 2020.

PEPPA Pig. Criação: Neville Astley; Mark Baker. Produção: Phill Davies. Reino Unido : Astley Baker Davies, 2004 – presente.

PEREZ RAMOS, Kátia; PIZÃO YOSHIDA, Elisa Medici. Escala de avaliação do Transtorno Dismórfico Corporal: propriedades psicométricas. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, pp. 1-10, 2012. Disponível em <<https://bit.ly/2TjnPFf>>. Acesso em: 24 out. 2020.

RAMOS, Kátia Perez. **Escala de Avaliação do Transtorno Dismórfico Corporal: propriedades psicométricas**. 2009. 129 f. Tese (Doutorado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2009.

ROMANO, Vicente. **La formación de la mentalidade sumissa**. Madrid: Endymion, 1998.

RUBINO, Francesco; PUHL, Rebecca M.; CUMMINGS, Dixon et al. Joint international consensus statement for ending stigma of obesity. **Nat Med** 26, 485–497 (2020). Disponível em: <<https://bit.ly/3iCTI6f>>. Acesso em 14 ago. 2020.

SANCHES, Rodrigo Daniel. **Corpus Alienum: efeitos do discurso das novas dietas, corpo-projeto e mídia**. 2018. Tese (Doutorado em Psicologia: Processos Culturais e Subjetivação) - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2018.

SBEM, Sociedade Brasileira de Endocrinologia. **O que é a obesidade?** Disponível em: <https://bit.ly/34a35Xd>. Acesso em 13 ago. 2020.

SILVA, Samantha. Jornalista chamada de ‘gorda’ vai transformar muro pichado em arte. **G1 Sul de Minas**. 29 mar. 2016. Disponível em: <<https://glo.bo/31e8XMw>>. Acesso em 16 out. 2020.

THE Muppets. Criação: Jim Henson. Produção: Jim Hanson. Los Angeles: Jim Hanson Company. 1955

TV Gazeta. **Comunicado**. Post no Instagram, 11 jun. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3gZ31wV>>. Acesso em 14 ago. 2020.

WHARTON, Sean. et al. Obesity in adults: a clinical practical guideline. **CMAJ**. Vol. 192, Issue 31. 4 ago. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/2T04E2T>>. Acesso em 16 out. 2020.

WHO, World Helth Organization. **Physical status: the use and interpretation of anthropometry**. (1995 : Geneva, Switzerland). Disponível em: <<https://bit.ly/2FahUyf>>. Acesso em 12 ag. 2020.

WHO, Whord Helth Organization. **ICD-11 is here!**. Disponível em: <<https://bit.ly/2PIU4fe>>. Acesso em 10 ago. 2020.

WOODMAN, Marion. **A coruja era filha do padeiro: obesidade, anorexia nervosa e o feminino reprimido**. São Paulo: Cultrix, 1980.





Imagem, mídia e idealização corporal: as imagens podem ser patogênicas?

Rodrigo Daniel Sanches¹

A impermanência do corpo

O filósofo e escritor da moda² Byung-Chul Han, em *A Sociedade do Cansaço* (*Müdigkeitsgesellschaft*), obra lançada em 2010³, afirma que cada época possui suas enfermidades fundamentais. Nesse aspecto, prefiro a aceitação de Hermann Hesse, quando sublinha, em sua obra *O Lobo da Estepe*⁴ (*Der Steppenwolf*), de 1927, que “cada época, cada cultura, cada costume e tradição têm seu próprio estilo, têm sua delicadeza e sua severidade, suas belezas e suas crueldades, aceitam certos sofrimentos como naturais, sofrem pacientemente certas desgraças” (Hesse, 2009, p. 33).

O sofrimento no qual nos referimos aqui é oriundo de um fenômeno midiático não tão novo assim, mas que vem ganhando potência e proporções consideráveis na atualidade: a possível capacidade patogênica das imagens do corpo feminino que circulam na mídia (ou melhor, na ambiência midiática). Não se trata de uma relação de *causa e efeito*, mas de um processo de interpelação e sedução proveniente de um emaranhado complexo de criação e propagação de sentidos sobre beleza, corpo feminino, saúde, bem estar e felicidade⁵. Ao analisar a dimensão psicológica da mídia, Giuseppe Mininni (2008) reforça que o desenvolvimento midiático como um todo (o que pode ser pensado para fenômenos como a relação entre imagem e corpo) ocorre inextricavelmente ancorado em uma séria complexa de aspectos econômicos, sociais, políticos, culturais, tecnológicos, entre outros.

Discussões envolvendo o corpo feminino têm ocorrido de forma frequente na mídia, levantando questões das mais diversas e em diferentes veículos de comunicação. Nesse sentido,

¹ Professor universitário, graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pelo Centro Universitário Ibero-Americano, mestre em Comunicação e Semiótica (PUC/SP), doutor em Psicologia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FFCLRP/USP) e pós-doutorando em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (FCL).

² Se cada época e cada cultura apresentam determinadas características sociais, culturais e de saúde, como algumas enfermidades, cada época e cultura também escolhem seus filósofos e escritores preferidos. Uns, pela densidade da obra e reflexão, transcendem a eternidade. Outros, pela efemeridade de seus apontamentos, têm seus pensamentos e análises mobilizados em momentos específicos. Cada um contribui de alguma forma para o pensamento de uma época. Quanto à eternidade? Só o tempo poderá dizer.

³ Neste texto, consultamos a versão em português de 2015, da editora Vozes.

⁴ Aqui trabalhamos com a versão publicada pela editora Record em 2009.

⁵ A felicidade é um dos principais argumentos discursivos na concepção da ideia de um formato corporal feminino. Procurei investigar a relação entre sucesso, felicidade e corpo feminino em um capítulo da minha tese, intitulado “O mito do sucesso e da felicidade: Você. Só que melhor!” (Sanches, 2018).

aponta Marco Ruiz, “a mulher é discursivizada, o seu corpo é tornado em discurso, o seu papel é marcado por sentidos outros constituídos em nossa formação social” (2020, p. 201). Vejamos alguns exemplos. Em janeiro de 2015, a atriz Paolla Oliveira foi um dos assuntos mais comentados nas redes sociais, como o Twitter, por aparecer de costas trajando apenas uma calcinha fio dental e sapatos de salto alto na minissérie *Felizes para sempre*, exibida pela *Rede Globo de Televisão*. Em 2019, ao gravar as cenas para a novela *A Dona do Pedaço*, também da *TV Globo*, Paolla Oliveira foi flagrada por um fotógrafo enquanto gravava cenas em uma praia trajando maiô, o que deixou expostas as celulites da atriz. Mais uma vez, o assunto virou notícia e provocou debates na internet. Em dezembro de 2017, um trecho de apenas 11 segundos do videoclipe *Vai malandra*, da cantora Larissa de Macedo Machado, que adotou o nome artístico Anitta, causou exaltação na mídia e pautou desde as redes sociais a importantes veículos do cenário jornalístico mundial, como o britânico *The Guardian*. Na cena, Anitta aparece percorrendo o que parece ser a via de uma comunidade carente, trajando um curto short vermelho. A câmera põe em foco o glúteo e parte das coxas, deixando à mostra as celulites da cantora. Apenas um mês depois, o vídeo já havia alcançado mais de 130⁶ milhões de visualizações no Youtube e, no Spotify, serviço digital de distribuição de conteúdo de áudio e vídeo, foi uma das músicas mais ouvidas em todo o mundo, uma marca inédita para uma artista brasileira. O alvoroço em torno do videoclipe não se deu apenas pela celulite da cantora. Foi travada uma batalha na mídia sobre o empoderamento ou a objetificação da mulher em vídeos como o lançado por Anitta.

Em uma escala relativamente menor de alcance midiático em relação aos exemplos anteriores, a publicitária Gabriella Camello publicou em outubro de 2020, no Instagram, um vídeo em que aparece dançando ao som da música “Balança”, de WC no BEAT, Pedro Sampaio e Gabriel Gimenez. Em uma reportagem publicada no *Universa*, Camello explicou que após passar por uma cirurgia bariátrica, “surgiram flacidez, estrias, celulite e a cicatriz da intervenção cirúrgica” (Geraldo, 2020, s/p). Ao aparecer “dançando a música com o corpo ‘sem retoques’”, Camello argumenta que procurou “naturalizar o fato de que corpos (e, especialmente, bumbuns) podem ter celulite, estria e flacidez. E que está tudo bem mostrá-los assim nas redes sociais. Afinal, por que isso incomoda?” (Geraldo, 2020, s/p).

⁶ No dia 8 de outubro de 2020, o vídeo de “Vai malandra”, da cantora Anitta, totalizava mais de 408 milhões de visualizações no Youtube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI&feature=emb_logo>.

Em uma reportagem do Jornal *O Globo* (*Celilute de Anitta gera debate sobre o corpo real*), do qual contribuímos com nossa visão sobre a imagem do corpo feminino na mídia, pontuamos que o “corpo autorizado a circular no ambiente midiático é de uma beleza inigualável, e aquilo que está fora desse padrão não costuma ser aceito” (Brandão, 2017). De forma sutil, Anitta foi corajosa ao quebrar esse padrão, mesmo que por meros 11 segundos. Porém, em se tratando de mídia e consumo, como ocorre com uma artista cuja visibilidade está intrinsicamente ligada ao lucro, nada é por acaso. Praticamente tudo, no ambiente da mídia, é pensado e estruturado para vender, seja um produto, uma ideia, uma experiência. Mesmo que os responsáveis pelo vídeo tenham sugerido à cantora que mostrasse seu corpo sem retoques digitais, expondo um “defeito estético feminino”, Anitta procurou mostrar (e ganhou visibilidade com isso) às mulheres que o corpo de uma celebridade (rica e famosa) também é um corpo parecido com o das mulheres normais, não famosas, fazendo ressoar sentidos de naturalidade e identificação com o sujeito comum.

Os exemplos acima ocorreram no século XXI. Mas já na década de 1960, a historiadora da medicina e escritora Louise Foxcroft, autora do livro *“A tirania das dietas: dois mil anos de luta contra o peso”*, relata que, quando completou 10 anos de idade, percebeu na cultura da época que a beleza estava sendo medida e trabalhada, em meio à segunda onda do feminismo, e as mulheres estavam sofrendo sob a tirania de uma forma corporal prescrita (Foxcroft, 2013). Ao analisar séculos acumulados de conselhos e instruções sobre a modelagem do corpo feminino, levantando aspectos sobre a psicologia, medicina (em especial a estética), inovação, mídia, imagem, celebridades, mercado, cultura, entre outros, Foxcroft enfatiza categoricamente: o corpo “não é apenas inevitável, mas também o que a sociedade diz sobre ele, o que consideramos como ‘natural’, na verdade, é socialmente construído” (Foxcroft, 2013, p. 14).

A construção imaginária e social de um estereótipo de corpo (especialmente o feminino) tem como alicerce diversos fenômenos complexos. Elencamos dois aspectos que podem ser pensados enquanto duas materialidades significantes: de um lado, a imagem, e, de outro, o corpo. Se, por um lado, os estudos sobre imagem parecem ser exclusivos dos pesquisadores da chamada ciências da comunicação, por outro, os estudos sobre o corpo estão intrinsicamente associados às ciências médicas e áreas correlatas. Quando os primeiros estudos relacionando imagem e corpo ganharam força no fim do século XIX, o foco das investigações estavam voltados para distúrbios

percepção corporal em pacientes com lesões cerebrais (Laus et al., 2013). Ou seja, eram estudos de base neurológica.

Foi em 1953 que o psiquiatra austríaco Paul Schilder cunhou a primeira definição do conceito de “imagem corporal”: “a figuração de nosso corpo formada em nossa mente, ou seja, o modo pelo qual o corpo se apresenta para nós (...) O esquema do corpo é a imagem tridimensional que todos têm de si mesmos” (Schilder, 1980, p. 316). As alterações de imagem corporal ocorrem em inúmeras condições e distúrbios, como descreve Oliver Sacks: em uma enxaqueca, “podem ocorrer alucinações de imagem corporal – a sensação de que se é mais alto ou mais baixo” (Sacks, 2013, p. 119), ou em um estado febril, quando o paciente sente “dilatações da imagem corporal” (Sacks, 2013, p. 169).

Ao cunhar a definição de imagem corporal, Schilder (1980) destacou a necessidade de investigar, além dos elementos neurológicos e psicológicos, os aspectos socioculturais presentes na percepção do corpo, já que a considerava um constructo multidimensional, não apenas de origem perceptual, mas também um reflexo de atitudes e interações com os outros (Laus et al., 2013). A imagem, nesse aspecto, apresenta um papel crucial: “a partir do momento em que a imagem se torna uma das principais formas de conhecimento e de transmissão desse mesmo conhecimento”, argumenta Simonetta Persichetti (2013, p. 162), “deixamos de viver diretamente nossas experiências e passamos a vivenciá-las por meio das representações”. Uma vez que a construção e a percepção imagem corporal integram um processo contínuo, tanto a imagem quanto o corpo são concepções em constante mutação. Ter um corpo, diz Sacks, parecer ser a coisa mais certa do mundo, um fato irrefutável:

Uma pessoa concebe-se ocupando seu corpo, que pertence a ela e somente a ela. Vê o mundo com seus olhos, anda com suas pernas, cumprimenta com um aperto de mão dado pela sua mão. Tem também a sensação de que sua consciência está na cabeça. Há tempos se supunha que a *imagem ou esquema do corpo fosse uma parte fixa e estável da consciência de si*, talvez em parte inata, e em grande medida sustentada e afirmada pelo contínuo feedback proprioceptivo sobre a posição e os movimentos dos membros dado por receptores em articulações e músculos (...) O cérebro faz o possível para correlacionar todos os sentidos, mas aqui as informações visuais suplantam as táteis (Sacks, 2013, p. 243, grifos nossos).

Portanto, se o corpo de um sujeito é algo impermanente para si próprio e para os outros, tanto biologicamente quanto em termos subjetivos, não é possível pensá-lo apenas como um

conjunto de músculos, pele e ossos. O corpo não pode ser investigado apenas em sua dimensão biológica, mas também simbólica – em como ele é representado em um contexto sócio-histórico. A representação que o sujeito tem do seu próprio corpo e do corpo do outro é afetada, dentre outros fatores, por um exercício contínuo do ato de ver e ser visto. Estamos o tempo todo ritualizando e recriando boa parte da vida cotidiana – enfatiza Persichetti, reforçando que “a visão é medida pelo nosso conhecimento, pela nossa construção de mundo a partir das representações. E as representações refletem ou imitam a realidade social” (Persichetti, 2013, p. 160).

O corpo do sujeito está atado ao corpo social de uma época e de uma cultura. E, se um dos elementos da percepção do corpo é a “imagem corporal” (endógena ou exógena), é fundamental investigar e refletir sobre a força e a capacidade de interpelação da imagem (em especial a midiática) na construção de subjetividades, sobretudo ao que concerne a idealização do formato corporal.

A consciência das (im)perfeições: a neurosemântica (e a imagem cerebral dos sentidos)

Enquanto materialidade significativa, as imagens midiáticas são fundamentais para compreender o processo discursivo sobre o corpo. Pensando na relação entre corpo e imagem, partimos de cinco reflexões. A primeira, postulada por Benedetti e Romão (2007, s/p), enfatiza que o corpo é um organismo mediador de saberes e resultado de uma construção sociocultural e histórica. Já a segunda, de Georges Didi-Huberman, aponta que a imagem não é um simples corte praticado no mundo dos aspectos visíveis, mas “uma impressão, um rastro, um traço visual do tempo que quis tocar, mas também de outros tempos suplementares – fatalmente anacrônicos entre eles, que não pode, como arte da memória, não pode aglutinar” (Didi-Huberman, 2012, p. 11). A terceira, proposta por Gregolin, sustenta que a sofisticação técnica, como as que empregadas na construção da imagem de um corpo perfeito, “produz uma verdadeira saturação identitária pela circulação incessante de imagens que têm o objetivo de generalizar os modelos. A profusão dessas imagens age como um dispositivo de etiquetagem e de disciplinamento do corpo social” (Gregolin, 2007, pp. 18-19).

A quarta conjectura, de François Soulages, recai sobre a circulação da imagem digital (o que pode ser estendido às imagens técnicas):

O que importa na fotografia digital, para mim, é a circulação. Isso quer dizer que chegamos a um terceiro momento da imagem. Houve um primeiro momento com a imagem estática da fotografia. Um segundo momento com a imagem em movimento do cinema. E um terceiro momento, agora, com uma imagem que circula, uma imagem que poderíamos chamar de futurista, a imagem da velocidade, a imagem fluida (Soulages, 2017, s/p).

O quinto aspecto repousa no alerta de pesquisadores da saúde (Laus et al., 2013): como consequência do reforço dado pela mídia em mostrar corpos atraentes, uma parcela da nossa sociedade se lança na busca de uma aparência física idealizada, determinando valores e normas que condicionam atitudes e comportamentos relacionados ao design do corpo, sua aparência e seu peso. “Vários estudos sobre essa temática vêm sendo conduzidos em diversos países, mas infelizmente no Brasil as pesquisas são escassas” (Laus et al., 2013, p. 106). Aqui temos um fenômeno midiático que Lipovetsky e Serroy (2015) denominaram “a consciência das imperfeições”. São duas faces da mesma moeda: se, por um lado, a norma da magreza e a inflação das imagens superlativas de beleza levam as mulheres a se cuidar, permitindo-lhes continuar sedutoras por mais tempo, por outro lado a não beleza (portanto, a feiúra) parece cada vez menos suportável (Lipovetsky, Serroy, 2015). A beleza, analisa Naomi Wolf (2018), não é universal, nem imutável, tampouco uma evolução das espécies. “As qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável” (Wolf, 2018, p. 31). Desta forma, tanto a beleza quanto a feiúra são constructos culturais, sociais, simbólicos e imaginários, até mesmo econômicos, e na atualidade vivenciamos “a beleza da mídia” ou “beleza de consumo” (Eco, 2017).

Assim como a felicidade não se encontra no plano da criação, é necessário inventá-la (Peres, 2014), a beleza também precisa ser instituída, nomeada, e “o mito da beleza em sua forma moderna é uma invenção bem recente” (Wolf, 2018, p. 31). Nossas sociedades, assinala Lipovetsky e Serroy (2015), instituíram um novo capítulo da história da beleza feminina, caracterizada por uma beleza hipermoderna, otimizada, em que a demanda de embelezamento não para de crescer, em que os recursos estéticos constituem um mercado em expansão contínua, no qual se desenvolvem as práticas cosméticas, a luta contra o peso e as rugas, a cirurgia estética e os regimes para emagrecer em todas as camadas sociais e todas as idades.

Diante dessas reflexões, podemos apontar para algumas leituras discursivas sobre a imagem. Primeiro, a imagem (nos) interessa pela sua eficácia simbólica. Como qualquer materialidade significante, também a imagem não é transparente, é materialidade; portanto, tem seu modo de funcionamento passível de interpretação. A imagem possui uma história, uma arqueologia, e a sua razão de ser não está apenas na imagem propriamente dita, mas também no ambiente histórico e sociocultural. Face à interpretação, não podemos nos ater apenas à imagem como algo legível e transparente, mas devemos investigá-la em sua complexidade, tentando compreender os vários discursos que a atravessam e a constituem. A iconografia dos corpos não deve ser compreendida apenas na transparência das imagens, mas no jogo discursivo no qual elas estão inseridas. Em nossa sociedade, “a imagem tem se tornado tão ou mais relevante que o conteúdo tomando conta do imaginário social” (Cioccarì, Persichetti, 2018, p. 113). Portanto, a imagem é discurso. Conforme os pressupostos teóricos-metodológicos da Análise do Discurso, o conceito de discurso tem como premissa os efeitos de sentidos entre interlocutores (Pêcheux, 2009). Portanto, se a função primeira da linguagem é comunicar sentido, as imagens, enquanto sistema comunicativo, também emanam sentidos capazes de gerar imagens endógenas, o que Changeux⁷ denominou “a imagem cerebral do sentido” (2013, p. 261). Vejamos um exemplo concreto. O antropólogo do consumo Martin Lindstrom (2017) fez um questionamento interessante: se sexo e beleza não necessariamente vendem produtos, por que aparecem tanto nas imagens publicitárias? Segundo o pesquisador, a resposta está nos neurônios-espelho. Os “neurônios-espelho”:

Presentes na área pré-motora do lobo frontal do símio poderiam ser uma primeira implementação dos sistemas dos neurônios envolvidos na capacidade de atribuição. Eles entram em atividade ao mesmo tempo quando da percepção (em outrem) e quando da execução (em si) de um gesto motor complexo (levar um amendoim à boca). Homólogos dos neurônios espelhos estariam presentes na área de Broca no homem e poderiam intervir na imitação, mas também *na comunicação pela linguagem e (por que não?) na atividade estética* (Changeux, 2013, p. 128 – grifos nossos).

⁷ Jean-Pierre Changeux, em sua obra *O Verdadeiro, o Belo e o Bem: uma nova abordagem neuronal* resgata os estudos sobre linguagem e signo, traçando relações com estudos sobre neurociência, neurobiologia e, segundo o autor, a neuropsicologia do sentido e a recente neurosemântica, baseada principalmente no conhecimento de diferentes déficits funcionais e na imagem cerebral.

Quando uma mulher está diante da imagem de mulheres atraentes, bem vestidas, ou em poses sensuais, os neurônios-espelho as permitem pensar que são igualmente descoladas, atraentes, desejáveis, bem sucedidas, felizes, etc. Ao observar uma imagem de uma modelo em uma pose sensual trajando apenas a roupa de baixo, a mulher pode se sentir tão sensual e sedutora quanto a mulher estampada na imagem. Diz Lindstrom (2017) que, assim como os atores que fumam na tela nos faz sentir vontade de fumar, ou uma música que se torna mania nos faz ter vontade de dançar, modelos magras causaram um aumento assustador nos casos de anorexia entre meninas. “Enquanto discurso, a imagem não deve ser tratada como “coisa’ concreta, mas como objeto da ordem do imaginário, da antinomia entre visível e invisível e suas implicações ideológicas” (Vargas et al., 2011, p. 48).

A natureza paradoxal do discurso midiático

Ao nos depararmos com imagens do corpo feminino na mídia em geral, como a publicidade ou as redes, fica nítido a produção de poses estudadas, nas quais as imagens técnicas são aperfeiçoadas para se tornarem melhores que os corpos tradicionais. Os *Corpus Alienum*⁸ (Sanches, 2018) produzidos pela mídia e seus aparatos tecnológicos (como os programas de edição de imagens) apresentam várias características: não possuem manchas; são magros; os cabelos são esvoaçantes e brilhantes; são lisos - não possuem dobras ou sinais visíveis de gordura nem quando seus membros (braços, pernas ou barriga) estão curvados. O discurso midiático da boa forma, beleza e vida saudável acaba por determinar o visual que as mulheres devem conquistar.

A pesquisadora e nutricionista Sophie Deram (2014), em sua obra *O peso das dietas: emagrecer de forma sustentável dizendo não às dietas*, argumenta que os critérios de beleza atuais são muito diferentes dos de antigamente, quando um corpo mais cheio (especialmente o da mulher) era sinônimo de beleza, saúde e força, e também um sinal de que a mulher podia ter

⁸ *Corpus Alienum* é a denominação do corpo decorrente da prática discursiva das dietas, boa forma e vida saudável, um corpo estranho, estrangeiro, alheio à realidade. Ele é resultado das investigações e reflexões da minha tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FFCLRP/USP). Não se trata de um conceito finalizado, fechado em si mesmo; quanto mais a pesquisa avança em outras frentes e oferece novas possibilidades investigativas, o conceito vai sendo revisto e modificado; o *Corpus Alienum* está em constante mutação.

uma gravidez e filhos saudáveis. “Agora, a magreza é cada vez mais valorizada”, pontua (Deram, 2014, p. 54), e a “insatisfação permanente e a busca pela perda de peso e pelo corpo perfeito alimentam um negócio de bilhões de dólares no mundo inteiro e, a cada minuto, aparece uma novidade milagrosa para emagrecer ou parecer mais jovem” (2014, p. 57). A imagem midiática responsável por criar, sustentar e propagar um ideal de corpo perfeito tanto para homens quanto para mulheres está inserida em um discurso que não dá margem a outros tipos de corpos. Ao promover e fazer circular dizeres sobre um ideal de corpo impossível de se atingir, a mídia estaria contribuindo para que “sentimentos de inadequação” e “distúrbios de imagem” se tornem cada vez mais frequentes na população, acarretando uma gama de consequências à saúde dos indivíduos, fato que pode ser considerado uma problema de saúde pública (Laus et al., 2013).

A circulação incessante de imagens tecnicamente produzidas pelos diversos aparatos midiáticos não é inócua ao sujeito contemporâneo. As imagens operam discursivamente produzindo modelos identitários, suscitando sentimentos, desejos e motivações, atuando diretamente nos processos de identificação e na construção de subjetividades. Mesmo que nos últimos 50 anos o campo de estudos sobre imagem corporal ampliou-se de forma significativa (Laus et al., 2013), com enfoques teóricos e metodológicos diversos, em sua maioria são pesquisas centradas em aspectos médicos e psicológicos.

As imagens da iconografia dos corpos parecem ser manipuladas digitalmente para obter requintes de magreza e perfeição, extinguindo-se qualquer defeito presente na verdadeira forma física. Nesses termos, o corpo é esticado, os cabelos e a pele ficam mais brilhantes, os dentes são sempre branquíssimos – um corpo supramundano, que não existe na realidade. Essa imagem reverbera sentidos de evidência de um corpo perfeito, delgado, liso, silenciando as imperfeições da realidade (Sousa, Sanches, 2018). A ideologia do corpo perfeito propagada pela mídia produz sentidos naturalizados como únicos possíveis (o padrão feminino de beleza para o sexo feminino, por exemplo, é o da magreza extrema – Laus et al., 2013).

Como dissemos no início do texto, em 19 de novembro de 2019 a atriz Paolla Oliveira, ao gravar uma cena para uma novela trajando maiô, foi duramente criticada pela celulite (nome comumente utilizado para adipose edematosa ou lipodistrofia ginoide, irregularidades naturais da pele que acometem cerca de 95% das mulheres) presente em partes do seu corpo. Dois dias depois, fotos da atriz Scarlett Ingrid Johansson em uma praia também foram alvo de críticas a respeito da sua aparência.

Um usuário comentou que a atriz “estava boa antes, agora ela tem uma barriga de cerveja, [isso] mostra como o feminismo a está destruindo”. Os exemplos anteriores mostram uma inversão imagética em um movimento paradoxal: quando os corpos das celebridades circulam na mídia em poses estudadas e imagens retocadas, o público tende a considerar o fato normal, mesmo tratando-se de uma um padrão de beleza antinatural, gerado artificialmente por programas de computador e transformado em imagens idealizadas de uma perfeição insuperável. Quando as mesmas personagens são expostas em imagens não alteradas, ostentando a autêntica silhueta, o público propende a não aceitar e a repelir a aparência que contém os verdadeiros atributos corporais.

No fim, o início

Com o tempo, qual o efeito que o discurso sobre o corpo feminino, dietas, boa forma, beleza, saúde e felicidade exerce sobre a mulher contemporânea? As narrativas sobre dietas e boa forma acabam por determinar o visual que as mulheres devem conquistar. É um caso de saúde pública. Hoje, o Brasil e os demais países do mundo foram acometidos por epidemias de transtornos alimentares. Mesmo durante a pandemia de COVID-19, é possível observar produtos audiovisuais para manter a forma e até mesmo emagrecer durante o isolamento. A prática de dietas representa um risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares (TA) até 18 vezes maior. Os efeitos das mídias tradicionais (televisão, filmes e revistas impressas) sobre a distorção da imagem corporal e insatisfação com o corpo já são bem conhecidos. Mais recentemente, os estudiosos têm se perguntado se esse mesmo efeito deletério pode ser gerado pelas novas mídias como sites e redes sociais. Nestas redes, como Facebook e Instagram, a aparência física em produtos audiovisuais exercem um papel central no estabelecimento de identidades sociais e construção de subjetividades. Já foi demonstrado que a insatisfação corporal gerada pela mídia aumenta o risco de transtornos alimentares, depressão e baixa autoestima. A *Associação Nacional de Desordens Alimentares* dos Estados Unidos (*National Eating Disorders Association*), em sua homepage, informa sobre a associação entre exposição às mídias sociais e insatisfação com o corpo e ansiedade em relação à aparência física.

Diante desse cenário, é fundamental investigar e compreender os aspectos socioculturais subjacentes aos distúrbios de imagem corporal. Na atualidade, as imagens em constante “circulação”, como bem frisou Soulages (2017), de corpos perfeitamente magros, seriam um dos fatores responsáveis por transtornos como anorexia nervosa e bulimia? As imagens retocadas de corpos perfeitos presentes nas revistas de boa forma e dieta, na publicidade e mídia em geral poderiam ser um dos fatores socioculturais responsável pelo aumento significativo dos transtornos alimentares? Conforme explica o médico psiquiatra Paulo Dalgallarrondo (2008, p. 340), “do ponto de vista psicopatológico, o que é característico da anorexia nervosa é a distorção da imagem corporal”. As reflexões aqui postuladas não pretendem mostrar um estudo pronto, acabado, com análises e resultados, mas iniciar uma discussão sobre a possibilidade do processo de espetacularização midiática dos corpos femininos contribuir para distúrbios de imagem corporal como anorexia e bulimia – ou seja, como a patogenia das imagens pode afetar diretamente a saúde mental de homens e mulheres em busca de um ideal inalcançável de formato corporal. A história do *Corpus Alienum* está apenas começando.

Referências

BENEDETTI, Cláudia Regina; ROMÃO, Lucília Maria Sousa. O corpo como discurso: Um contraponto à noção de informação. In: **XXX Encontro Nacional de Estudantes de Biblioteconomia, Documentação, Ciência da Informação e Gestão da Informação**, 2007. Anais do XXX ENEBD, 2007.

BRANDÃO, Liv. Celulite de Anitta gera debate sobre o corpo real. **Jornal O Globo**. 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/celulite-de-anitta-gera-debate-sobre-corpo-real-22223368>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

CHANGEUX, Jean-Pierre. **O verdadeiro, o belo e o bem: Uma nova abordagem neuronal**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simonetta. A política e o espetáculo em Jair Bolsonaro, João Doria e Nelson Marchezan. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. 15 Nº 2. Julho a Dezembro de 2018 - ISSN 1984-6924.

DALGALLARRONDO, Paulo. **Psicopatologia e semiologia dos transtornos mentais**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

DERAM, Sophie. **O peso das dietas: Emagreça de forma sustentável dizendo não às dietas!** São Paulo: Sensus, 2014.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Quando as imagens tocam o real**. (pp. 204 – 219). Belo Horizonte: Pós. v. 2, n. 4, novembro de 2012. Disponível em: <<https://www.eba.ufmg.br/revistapos/index.php/pos/article/view/60>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

ECO, Umberto (org.). **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

FOXCROFT, Louise. **A tirania das dietas: Dois mil anos de luta contra o peso**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

GERALDO, Nathália. Ela expõe corpo sem retoques na web: "Beleza não tem a ver com pele lisa". **Universa UOL**. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/10/04/ela-expoe-corpo-sem-retoques-na-web-beleza-nao-tem-a-ver-com-pele-lisa.htm>>. Acesso em: 5 out. de 2020.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do discurso e mídia: A (re)produção de identidades. **Revista Comunicação Mídia e Consumo**. (pp. 11-25). São Paulo: v. 4, n. 11, 2007.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Tradução de Enio Paulo Giachini. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

HESSE, Hermann. **O lobo da estepe**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

LAUS, Maria Fernanda (et al.). A influência da imagem corporal no comportamento alimentar. In Sebastião de Sousa Almeida (et al.) (org.). **Psicobiologia do comportamento alimentar**. (pp. 103-118). Rio de Janeiro: Rubio, 2013.

LINDSTROM, Martin. **A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos**. Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letas, 2015.

MININNI, Giuseppe. **Psicologia cultural da mídia**. São Paulo: A Girafa Editora, 2008.

NATIONAL EATING DISORDERS ASSOCIATION (NEDA). **General Statistics**. Página inicial. Disponível em: <<https://www.nationaleatingdisorders.org/general-statistics>>. Acesso em: 10 out. 2020.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: Uma crítica à afirmação do óbvio**. 4ª ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

PERES, Urania Tourinho. Uma ferida a sangrar-lhe a alma. In: FREUD, Sigmund. **Luto e melancolia**. (pp. 101-137). São Paulo: Cosac Naify, 2011.

PERSICHETTI, Simonetta. Dos elfos aos selfies. In: KÜNSCH, Dimas A.; PERSICHETTI, Simonetta (orgs). **Comunicação: Entretenimento e imagem**. São Paulo: Plêiade, 2013.

RUIZ, Marco Antonio Almeida. O avesso da história: Memória e (ciber)feminismo em (dis)curso. In: DARÓZ, Elaine Pereira et al. (Orgs.). **Tramas, linhas e bordados: O feminino em discurso**. Campinas: Pontes Editores, 2020.

SACKS, Oliver. **A mente assombrada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

SANCHES, Rodrigo Daniel. **Corpus Alienum: efeitos do discurso das novas dietas, corpo-projeto e mídia**. 2018. Tese (Doutorado em Psicologia: Processos Culturais e Subjetivação) - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2018.

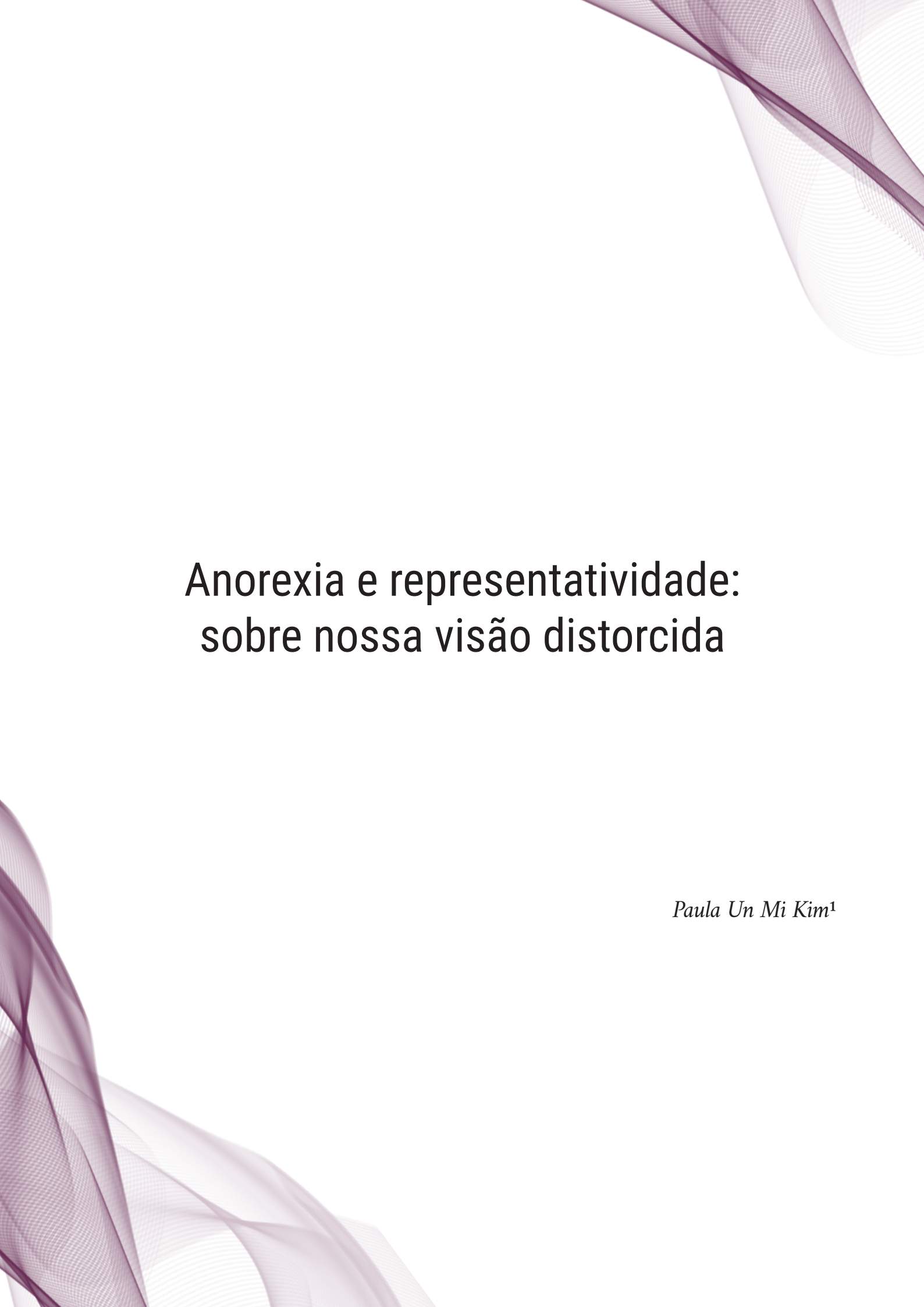
SCHILDER, Paul. **A imagem do corpo: As energias construtivas da psique**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

SOULAGES, François. Entrevista: o filósofo François Soulages e a estética da fotografia na era digital. **Revista Zum**. São Paulo, 2 out. 2017. Entrevista concedida a Bruno Zorzal & Gabriel Menotti. Disponível em: <<https://revistazum.com.br/entrevistas/entrevista-francois-soulages-2/>>. Acesso em: 05 fev. 2020.

SOUSA, Lucília Maria Abrahão; SANCHES, Rodrigo Daniel. O corpo do/no discurso midiático das dietas: Efeitos do novo e da novidade. **Revista Famecos** (Online). Porto Alegre, v. 25, n. 1, janeiro, fevereiro, março e abril de 2018.

VARGAS, Rejane A.; MEDEIROS, Caciane Souza de; BECK, Maurício. Imagens da/na contemporaneidade: Um convite à análise, uma convocação à teoria. **RUA** [online]. no. 17. Volume 2, 2011.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.



Anorexia e representatividade: sobre nossa visão distorcida

Paula Un Mi Kim¹

Tente discutir com qualquer pessoa a diferença entre querer e precisar. Não há consenso. Por exemplo, quando você sabe que não está bem, você quer ou precisa de ajuda? Se você quer, pressupõe-se que, mesmo sem ajuda, você vai conseguir superar as dificuldades sozinha. Quando você precisa, pressupõe-se que você não conseguirá estar bem sem ajuda. No primeiro caso, você poderia e deveria manter sua rotina e deveres acadêmicos e profissionais. No segundo, você precisa de uma licença médica e seus professores, colegas e chefes devem respeitar sua incapacidade de produzir no momento e provavelmente te ajudar a superar as dificuldades. Na prática, a diferença de significado que se dá entre o querer e o precisar resulta em práticas opostas.

Mas quem é que realmente sabe se satisfazer desejos é essencial para que uma pessoa fique plena com a sua própria existência?

Agora, mãe de primeira viagem de bebê pequeno, escuto constantemente opiniões a respeito de como devo “gerenciar” o que é desejo e necessidade desse ser em formação. Ele quer ou ele precisa (des)mamar? Ele quer ou precisa de colo? Ele quer ou precisa de atenção? Ele quer ou precisa de estímulo de outras pessoas? Nós, adultos, gostamos de pensar que quem decide por ele somos nós: mães, pais, avós, pediatras... Mas se ele não sabe que existem esses dois verbos e que eles significam coisas diferentes, e tem apenas uma linguagem para manifestar o que quer: chorar ou reclamar, será que eles são mesmo coisas tão diferentes?

Profissionalmente, como cineasta, me vejo quase que diariamente tendo que decidir o que é objetivo e subjetivo. O que é uma necessidade da cena que estou dirigindo, um elemento imprescindível para a história ser contada, e o que é um enfeite, um “capricho” de diretora, que só aumenta os custos de produção e pode ser retirado da história mantendo a ordem dos acontecimentos. Para quem trabalha com criatividade, *a sensação real* é que a maioria das coisas é necessidade, nada é desejo no sentido de não ser essencial. *A sensação real...*

Quando comecei a desenvolver anorexia nervosa restritiva no fim da infância, decidi “levar a sério” aquela história de que uma criança não precisa de refrigerante, carne, chocolate, sorvete, biscoitos, lanche... Começou assim. Aos poucos, fazendo muito sentido para a minha realidade sensorial na época, concluí que também não precisava brincar, ser entretida, assistir TV,

¹ Cineasta, possui Mestrado em direção de filmes na *Korea National University of Arts*. Coordena o projeto “Sobre Nossa Visão Distorcida” (www.sobrenossavisaodistorcida.com), plataforma transmídia sobre transtornos alimentares direcionada ao público jovem e adolescente.

jogar conversa fora, descansar, dormir, rir, ter relacionamentos, me sentir legal ou querida... Não precisava de fato de nada disso, apenas desejava. E claro, se conseguisse controlar meus desejos, obviamente reprimidos (nunca admitiria para mim que eram desejos meus), estaria sendo mais madura, menos infantil (supérflua). Menos sensação, mais razão. “Penso, logo existo.” E não “desejo, logo existo.” Eu precisava existir. Então, para seguir literalmente a lógica de existência ocidental adulta (masculina) vigente, precisava pensar, e não desejar. Para existir.

Em 1994, para o meu eu de dez anos, definitivamente existir não era desejo. Não entendia que eu tinha um desejo intelectual incontrolável - ou necessidade intelectual incontrolável - de me sentir forte diante de tantas restrições auto impostas. E quando minha menstruação cessou aos 11, sozinha, racionalmente, sem alarde, concluí que eu não tinha planos de engravidar (desejo) naquele momento, e, portanto, menstruar era provavelmente um desejo, e não uma necessidade.

Aprendi isso na minha família, descendente de imigrantes sul-coreanos, que “desejo” é capricho, “coisa de brasileiro”, assim como o messias era para os judeus antes do Novo Testamento. Não era para todos. Porque ninguém da comunidade coreana fazia o que fazia da vida por prazer, tudo ainda era necessidade, subsistência... Uma comunidade jovem, muito sofrida, marginalizada e isolada pelas diferenças físicas, sociais, culturais e linguísticas do resto do “mundo” (aka Brasil, que na minha realidade da época era a infância da classe média branca de escolas privadas). Um povo que só conseguiu ter país recentemente na história contemporânea, que carrega gerações de abuso e violência geopolítica. O normal para nós, imigrantes sul-coreanos e descendentes de imigrantes sul-coreanos, é não estar bem. Estar bem é algum tipo de preguiça, deficiência mental, desengajamento da consciência. O normal é *buscar* incessantemente algum tipo de reconhecimento como nação, como raça, como gênero, como autoridade, como pessoa, como a primeira geração nascida em território ocidental “branco” (classe média brasileira). O indivíduo, na cultura coreana, não existe. Naquela época então, desejar individualidade era pecado. Então, por meio do esforço e da dor a nação acostumou-se em buscar, como comunidade, um controle - numa adaptação superficial e forçada.

Foi assim que veio a anorexia nervosa na minha vida. Como uma busca por um controle desconhecido, junto com a consciência. Vergonha, culpa e autodepreciação alimentadas pelo orgulho proveniente do “sucesso” da dor do sacrifício. Não se trata de sacrifício com resultado, como a maternidade em alguns momentos, mas um sacrifício compensado pelo orgulho de con-

seguir aguentar a dor e a restrição. Alimentado pelo ambiente. Em uma menina desejada menino racialmente e culturalmente “diferente” com nojo e vergonha de si mesma. Ou seja, veio como um vício. Aos dez anos.

Foi embora aos 14. Não vou me alongar nesses quatro anos pois tenho um filme que será lançado em breve que aborda numa narrativa emocionalmente aceitável (com graduação e pós graduação em cinema no Brasil e na Coréia do Sul, ou seja, que contou com o esforço adaptativo em não causar desconforto em nenhum ser vivo animal nem vegetal para criar empatia) desses quatro anos “perdidos” em uma hora e meia com atores e equipe talentosos, o que é muito mais interessante do que qualquer coisa que pudesse ser escrita sobre esse período. A “real” sobre transtornos mentais é assim. Podem dar uma narrativa maravilhosa, mas para o cotidiano de quem tem e quem convive com alguém viciado ou mentalmente transtornado, não existe a vontade de se alongar.

E então, com o fim da anorexia nervosa restritiva, aos quatorze, voltou o meu desejo. Aquilo que eu considerava nos anos de anorexia como sendo fraqueza supérflua de uma menina egoísta e mimada. O meu desejo naquele momento era estudar música, teatro e artes plásticas. Não superficialmente para parecer uma menina bem nascida com dotes, mas para observar o mundo e encontrar o meu olhar. Sair do ambiente escolar (classe média paulistana) e da comunidade imigrante (igreja, família e cursos de fim de semana). Ter uma vida “extra curricular”. Por um bom tempo, eu virei desejo. Tudo o que era desnecessário eu fiz. Bateria, desenho, teatro, desfile de moda, muito lanche da tarde, doces, carne, cinema não americano... Não eram bem desejos no sentido de eu necessitar. Não eram desejos vorazes. Eram claramente, para mim, apenas vontades. O que até então sempre tinha considerado luxo (será que só eu?). Aquela coceirinha. Queria fazer só para checar se coçar ela era tão interessante quanto parecia.

Hoje, com distanciamento, vejo o quanto matar a curiosidade de realizar pequenos desejos (repito: não eram necessidades), “caprichos supérfluos”, definiu o meu presente atual. E por incrível que pareça, não sou considerada uma pessoa nada supérflua pelas pessoas com quem me relaciono. E voltamos àquela questão da relatividade. Não há consenso.

Acredito que há, portanto, sensações reais. Realidades dignas de serem contadas, ouvidas, vistas, respeitadas. Mais tarde descobri que tudo isso já havia sido escrito e definido. Mas nunca havia sido cumprido da maneira bonita que se fala. A equidade está longe de ser alcançada. Saber

disso me tornou menos autodepreciativa. A realidade interna ainda existe, em momentos profissional e socialmente desafiadores. Mas existe um entorno maior, uma abrangência que permite o respeito à relatividade (na maioria das vezes), uma gentileza comigo mesma.

Aos dezessete, entrei na faculdade de audiovisual (cinema, rádio e tv) também por curiosidade. Aos vinte e poucos fiz muitos mochilões solo pelo mundo (perda de tempo!) por desejo. A pós-graduação em cinema em Seul na Coreia do Sul também foi “um capricho”. Sair da casa dos meus pais igualmente não foi por motivos de distância em relação ao trabalho. Não conheço nenhuma mulher nem homem da comunidade coreana em São Paulo que saiu da casa dos pais para morar sozinho/a sem ser uma questão de distância em relação ao trabalho. E olha que não tenho vinte, tenho trinta e sete anos.

Fui, com o passar dos anos, constatando que o que era vontade começou a virar uma necessidade voraz e insubstituível de realizar meus roteiros, dirigir minhas histórias, abrir a minha produtora. Não só isso: teria que ser a detentora dos direitos de contar essas histórias. Estou certa de que isso não era um desejo, era uma necessidade de existir do jeito que fui concebida, de me revelar como me vejo. E os outros, que eram gigantes para aquela menina angustiada de onze anos, passaram a parecer pequenos para as minhas necessidades de cineasta de trinta e poucos.

Parece dramático, mas sei que fazer filmes é uma necessidade para mim pois defini toda a minha realidade adulta em função de dirigir meu primeiro filme. Passei por dificuldades para conseguir produzir e dirigir minha primeira obra. Nos anos de captação de recursos, usava um chuveiro de menos de cinquenta reais, trocava o ônibus por às vezes uma horinha, uma horinha e meia caminhando, não tinha internet nem máquina de lavar roupa, já dormi em carro sem aquecimento no inverno na Coreia do Sul para pagar o dormitório da equipe, já trabalhei dopada de corticoides por estar doente... Tudo isso com pós-graduação no exterior, família classe média, colegas e amigos em altos cargos públicos e privados... Nunca me senti privada de nada nesse período, apenas vivia com o que tinha para continuar investindo no desenvolvimento e produção do meu filme. Trabalhei de domingo a domingo, restringi relações e contatos sociais (por falta de tempo e de dinheiro para sair. Andava com pedaços de pão e ovos cozidos na bolsa em caso de fome), adaptei minha vida financeira e pessoal em função de realizar a minha história. E fiquei doente inúmeras vezes no processo quando concretizar este sonho (necessidade ou desejo?) pareceu inatingível ou a possibilidade foi colocada em cheque. Mas nunca me senti desprivilegia-

da no sentido de ter meus desejos (necessidades?) reprimidos. Nunca fiquei psicologicamente doente ou me senti roubada de mim mesma, como uma vítima das circunstâncias, como me sentia nos anos de anorexia nervosa.

Nesse caminho longo mas com final feliz (fiz o filme), veio o Sobre Nossa Visão Distorcida (www.sobrenossavisaodistorcida.com), ou SNVD. Meu primeiro longa narra a realidade de uma adolescente que desenvolve anorexia nervosa. Assim que terminei de redigir o roteiro, em 2010, sem nunca ter conhecido até então nenhuma outra pessoa que tivesse tido anorexia nervosa, comecei a captar relatos de jovens meninas com transtornos alimentares, pensando em quem e como seria a atriz principal. Após desenvolver um roteiro ficcional que apresentava a minha “pseudo” identidade anoréxica como pré-adolescente percebi que aquela existência e identidade não eram mais minhas. Eu já me identificava muito mais como cineasta e roteirista do que como uma ex-anoréxica. E o roteiro também foi vontade, nada de necessidade de escrever sobre o assunto. Aconteceu de ser o projeto, entre muitos outros que tenho na manga, que vingou primeiro na minha vida profissional (consegui recursos para produzir primeiro).

Para o SNVD, me apresentei às entrevistadas como cineasta em pesquisa querendo dirigir esse documentário, o “Sobre Nossa Visão Distorcida”. E nesse processo, ouvindo os relatos e conhecendo as meninas, entendi que não era meu direito nem vontade expô-las como entrevistadas de uma obra “dirigida por mim”. Por meio delas (dez anos mais jovens do que eu) descobri a internet como meio influenciador de psiques e criei o projeto transmídia “Sobre Nossa Visão Distorcida” em 2015. Passei a não dirigir, mas a coordenar um blog que abriga textos e desenhos que revelam a realidade mental dessas pessoas que conheci tardiamente, mas com quem tanto me identifiquei e senti empatia. Talvez foram as pessoas com quem mais havia me identificado até então, mesmo sendo bem mais novas que eu. Provavelmente porque sentia que ninguém falava “a real” sobre a anorexia nervosa, e, depois descobri, sobre os transtornos alimentares no geral. Se sabia o que era, se diagnosticava. Mas não se humanizava a pessoa. Quando doente, ninguém me humanizou. Ninguém pensou: qual a realidade dessa menina, o que ela quer, o que ela vive, *como ela é*.

Me pareceu que em meu amadurecimento emocional e psicológico, faltou essa conversa franca sobre esse período duro da minha formação com pessoas que passaram pela mesma experiência que eu para seguir em frente e fazer as minhas coisas. Sem exposição de interfaces desnecessárias, o “Sobre Nossa Visão Distorcida” vingou no mundo dos transtornos alimentares.

Atribuo isso ao fato de acreditar que as pessoas que sentem são as que existem dentro de nós. Por isso sou cineasta. Por isso sou o que sou. E por isso que vivi o que vivi, no lugar e espaço em que vivi. Tenho desejos e necessidades que talvez não sejam os da maioria das pessoas como eu. E isso é “estranho”. Sendo assim, não é aceito nem respeitado. Simplesmente não existe. Assim como eu não queria existir. Não queria ser eu, queria ser outra pessoa com outros desejos e necessidades, queria ser como “a maioria”. Classe média, branca, que viaja nas férias, não trabalha... A protagonista da TV (Globo, na época). Não queria ser a oriental submissa ridícula figurante que falava português errado, sem sentimentos e não digna de conflitos de uma pessoa real. Eu não era ela, óbvio, mas as pessoas queriam que eu fosse, era ela que viam em mim, sem espaço de de fato me verem. Essa repressão de não poder ser algo que não supre as expectativas (ignorantes) que contava na minha infância e pré-adolescência, como minoria, em uma família de imigrantes trabalhadores alheios à minha vivência.

Essa questão das redes e da identificação com o outro é uma descoberta incessante na vida. A questão importante de como as pessoas nos vêem, nos tratam, nos consideram é definidora na equidade social e no destino individual de um ser humano. Com o passar dos anos, fui percebendo em mim o que já era constatado por aqueles à minha volta. Fui me percebendo amarela, mulher, jovem (e depois, sempre com atraso, mais “amadurecida”), criativa... E a cada nova percepção, fui me inserindo em novas redes e comunidades, me identificando e empatizando com pessoas e grupos. A experiência me proporcionou a percepção de que eu sou uma minoria em todos os meus meios, o que justifica MUITO meu isolamento no decorrer de toda a minha vida e de algumas formas justifica e cura meus “transtornos”, que são de fato as minhas dificuldades reais de existir no mundo, minha expectativa distorcida que faz(ia) eu ter uma “visão distorcida” de mim mesma.

Eu realmente acredito que a libertação da percepção sensorial, de nossas realidades emocionais, o tal do “botar para fora” (se sentir no direito de) cura as nossas anorexias nervosas restritivas. Por mais difícil que a vida continue sendo.

O que eu acho que causa a anorexia e muitos outros transtornos, simplificando (se é que é possível) é ser uma pessoa com determinadas sensibilidades e, numa vida continuamente psiquicamente estressante (mais do que o mero *stress* da vida contemporânea) se ver frente a uma dificuldade impossível de enfrentar individualmente. Não ter acesso às tais redes. Não ter

acesso à informações e estatísticas honestas. Não ter direito à representatividade.

E assim, chego em uma experiência mais recente e intensa que tive a oportunidade de experimentar com o meu corpo. Esse corpo parceiro dessa psique por tanto tempo considerada “não feminina” (mas “histórica”), desobediente, não dócil, com ambições “masculinas” e “não orientais” (ser cineasta?), apesar de toda a minha biologia e interface comprovarem por si mesmas, não fosse o estereótipo, que sou mulher, amarela.

Sim, pois por razões que não cabem a nós, pessoas fora do estereótipo, de acordo com estudo sobre diversidade da Ancine (Agência Nacional do Cinema), em 2016, 97,2% dos longas lançados foram dirigidos por pessoas brancas (75,4% por homens brancos e 21,8% por mulheres brancas), sendo 97,9% em ficção e 95,5% em documentário. Curiosamente, as mulheres brancas são maioria na função de produção executiva, com 36,9%. Dos filmes lançados neste mesmo ano, três tiveram roteiristas negros na equipe (a Ancine nem citou os amarelos e indígenas, pois eles não existiram). A Ancine enfatiza na pesquisa que nenhuma obra foi dirigida por mulher negra, o que é uma informação de fato importantíssima num país que se desenvolveu em cima do trabalho escravo de negros e indígenas, mas não apresenta a ausência de indígenas e de amarelos, o que sugere que essas populações não existem, ou não têm o direito de serem consideradas ausentes. No país com a maior comunidade japonesa fora do Japão, representatividade asiática *não existe e não é esperada*.

A misoginia, o racismo e a desigualdade social em que estamos inseridas sugerem que para certos grupos - como as mulheres minorias - existir é desejo. Para todas as mulheres (até as brancas), licença maternidade, amamentar em público, parir sem cesárea... É desejo. Hoje, não é necessário para a mulher exercer funções do corpo feminino. Essa é a racionalidade em que vivemos hoje, no século XXI. Coincidentemente, as mulheres têm uma crise com a sua feminilidade, que acreditam que deve ser alcançada com esforço físico, sacrifício psíquico e plásticas.

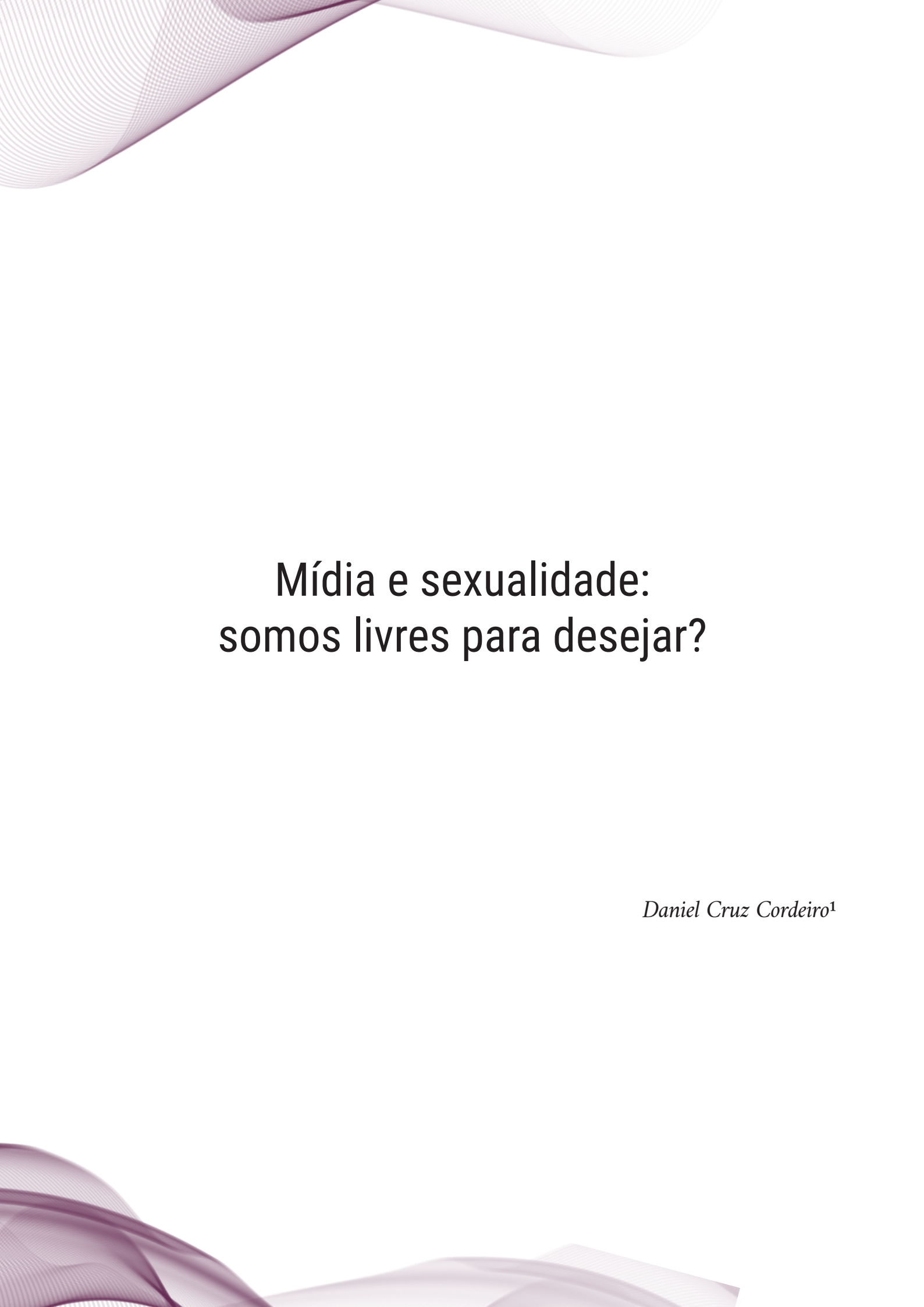
O Corpo. Voltando à questão da anorexia nervosa restritiva que tive no fim da infância, o estranhamento com o “feminino” (branco) e a falta de identificação. Esse corpo que nunca funcionou para amenizar a minha experiência no espaço em que vivo... Nós, mulheres, temos no corpo feminino algo muito poderoso. E o que assusta a todos é que esse corpo funciona, apesar de dizerem que não funciona. Dizem que ele não está magro, sensual, obediente, “feminino”. Mas

independente da representatividade ou não ele funciona, se deixarmos e tivermos disponível a tal das redes.

Recentemente tive meu primeiro filho. Quando me vi grávida, tinha para mim, assim como muitas mulheres, que queria ter parto normal. Estudei, li sobre o assunto, busquei as pessoas certas para tentar entender porque ao meu redor a maioria das mulheres dizia que seus corpos não funcionavam para o parto: “*não tive dilatação*”, “*não tenho espaço para o bebê passar*”, “*a bolsa (não) estourou*”, “*não entrei em trabalho de parto*”. E me deparei com as histórias que me soaram familiar de corpos e psiques não femininas o suficiente para funcionar. Me soaram familiar pois pesquisando a fundo, entendi que até na obstetrícia, o corpo feminino é comercializado, é um ótimo negócio criar incapacidades. Por isso, mais segura (e acredito que ter superado a anorexia nervosa de fato foi um dos fatores mais fortes que me fizeram realmente questionar os questionamentos em relação a capacidades e potencialidades do meu corpo e do corpo do meu filho), com um parceiro seguro, vivenciamos uma experiência intensa, saudável e animalasca (feminina?!), de um parto natural domiciliar. Uma experiência cuja energia me alimenta quase que diariamente, colocando em cheque tudo o que havia aprendido antes do que era um corpo e uma psique “femininas”. E ficou claro, muito claro, que eu fui, sou e sempre serei mulher nessa vida. Magra ou gorda, fina ou grossa, dócil ou violenta, pacífica ou agressiva, todas as mulheres são femininas.

Então volta a questão: parto natural por desejo ou necessidade? Hoje em dia, existe mesmo necessidade de um parto natural? (em vez de existir a necessidade por uma cesárea?). E voltamos a tal da relativização. Então me questiono: o relativo é relativo mesmo? Ou o desejo é uma necessidade? E a necessidade talvez não seja o seu (ou o meu) desejo. Hoje, como cineasta, prefiro ficar com a pergunta: o que *te representa*?





Mídia e sexualidade: somos livres para desejar?

Daniel Cruz Cordeiro¹

Cada vez mais questionamentos relacionados à vida e prática sexual surgem em especial em ambientes voltados ao tratamento destes tipos de demanda. A impressão é que anteriormente estas não aconteciam com a frequência ou intensidade vistos nos dias de hoje. Pessoas com diversas queixas a respeito de seus desejos: a adolescente que quer ganhar no aniversário de 15 anos implantes de silicone para os seios; o jovem que perdeu desejo pela namorada ao perceber que ela tinha pelos; a mãe que descobriu que seu filho de 11 anos tem usado seu vibrador; o idoso que se sente coagido pela esposa a tomar remédio para disfunção erétil; ou o casal frustrado que acredita que sua frequência de relações sexuais esteja “abaixo da média”. Estamos mais livres para buscar respostas (e soluções) ou estamos mais presos a regras impostas pelos dias de hoje? Meninas de 15 anos precisam de silicone? Qual a frequência ideal de sexo para um casal maduro? E para o casal idoso? Mulheres para serem atraentes devem estar depiladas (e como isso funciona para corpos masculinos nesse novo tipo de estética)? Até onde é considerada sadia a curiosidade sobre sexo de um menino de 11 anos? Estas questões estariam sendo impostas pela mídia e sua enorme quantidade de regras explícitas e outras nem tanto a respeito do que é normal em termos de sexo no século XXI? O quão fortemente nossos desejos e fantasias são influenciados pelo que nos é imposto através dos meios de comunicação?

A sexualidade humana constitui um importante aspecto de nossa personalidade que vai muito além de questões biológicas ou comportamentos ligados ao ato sexual. Caracterizando quem somos e como nos posicionamos perante outras pessoas, desde a forma de falar, de nos vestir até por quem sentimos atração erótica, afetiva e emocional e como expressamos essa atração¹ (Zacharias, 2017), estando tudo isso permeado pelas transformações culturais, religiosas, políticas, biológicas e sociais que ocorrem em nosso cotidiano.

A sexualidade de hoje é fruto da soma de diversas leis, regras religiosas, valores sociais e mudanças tecnológicas ocorridas ao longo da história da humanidade. Mesmo nos dias de hoje somos constantemente assombrados por ideias que nem mesmo sabemos quando ou de onde surgiram, mas que para muitos continuam de forma quase inconsciente servindo como norteador de comportamentos na área da sexualidade. Na Grécia Antiga as mulheres ocupam papel inferior ao do homem. Elas podiam ter três possibilidades de papel na sociedade: esposas, hetairas (seriam cortesãs de alto nível) e prostitutas. Para as esposas a satisfação sexual não era

¹ Médico Psiquiatra. Especialista em Psiquiatria pela Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP). Mestre em Psiquiatria pela Universidade de Londres (*King's College*).

uma prioridade no sexo. A monogamia no casamento era apenas para as esposas, aos homens era concedido o direito de ter relacionamentos com rapazes (o que era valorizado), concubinas e prostitutas. Entre as classes privilegiadas da Roma antiga os casamentos eram forma de selar alianças econômicas, políticas e uma forma de gerar herdeiros legítimos. A mulher estava sexualmente a serviço do homem. O homem poderia ter relações sexuais com seus escravos, mulheres ou homens (mas não deveriam ser penetrados por estes, isto era mal visto, ser o ativo era ser considerado másculo) (Carelli, 2017).

Pensamentos como: “a mulher deve casar virgem”, “a homossexualidade é abominável”; “mulheres adúlteras devem ser castigadas”, “durante a menstruação não se deve fazer sexo” ou “a masturbação é um pecado” até poucas décadas eram regras vigentes que moldavam o comportamento de grande parte das pessoas na sociedade brasileira. Apesar de muitos destes pensamentos ainda resistirem nos dias de hoje (postos em prática ou não), são estes baseados em ideias tão antigas quanto o próprio judaísmo, de onde estes surgiram séculos antes de Cristo. Muitas destas crenças sofreram modificações ao passar do tempo. Mudanças que vêm ocorrendo ao longo da história da humanidade, passando pela idade média, idade moderna e contemporânea, porém como se é de imaginar muitas destas questões sexuais permaneceram quase que intocadas por todos estes séculos (Carelli, 2017).

Nenhum século gerou tantas mudanças em temas relacionados a sexualidade quanto o século XX. Foi um século de radicais modificações em todos os setores, das ciências naturais à tecnologia, dos direitos humanos a vestimenta. No meio de tantas novidades o amor e o sexo também sofreram alterações em suas formas de expressar e de serem vivenciados. As pessoas passaram a se casar por amor (ou pelo menos o casamento não mais seria por combinações familiares ou outros interesses). Foram descobertas curas para uma série de doenças que eram transmitidas através do ato sexual como a sífilis e a gonorreia, gerando menos temores quanto a prática do sexo. Após séculos a sexualidade (e com ela as normas de como vivenciá-la) perdeu a exclusividade de ser um tema tratado apenas por religiosos e também passa a ser assunto científico com os estudos de Freud ou posteriormente Kinsey. O cinema passou a ter um importante papel na divulgação de comportamentos assim como de escondê-los como fez a Hollywood das décadas de 1930 e 1940 ao reprimir temas como prostituição, homossexualidade ou divórcio. Na segunda guerra mundial, homens foram enviados para os campos de batalha,

gerando uma redução da mão de obra. Mulheres foram convocadas a irem para as fábricas substituindo os operários. No pós guerra ficou nítido para estas trabalhadoras que a luta por direitos iguais entre homens e mulheres estava apenas começando. Nos anos de 1960 a pílula anticoncepcional introduziu de forma inequívoca o conceito de que o sexo poderia ser para obtenção de prazer e não apenas vinculado a procriação. A contracultura dos anos 1960 e 1970 trouxe indagações a sociedade e mudanças comportamentais questionando todas as regras até então impostas à sociedade ocidental, com isso movimentos como o feminismo e o por igualdade de direitos da população homossexual e outras minorias. O divórcio passou a ser uma prática mais aceitável e a exploração da nudez algo mais comum nos meios de comunicação. Nos anos 1980, com o surgimento a AIDS, um novo fantasma na liberdade das práticas sexuais se instala e com ele novas mudanças sociais e preconceitos são inseridos nas populações. O final do século é marcado pela busca do prazer sexual com mais liberdade, tanto para discutir o tema nos meios de comunicação de forma mais aberta (como ocorreu na premiada série de TV americana *Sex in The City*) quanto pelo aumento da oferta de possibilidades nessa busca do prazer: como sex shops, casas de swing, saunas, sites de encontros entre tantas outras possibilidades (Carelli, 2017).

O século XXI se inicia com desafios deixados pelas experiências anteriores, somos uma sociedade cujas sexualidades são resultado do confronto de todas as mudanças ocorridas nas últimas décadas em confronto com seculares conceitos e dogmas. Vivemos uma época de intensa propagação acerca da perfeição tanto física quanto na performance sexual (Carelli, 2017). As cirurgias plásticas prometem corpos esculpidos e não ficam apenas nas barrigas, glúteos ou seios, os novos procedimentos cirúrgicos prometem inclusive genitálias mais “perfeitas” através da cirurgia genital estética feminina, englobando uma série de procedimentos como labioplastia, perineoplastia, himenoplastia, entre outros (Goodman, 2009). Apesar destas cirurgias estéticas íntimas apresentarem diferentes finalidades, em um estudo realizado com médicos, metade destes acredita que a principal razão da realização destas seja por questões puramente estéticas (Lowenstein et al., 2014).

Na contramão de décadas de busca e lutas por maior liberdade para expressão da sexualidade, pessoas no século XXI passam a sentir-se aprisionadas a padrões cada vez mais estereotipados de ser e agir. Conceitos passam a ser discutidos com maior frequência como *Masculinidade Tóxica*, e seu impacto na qualidade de vida dos homens e mesmo como fator preci-

pitador de morte entre estes; *Cultura do Estupro*, que vem obrigando uma constante discussão sobre a necessidade de uma desconstrução dos papéis de homens e mulheres na sociedade (Sousa, 2017); ou *Empoderamento Feminino*, cujo papel tem sido o de apresentar estratégias para uma construção coletiva desta nova mulher para este século (Marinho; Gonçalves, 2016), ao mesmo tempo que mundialmente adolescentes andróginos cultuam o *K-pop* (música pop coreana geralmente representada por grupos vocais com vários integrantes). Nos grupos masculinos é apresentada uma masculinidade mais flexível com corpos e rostos delicados e maquiados, como uma forma de negação a masculinidade branca normativa, expondo papéis de gênero e sexualidades alternativas em espaço público e horário nobre (Oh, 2015).

O papel da mídia em nossas vidas (e em nossas sexualidades)

O comportamento humano é um construto social, aprendemos a ser e agir de acordo com o nosso meio. Da mesma forma acredita-se que os comportamentos relacionados à sexualidade humana também são resultado de um constante processo de aprendizado. Desta forma a mídia possui um importante papel como veículo de informação, apresentando o mundo que nos rodeia, promovendo e difundindo ideias de valor, moldando nossos comportamentos e escolhas, de acordo com interesses econômicos, políticos, sociais, entre tantos outros. Os programas de televisão, os filmes, a música, os vídeos musicais, os videogames, a pornografia em suas diversas formas e as redes sociais têm apresentado constantes retratações da sexualidade humana (ou caricaturas), gerando o reforço de normas a respeito de uma sexualidade glorificada em comportamentos de risco em detrimento de uma sexualidade discutida e tornada mais responsável (Cavalheiro; Gomes; Zemkiewicz, 2017).

Todo material presente nas mídias acima descritas, com suas ideias, conceitos e posturas relativas às questões de gênero e sexualidade está sendo mais facilmente e constantemente acessado por crianças e jovens devido a uma revolução que vem acontecendo nos últimos anos com o aumento do contato com as novas tecnologias da comunicação e da informação, incluindo aí aparelhos acessíveis e de grande portabilidade como *smartphones*, *tablets* e computadores (Fiorini; Ribeiro; Desidério, 2018). No Brasil, 24 milhões de jovens entre 9 e 17 anos são usuários de

internet, isto corresponde a 86% desta população que consome filmes, séries, programas de TV, assistem vídeos, ouvem música, jogam, acessam as redes sociais. O aparelho de telefone celular é a principal forma de acessar a internet, correspondendo a 93%. Este consumo pode estar relacionado ao surgimento de novos padrões comportamentais em crianças. Sabe-se que estas em especial são grandes consumidoras de diversas mídias e que são fortemente manipuláveis por estes meios de comunicação. O conteúdo do que é consumido pelas crianças parece estar produzindo comportamentos que não deveriam fazer parte do desenvolvimento e amadurecimento, o resultando em um processo de erotização e adultização infantil (Jomba, Schlosser, Demarco, 2019).

Renata Barros et al. (2014) realizou estudo relacionando o marketing de roupas infantis com a presença de oferta de roupas estimulando às crianças a utilizarem peças do vestuário adulto (incluindo por exemplo um sutiã infantil), a reprodução de peças de coleções para adultos em tamanho para crianças com peças percebidas como sensuais e que colocaria corpos infantis expostos num contexto reprovável. O estudo questiona o papel social de tal marketing influenciando o processo de adultização infantil.

O conteúdo midiático vem ao longo dos anos mantendo uma visão no que se refere as questões de gênero, por vezes fazendo algumas modificações para se adequar às expectativas de determinados grupos. Em inúmeras situações a mídia apresenta conteúdos que normatizam conceitos: o que é família, o que é de homem, o que é de mulher, o que é de menino ou de menina, como devem ser os relacionamentos como os namoros ou os casamentos. Em última instância, produzindo conceitos daquilo que é entendido como normal e aceitável ou anormal e inaceitável. Produzindo padronizações e estereótipos principalmente em contextos onde não ocorram discussões críticas a cerca deste conteúdo (Fiorini; Ribeiro; Desidério, 2018).

Durante séculos a sexualidade foi regida por regras religiosas e interesses sociais ou políticos, atualmente a mídia tem tomado esse papel de reger nossas formas de agir e pensar, direcionando nossos ideais de corpos, de prazer, de como sentir e como fazer. Somos constantemente abordados por normas que repetidamente emergem enquanto assistimos um filme, ou um comercial durante o intervalo; quando acessamos uma rede social ou ouvimos uma música no rádio. Por vezes temos ideias pré-concebidas, preconceitos que nem ao menos sabemos de onde ou como se originaram e repetimos padrões de comportamento e atitudes.

A seguir alguns exemplos e logo abaixo o de trecho de um estudo que tenta explicar como a mídia pode estar manipulando tais questões.

“Homens atraentes precisam ser musculosos”

Um estudo sobre o impacto de uma revista masculina sobre a percepção corpórea: “...a revista investe fortemente na ideia de um corpo musculoso que proporcionará ganhos sociais, sexuais e profissionais aos sujeitos, nem sempre atrelado às questões de saúde” (Ribeiro, 2011).

“Travestis são pessoas perigosas”

Sobre como travestis são constantemente apresentadas em programas de TV: “...sobretudo no jornalismo policial que as vidas dessas travestis são retratadas frequentemente criminalizadas e passíveis de julgamento e escárnio público”. “O discurso midiático, portanto, produz o assujeitamento, mas também o reflete, na medida em que também é reprodutor das relações sociais vigentes e hegemônicas que creditam às travestis a possibilidade de serem perigosas ou de serem objeto da violência” (Klein et al., 2016).

“Depilação genital é uma regra de boa higiene”

O quanto nas últimas décadas pelos pubianos se tornou um assunto tabu entre as mulheres (atualmente também uma preocupação masculina); “...o pelo corporal é tipicamente um marcador de fronteiras significativas: entre humano-animal, macho-fêmea e adulto-criança...O novo ideal de beleza requer técnicas de controle, manipulação e autoaperfeiçoamento... Enquanto o corpo sem pelos conota feminilidade aperfeiçoada, ele simultaneamente trai o medo da sexualidade feminina adulta. O corpo sem pelos pode ser perfeito para a imagem, mas sua ênfase na beleza visual corre o risco de negar a carnalidade da vida vivida. A tendência de estar sem pelos dos ideais de beleza atuais afirma que o corpo do século XXI é um trabalho em andamento...” (Smelik, 2015).

“Mulheres atraentes são como as ‘mulheres frutas’ dos programas de TV”

Um estudo sobre como é apresentado o ideal de corpo feminino: “...os corpos das mulheres são curvilíneos, de cintura fina, quadris largos, coxas grossas e sem flacidez, seios de silicone e cirurgias estéticas de lipoaspiração ou lipoescultura (quase todas dançarinas já fizeram). Corpos

estes que, são fabricados, construídos em horas de esforços, malhações e “puxadas de peso” nas academias de ginástica. Esse padrão de beleza das dançarinas do funk faz parte de uma “ordem disciplinadora dos corpos...” (José, 2009).

“Agora todo mundo pode ter a vida sexual de um jovem”

Sobre o impacto dos remédios para impotência na saúde física e mental dos homens: “... encontramos nas reportagens a pressão por um desempenho da virilidade a qualquer custo. Não importa o alto preço das pílulas, o risco de vida para os que sofrem de problemas de pressão e do coração e menos ainda a tentação de uma overdose. A honra e a manutenção de sua virilidade sobrepassam todos os riscos, que inclusive se incluem no rol das suas vicissitudes. Evoca-se com muita naturalidade a sexualidade masculina como naturalmente excessiva; a disposição para o sexo estaria compondo uma essência do ser homem, mesmo que o corpo não respondesse a tal intento...” (Brigeiro; Maksud, 2009).

“Gays são sexualmente promíscuos”

Um estudo demonstra como esta população é representada na televisão: “...no estudo personagens gays compõem cerca de 7,5% de todos os personagens estudados. Os gays na televisão eram mais propensos a serem exibidos em situações sexuais do que personagens heterossexuais...” “... personagens gays eram mais propensos a serem retratados como sexualmente ativos...” (Netzley, 2010).

“Azul é de menino, rosa é de menina”

Sobre o quanto as propagandas podem fazer manutenção de questões de gênero: “...as propagandas reforçavam os estereótipos entre meninos e meninas (por exemplo roupas claras eram usadas por meninas e roupas escuras por meninos). Os comerciais eram feitos separadamente para meninas ou para meninos, não existindo um grupo misto, e neles contidas ideias a respeito do que seria do universo feminino ou masculino. Por exemplo: num dos comerciais com meninas a apresentação da ideia do ballet, as meninas expressando docilidade e ternura com suas bonecas e para os meninos a ideia de competitividade e raciocínio com os brinquedos utilizados por eles...” (Ward et al., 2016).

Quando o tema é mídia e comportamento social, a questão sempre recai sobre o ditado o “ovo ou a galinha”, não sabemos ao certo o quanto o cotidiano é retratado na mídia e o quanto essa mídia recria este cotidiano a partir de uma série de interesses que vão da venda de medicamentos para impotência pela indústria farmacêutica inserida em uma cena de filme; na manutenção da visão de minorias por um autor de novela homofóbico; na escolha de dançarinas para o programa de auditório que venderá ao público estes corpos como ideais de beleza ou mesmo na letra da música que gera apologia ao consumo de bebidas alcoólicas (agradando a outra indústria) e declama que sexo descompromissado é muito mais divertido.

Um dos focos dos estudos sobre o conteúdo midiático na sexualidade se atenta a possibilidade de produção de riscos à saúde física ou mental de adolescentes como, por exemplo: iniciação sexual precoce, frequência de sexo casual, número de parceiros sexuais, gravidez e ocorrências de infecções sexualmente transmissíveis (IST) (Ward et al., 2016). Isso torna-se ainda mais preocupante ao saber que nos últimos anos houve um crescente aumento de conteúdo sexual, incluindo a violência sexual (Cavalheiro; Gomes; Zemkiewicz, 2017).

A masculinidade e feminilidade estão sob elementos reguladores gerando hegemonia nos papéis do homem e da mulher e abominando outros papéis discursivos. As mulheres vêm sendo mantidas como pessoas sedutoras que conseguem conciliar diversos aspectos de sua vida sem perder a feminilidade, com alegria, confiança no futuro e se sujeitando a processos de modelagem de contornos e heterossexualidade como regra. Muitos dos aspectos que constituem este papel do feminino ainda estariam vinculados a representações de um ser que necessita de conhecimento e que é basicamente inferior e sensual. Homens seriam representados maciçamente com o papel do forte e dominante. Gays e lésbicas são exorcizados em programas religiosos de televisão (Cavalheiro; Gomes; Zemkiewicz, 2017). No Brasil, a mídia reforça a homofobia negando a representatividade LGBT ao apresentar ao grande público questões superficiais ou mesmo caricatas relacionadas a este segmento (Amaral; Mourão, 2016).

Estudos realizados na Inglaterra entre os anos de 2000 e 2015 mostram que conteúdos sexuais estão presentes em 85% dos filmes mais populares e 82% dos programas de TV, 59% dos videocliques e 37% das letras músicas. O conteúdo sexual inclui diferentes temas como infidelidade, representação de um desejo, paixão ou atração sexual até mesmo a objetificação. Não existe uma uniformização destas apresentações, podendo ocorrer através de atos e comportamentos ou no

conteúdo de uma conversa, de forma explícita ou apenas sugerida; num contexto bem humorado ou num clima de seriedade. Como características mais prevalentes: conversas com conteúdo sexual, imagens sexuais em vídeos de música (com especial objetificação sexual, auto toque e dança sexual). Quanto ao gênero os homens são apresentados buscando ativamente relações sexuais, objetificando mulheres e priorizando a atividade sexual aos sentimentos; já as mulheres são sexualmente passivas, usam seus atributos físicos e sedução para atrair os homens e priorizam a emoção sobre o sexo. As mulheres são apresentadas de forma mais sexual que os homens (Ward et al., 2016).

Em jogos de videogame isso não é diferente: as mulheres são apresentadas com aparência mais sexualizada, em roupas mais reveladoras e mais justas que as usadas pelos personagens masculinos. Quando comparados em termos de roupas 70%, dos personagens masculinos surgem com vestimentas soltas, não justas ao corpo, para as personagens femininas este percentual cai para 25%. Mulheres em jogos são mais comumente sub-representadas (Amaral; Mourão, 2016). Por outro lado, responsabilidades e riscos relacionados a estes comportamentos sexuais possuem conteúdos mínimos comparadas as demais apresentações (Ward et al., 2016).

Entre as possíveis consequências à exposição a estes conteúdos temos mais comumente: aumento do relato de intenções de fazer sexo; atitudes de experimentações sexuais sem comprometimento emocional; crenças sexuais contraditórias; maior estimativa do comportamento sexual dos pares; maior apoio aos papéis sexuais relacionados ao gênero. Exposição mais intensa ao conteúdo sexual prevê atividade sexual mais precoce ou mais intensa um ano após essa exposição (Ward et al., 2016).

Com a era tecnológica a internet permitiu o acesso fácil e rápido a uma infinidade de materiais pornográficos e com conteúdo sexualmente explícito. Este material tornou-se tão poderoso que revistas que fizeram história e sucesso por décadas faliram ou finalizaram seus trabalhos como aconteceu com a revista Playboy em 2013. O impacto desta exposição tem sido visto entre adolescentes e adultos que vêm apresentando atitudes sexuais mais permissivas, maior aceitação de sexo extraconjugal; comportamentos ligados aos gêneros ocorrendo de formas mais específicas; além de uma chance maior de comportamentos envolvendo assédio, agressão e coerção sexual. O efeito do consumo de pornografia entre adultos parece ter também papel importante no atraso da experimentação do coito, participação em atividades sexuais mais espe-

cíficas, sexo casual, maior número de parceiros sexuais, além disto o uso de preservativo não está consistentemente ligado ao consumo de pornografia nesta faixa etária (Ward et al., 2016).

Existem duas teorias em especial que vêm tentando determinar se a exposição a conteúdo sexual pelas diferentes mídias gera mudanças de expectativas, crenças e comportamentos. A *Teoria do Cultivo* acredita que a televisão é um instrumento socializador ao levar ao público uma visão generalista e universal de valores e de mundo, e que nossa percepção de realidade é cultivada pelo volume de televisão consumida (outras mídias também passaram a ser estudadas utilizando esta teoria). Na *Teoria da Aprendizagem Social* acredita-se que modelos de mídia atraentes e relevantes podem moldar comportamentos e normas que seriam socialmente mais aceitos e reforçados positivamente (Ward et al., 2016).

Uma das consequências mais estudadas da ação da mídia sobre a sexualidade é se esta exposição resultaria em um aumento de experiências sexuais casuais. As pesquisas sugerem que maiores quantidades de exposição à mídia estão associadas a uma tendência crescente de manter atitudes positivas em relação a experimentações sexuais sem comprometimento emocional. Parece haver uma relação acerca da veracidade do que é apresentado, maior quanto maior o realismo do programa apresentado maior o impacto no público. Reality shows, por exemplo, teriam maior influência sobre experiências sexuais sem comprometimento afetivo (Ward et al., 2016). Sobre tal modalidade de entretenimento acredita-se que tais programas mobilizem aspectos psíquicos primitivos relacionados ao narcisismo, trazendo ao público representações sobre o culto a imagem, a superficialidade, o quão fugaz podem ser as experiências, desvalorizando a história e por fim revelando a morte do sujeito.

Pornografia e os efeitos a sua exposição

A pornografia é uma modalidade de mídia em que há o intuito de produzir material para criar ou aumentar a excitação sexual através da exposição explícita de genitália e/ou de ato sexual. O Brasil é um dos maiores consumidores do mercado de pornografia do mundo. Nos últimos anos evoluiu das revistas e vídeos pornôis para os atuais sites que oferecem este tipo de produto devido ao crescente aumento ao acesso da internet. A pornografia tem sido considerada uma fonte de informação e de valores para muito jovens, e seu consumo tem impacto no comporta-

mento desta população (D'Abreu, 2013). Apesar de ser consumida como uma representação da realidade, a pornografia apresenta ideias a respeito de uma hipersexualidade, de um super sexo, com performances vigorosas e desempenhos atléticos, além da apresentação de uma estética perfeita, com corpos trabalhados em academias (e centros cirúrgicos), além de pênis com dimensões bem acima da média populacional, produzindo fartas ejaculações. Na pornografia o sexo deixa de ser a atividade necessária, produtora de prazer e saúde para tornar-se um espetáculo. Estando tão distante da realidade sobra a seus consumidores, quanto maiores forem expectativas e anseios, maiores e piores níveis de frustração, capazes de gerar sensações de inadequação ou mesmo disfunções sexuais (Francisco, 2015).

Uma das preocupações referentes à pornografia está no fato desta comumente representar o ato sexual de forma casual, puramente física, sem qualquer consequência para quem dela participa e em muitas vezes permeada de agressividade (Ward et al., 2016). Frequentemente, homens são representados de forma superior (seja em forma de status social, grau de instrução ou maturidade); já as mulheres como ingênuas, frágeis ou pueris (dando conotações de alguém passando pela adolescência) ou mulheres sedentas por sexo. Em ambos os casos são mulheres que se mostram prontas para o sexo casual com parceiros com quem não tem envolvimento ou comprometimento emocional. Mulheres, quando mostram alguma resistência, expressam através de palavras ao mesmo tempo em que seus atos são contraditórios a isto. Aqui há um reforço de que a resistência simbólica da mulher é excitante ao homem e que por fim ela também terá prazer neste ato, contribuindo para aceitação de mitos relacionados ao estupro (D'Abreu, 2013). Um estudo avaliando cenas de sexo contidas em filmes pornográficos de grande venda demonstrou que cenas de violência são bastante comuns, com a violência verbal presente em 49% das vezes e a violência física em 88% das cenas. Mulheres eram vítimas de violência em 94% das vezes e as formas mais comuns de violência eram: espancamento, engasgos enquanto faziam sexo oral em homens, insultos, tapas, puxões de cabelo e sufocamento (Bridges et al., 2010). Um outro estudo fez algo semelhante para mostrar que o oposto não acontecia. Avaliaram a comunicação de consentimento ao sexo em filmes pornográficos de grande vendagem e perceberam que em tais cenas os homens são diretos, as mulheres são indiretas quanto ao interesse pelo sexo, que o consentimento verbalmente explicitado é algo incomum, que o sexo pode acontecer sem comunicação contínua e que nestes filmes não fazer nada é uma forma de consentir a uma outra

pessoa com intenções sexuais (Willis, 2020).

A exposição intencional ou acidental é uma realidade para o público jovem, com estudos abrangendo pessoas a partir dos 10 anos de idade. Com maior exposição para meninos e homens que para meninas e mulheres. Os resultados mais frequentes das pesquisas no público jovem são: maior exposição a pornografia resultaria a comportamentos mais propensos a perceber o sexo como uma experiência puramente física, em que o comprometimento emocional teria menor importância; com maior chance de parceiros casuais possibilitando, assim, múltiplas parcerias. Em adultos essa exposição está relacionada a possibilidade de comportamentos mais permissivos quanto ao sexo pré-matrimonial, sexo casual, a experiências extraconjugais e aumento de atos sexuais tidos como não convencionais como sexo anal ou fazer sexo com mais de uma pessoa (Ward et al., 2016).

Dentro dos estudos relacionados aos papéis de gênero, após exposição à pornografia, existe um aumento da crença de que homens são dominadores e devem iniciar o ato sexual. Com relação às mulheres, há uma maior quantidade de crenças sexistas hostis como a de que elas são objetos sexuais, maior aceitação da violência contra estas, inclusive apoio aos mitos relacionados ao estupro. Essas percepções estimuladas pelo consumo de pornografia parecem invadir outras áreas como nos esportes e no campo das emoções, gerando crenças nas diferenças entre homens e mulheres (Ward et al., 2016).

Práticas sexuais também vêm sendo estudadas entre pessoas expostas à pornografia. Entre os jovens, de forma inconclusiva, não se sabe ao certo se o consumo de pornografia estaria associado a início de vida sexual mais precoce ou se estas pessoas teriam um aumento de práticas sexuais mais comuns na pornografia como sexo anal. Já entre adultos conclui-se que o consumo de pornografia estaria relacionado a ato sexual mais precoce, maior frequência em atos sexuais, assim como mais sexo anal e oral entre estas pessoas. Entre os riscos mais associados ao consumo de pornografia estão: aumento de parcerias sexuais, sexo casual, e em alguns estudos aumento de testagens positivas para clamídia (uma infecção sexualmente transmissível) e redução do uso de preservativos entre adolescentes do sexo masculino. Estes jovens estariam mais propensos a terem e manterem comportamentos mais agressivos relacionados ao sexo como a coerção e a própria violência sexual, inclusive adolescentes expostos a material pornográfico violento teriam seis vezes mais chance de se tornarem sexualmente agressivos. Entre os adultos, os riscos mais

frequentemente associados ao consumo de pornografia está o sexo casual e a possibilidade aumentada para presença de múltiplos parceiros. A pornografia também está associada a presença de comportamentos coercitivos entre homens adultos expostos à pornografia (Ward et al., 2016).

Nos dias atuais, em que jovens utilizam cerca de um terço do seu dia consumindo algum tipo de mídia, que provavelmente está expondo uma sexualidade caricata, normativa, relacionada a interesses políticos e econômicos, aumenta a necessidade de políticas públicas que entendam a importância da educação sexual como uma forma de ampliar a capacidade de entendimento e de discussão de uma sexualidade mais saudável e menos normativa. É importante que entendamos qual ou quem é o produto que está sendo posto à venda. Ao mesmo tempo em que é percebido uma redução da capacidade de discussão, nos tornamos uma sociedade com menos capacidade de diálogo e por sua vez mais violenta em comportamentos e resoluções, também nos tornamos gradativamente mais consumidores a cada ano.

Comercialmente estamos a cada dia mais regulamentados pela falta de uma regulamentação, característica essencial do capitalismo neoliberal, que por sua vez necessita constantemente quebrar regras do bom senso e de justiça social/ trabalhista para aprimorar a capacidade de gerar lucros. O que isso tem a ver com a sexualidade? Sexo vende! Essa é uma afirmação antiga e por mais que estudos recentes digam que comerciais vinculados a imagem erotizadas não gerem memórias maiores no público acerca do produto, sabemos que a sexualidade é uma forma de reter a atenção do espectador. Um exemplo simples disto é o programa canadense de jornalismo chamado Naked News, em que seus apresentadores gradativamente vão tirando peças de roupa ao irem dando as notícias do dia. O programa teve impacto na audiência a ponto de ganhar versões em outros países como Portugal, Japão, Coreia do Sul e Itália. “O principal choque da primeira metade do século XXI não será entre religiões ou civilizações. Será entre a democracia liberal e o capitalismo neoliberal, entre o governo das finanças e o governo do povo, entre o humanismo e o niilismo” (Mbembe, 2016, s/p).

Referências

AMARAL, Mariana; MOURÃO, Mônica. A mídia brasileira é cúmplice de atitudes homofóbicas. **Carta Capital**. 2019. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/midia-brasileira-e-cumplice-de-atitudes-homofobicas/>>. Acesso em 02 nov. 2020.

Referências

BARROS, Renata Armelin Ferreira; BARROS, Denise Franca; GOUVEIA, Tânia Maria de Oliveira Almeida. Crianças como Pequenos Adultos? Um Estudo Sobre a Percepção da Adultização na Comunicação de Marketing de Empresas de Vestuário Infantil. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 8, n. 3, 2014.

BRIDGES, Ana J. et al.. Aggression and sexual behavior in best-selling pornography videos: A content analysis update. **Violence against women**, v. 16, n. 10, p. 1065-1085, 2010.

BRIGEIRO, Mauro; MAKSUD, Ivia. Aparição do Viagra na cena pública brasileira: discursos sobre corpo, gênero e sexualidade na mídia. **Revista Estudos Feministas**, v. 17, n. 1, p. 71-88, 2009.

CARELLI, Aruza Ribeiro. **Sexualidade Humana: do passado ao presente**. In: DIEHL, Alessandra; VIEIRA, Denise Leite. **Sexualidade: do prazer ao sofrer**. Rio de Janeiro: Roca, 2017.

CAVALHEIRO, Telma; GOMES, Luca Santoro; ZIEMKIEWICZ, Nathalia. Mídia e Sexualidade: desafios dos tempos modernos. In: DIEHL, Alessandra; VIEIRA, Denise Leite. **Sexualidade: do prazer ao sofrer**. Rio de Janeiro: Roca, 2017.

D'ABREU, Lylla Cysne Frota. Pornografia, desigualdade de gênero e agressão sexual contra mulheres. **Psicologia & Sociedade**, v. 25, n. 3, p. 592-601, 2013.

FIORINI, Jessica Sampaio; RIBEIRO, Paulo Rennes Marçal; DESIDÉRIO, Ricardo. Gênero, sexualidade e mídia: contribuições para educação sexual na infância. **Reflexões sobre a sexualidade nos espaços midiáticos**. Londrina: Syntagma Editores, p. 16-39, 2018.

FRANCISCO, André Henrique dos Santos. Super-sexo. **Revista Brasileira de Sexualidade Humana**, v. 26, n. 2, 2015.

GOODMAN, Michael P. Female cosmetic genital surgery. **Obstetrics & gynecology**, v. 113, n. 1, p. 154-159, 2009.

JOMBA, Tayana de Oliveira; SCHLOSSER, Adriano; DEMARCO, Taisa Trombetta. Mídia e erotização/adultização infantil: apontamentos teóricos. **Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira**, v. 4, p. e20594-e20594, 2019.

JOSÉ, A. M. S. Mulheres frutas: representações do corpo na dança do créu. In: **Fórum Identidades e Alteridades**. Itabaiana. Anais eletrônicos, Itabaiana: UFS, 2009.

KLEIN, Caio Cesar. **"A travesti chegou e te convida pra roubar": representações sociais e sujeição criminal de travestis na mídia policial**. 2016. Dissertação (Ciências Criminais) - Faculdade de Direito, Programa de PósGraduação em Ciências Criminais, PUCRS, Porto Alegre, 2016.

LOWENSTEIN, Lior et al.. Physicians' attitude toward female genital plastic surgery: a multinational survey. **The journal of sexual medicine**, v. 11, n. 1, p. 33-39, 2014.

MARINHO, Paloma Abelin Saldanha; GONÇALVES, Hebe Signorini. Práticas de empoderamento feminino na América Latina. **Revista de estudios sociales**, n. 56, p. 80-90, 2016.

MBEMBE, Achille. The age of humanism is ending. **Mail & Guardian**, v. 22, 2016.

MILLAN, Marília Pereira Bueno. Reality shows: uma abordagem psicossocial. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 26, n. 2, p. 190-197, 2006.

NETZLEY, Sara Baker. Visibility that demystifies: Gays, gender, and sex on television. **Journal of homosexuality**, v. 57, n. 8, p. 968-986, 2010.

OH, Chuyun. Queering spectatorship in K-pop: The androgynous male dancing body and western female fandom. **The Journal of Fandom Studies**, v. 3, n. 1, p. 59-78, 2015.

OPAS, OMS. **OMS: masculinidade tóxica influencia saúde e expectativa de vida dos homens nas Américas**. 2019.

RIBEIRO, Cláudia Regina Santos. **Sexualidade, corpo e saúde masculinos: transformações e permanências nos discursos de homens e da revista Men's Health**. 2011. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva) – Instituto de Medicina Social da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

ROBINSON, Tom et al.. Violence, sexuality, and gender stereotyping: A content analysis of official video game web sites. **Web Journal of Mass Communication Research**, v. 13, p. 1-17, 2008.

SMELIK, Anneke. A close shave: The taboo on female body hair. **Critical Studies in Fashion & Beauty**, v. 6, n. 2, p. 233-251, 2015.

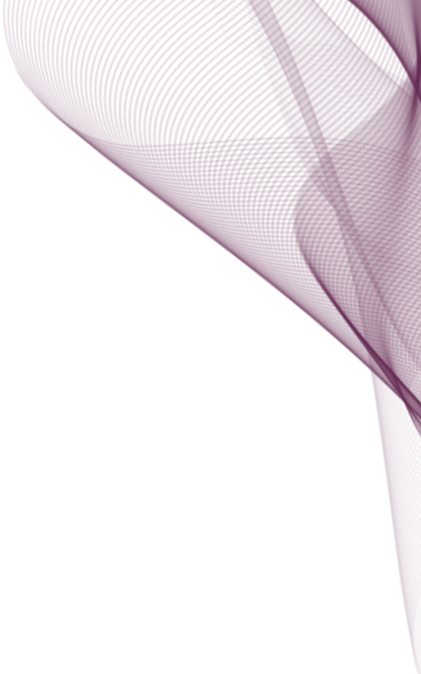
SOUSA, Renata Floriano de. Cultura do estupro: prática e incitação à violência sexual contra mulheres. **Revista Estudos Feministas**, v. 25, n. 1, p. 9-29, 2017.

Tic Kids Online Brasil 2018. Crianças e Adolescentes. Disponível em: <<https://cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>>. Acesso em 02. nov. 2020.

WARD, Lucretia Monique et al.. Sexual media content and effects. In: **Oxford research encyclopedia of communication**. 2016.

WILLIS, Malachi et al.. Sexual consent communication in best-selling pornography films: A content analysis. **The Journal of Sex Research**, v. 57, n. 1, p. 52-63, 2020.

ZACHARIAS, Reinaldo. Ética e sexualidade em vista da compreensão integral da sexualidade humana. In: DIEHL, Alessandra; VIEIRA, Denise Leite. **Sexualidade: do prazer ao sofrer**. Rio de Janeiro: Roca, 2017.



A indústria camaleão: a camuflagem da publicidade do cigarro

Maristela Schaufelberger Spanghero¹



Introdução

No final do século passado, mais de um terço da população brasileira consumia tabaco regularmente, especialmente na sua forma mais comum: o cigarro industrializado. Em 1989, 34,8% da população brasileira acima de 18 anos era fumante (43% dos homens e 27% das mulheres!) (INCA, 2020). Essa prevalência altíssima não era exclusividade do Brasil; pelo contrário, refletia a tendência global do tabagismo na época. Segundo o relatório da Organização Mundial de Saúde de 2019 (WHO, 2019), no ano 2000, um terço da população mundial com 15 anos ou mais (50% dos homens e 16% das mulheres) usavam alguma forma de tabaco², principalmente uso diário de cigarros

Em 2018, essa taxa global era de 23,6% (cerca de 1 bilhão e 300 milhões de pessoas). Esse uso é mais prevalente em homens do que em mulheres (38,6% versus 8,5% da população mundial) e varia também entre conforme o desenvolvimento econômico do país. Embora o número (absoluto) de tabagistas esteja nos países de baixa renda (que concentram 80% do número de tabagistas do mundo), as taxas de tabagismo são maiores nos países mais ricos (em números relativos). Há variação também conforme a região do mundo, sendo que os países do sudeste asiático têm maior proporção de tabagistas (quase metade de sua população, enquanto que em regiões como Américas e Europa, esse número gira ao redor de 20%).

Em 2005, entrou em vigor o tratado internacional de saúde pública da Organização Mundial da Saúde (OMS), intitulado Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco. Ratificado até o momento por 181 países, incluindo o Brasil, na tentativa de conter a pandemia do tabagismo (INCA, 2020).

Este tratado engloba uma série de medidas de prevenção e controle de uso de tabaco e de estratégias de cessação do tabagismo. A implementação destas medidas vem surtindo efeito, porém o número de tabagistas mundialmente ainda é assustadoramente alto, conforme descrito

¹ Médica psiquiatra, professora do Curso de Medicina da Universidade Nove de Julho (Uninove/SP), Doutora em Ciências pela Faculdade de Medicina da USP e Pós-Doutora em Saúde Mental pela Faculdade de Medicina da USP de Ribeirão Preto (FMRP-USP).

² O termo tabaco refere-se a qualquer produto artesanal ou manufaturado que contenha como componente integral ou parcial a folha de tabaco (*Nicotiana tabacum*) como matéria-prima. Exemplos: cigarro, charuto, cachimbo, cigarro de palha, cigarrilha, bidi, tabaco para narguilé, rapé, fumo-de-rolo, dispositivos eletrônicos para fumar e outros.

anteriormente. Existe uma tendência de queda dessa prevalência ao longo das últimas duas décadas em alguns países (por exemplo, no Brasil, já que, em 2019 a porcentagem de tabagistas com mais de 18 anos no país foi de 10%) (INCA, 2020). Porém, essa queda tem estacionado globalmente nos últimos anos e não é uniforme, sendo que em algumas regiões tem havido aumento da incidência de fumantes.

A idade média de experimentação do tabaco no Brasil é aos 16 anos, sendo que 10% experimentaram antes dos 14 anos de idade. A prevalência de usuários entre os 14 e 17 anos foi estimada em 3,4%, segundo II Levantamento Nacional de Álcool e Drogas de 2012 (LENAD, 2012). Ou seja, mesmo com a venda proibida para menores de 18 anos, crianças e adolescentes brasileiros têm fácil acesso aos cigarros e constituem uma população vulnerável.

O tabagismo é a principal causa (evitável) de mortalidade por doenças crônicas não transmissíveis, sendo a exposição passiva à fumaça do tabaco, a terceira. Metade dos usuários de tabaco vão morrer por doenças a ele relacionadas. São 8 milhões de mortes anuais no mundo, mais do que a soma das mortes por AIDS, cocaína, heroína, álcool, acidentes de trânsito, incêndios e suicídios.

No entanto, historicamente não foi reconhecido como problema médico e social tão grave quanto o uso de álcool e outras drogas. Esta prevalência altíssima de tabagistas no mundo nos dias de hoje é um paradoxo, se nos atentarmos para o fato de que há quase 60 anos, em 1962, o *Royal College of Physicians* (RCP), do Reino Unido, havia publicado o primeiro relatório sobre o impacto do fumo em termos de morbidade e mortalidade. Este relatório, intitulado *Smoking and Health*, tornou-se um marco na História da Medicina, pois escancarava a associação entre cigarro e várias doenças (principalmente o câncer de pulmão) e mostrava que fumantes tinham menor expectativa de vida do que não fumantes (*Royal College of Physicians*, 2015).

Pouco depois, em 1964, o *US Surgeon General* (Ministério da Saúde dos Estados Unidos da América, EUA) também lançava seu relatório a respeito dos malefícios do cigarro, enfatizando sua associação com risco de câncer de pulmão, boca, laringe e bexiga, doenças cardiovasculares e outras doenças pulmonares crônicas, como bronquite e enfisema (*U.S. Department of Health, Education, and Welfare*, 1964).

A partir de então, a associação entre tabagismo e risco aumentado para diversas doenças

e aumento de mortalidade tornou-se cada vez mais estudada e esclarecida. Daí o paradoxo observado, quando nos deparamos com o dado de que, ao redor do globo, uma em cada três pessoas (em alguns países essa taxa chegava a metade da população adulta), aproximadamente, era tabagista no final do século XX.

Como compreender o fato de que as pessoas continuavam, deliberadamente, envenenando seus organismos e conscientemente consumindo um produto carcinogênico e que levava à redução de anos de vida? Qual a força por trás desse ato comparável a um longo processo de suicídio?

O presente artigo tem como objetivo trazer exemplos e reflexões sobre como esse processo ocorre, tanto em termos individuais quanto em aspectos histórico-culturais. A chave para esse processo dá-se através da compreensão de dois fatores, que interagem entre si: o tabaco contém uma substância que provoca dependência (popularmente, “vício”) e a História nos mostra 100 anos de um fenômeno de indução ao fumo, através da publicidade dos produtos de tabaco.

Livre para escolher?

O primeiro ponto a ser observado é que todos os produtos derivados do tabaco, incluindo o cigarro industrializado, contêm nicotina (substância alcaloide presente nas folhas de tabaco).

O tabaco é uma planta originária das Américas, tendo sido levada pelos espanhóis para a Europa no século XVI. Inicialmente era aspirado na forma de rapé, usado no combate à enxaqueca. Posteriormente passou a ser fumado na forma de cachimbo e charuto, apenas com finalidade recreativa e disseminou-se por todo o mundo. Apenas no final do século XVII, surgiu o cigarro, considerado o artefato mais mortífero da história da humanidade, já que matou mais de 100 milhões de pessoas no século XX e deve matar mais 100 milhões até 2030. Inicialmente artesanal (enrolado manualmente), com o advento da manufatura seu uso atingiu proporções gigantescas. James Buchanan Duke, nos anos 1880, na Carolina do Norte, EUA, foi o responsável pelo lançamento da máquina para fabricar cigarros, o que revolucionou a indústria do tabaco. Se numa fábrica eram produzidos 200 cigarros manuais por dia, com o advento da máquina, passou

a ser possível fabricar 1200 cigarros por dia. O que levou também à necessidade da expansão do mercado consumidor. Por isso, Duke teve um papel central na expansão da oferta de cigarros e na necessidade de marketing ligado ao seu uso (Kremer, 2012).

O salto de consumo que ocorreu entre o final do século XIX e o final do século XX não pode ser explicado apenas pelo advento da produção industrializada do cigarro. Outros fatores contribuíram para essa expansão (e como veremos adiante, ainda contribuem, apesar de toda a comprovação científica dos malefícios do seu uso)

Qual o papel da nicotina nesse paradoxo? A nicotina é uma droga psicoativa com potencial para causar dependência, ou, em linguagem mais popular, para viciar o usuário. Apesar do número gigantesco de fumantes ao longo do século XX (com a maior oferta proporcionada pela manufatura dos cigarros), apenas em 1988 este potencial aditivo da nicotina foi reconhecido pela comunidade científica e órgãos de Saúde.

Em 20 de maio de 1988, a dependência à nicotina foi o tema do 20º. Relatório do *Surgeon General of the Public Health Service* (EUA) a respeito das consequências do uso do tabaco para a saúde. As conclusões desse relatório foram as seguintes:

- a) O cigarro e outras formas de tabaco causam dependência;
- b) A nicotina é a substância do tabaco responsável por essa dependência;
- c) Os processos farmacológicos e comportamentais que determinam a dependência ao tabaco são similares àqueles que determinam a dependência à drogas como heroína ou cocaína.

A partir deste relatório, ficou explícito para a comunidade médica e para a sociedade que o uso do tabaco não deveria mais ser visto simplesmente como um ato voluntário, e o reconhecimento da nicotina como droga psicoativa com potencial para causar dependência, auxiliou na compreensão do porquê as pessoas continuavam fumando, mesmo sabendo dos riscos ou mesmo já estando sofrendo as consequências físicas das doenças causadas pelo fumo.

Não por acaso, em 1988 foi introduzida a primeira mensagem de advertência nas embalagens de cigarro e nas propagandas: “O Ministério da Saúde adverte: Fumar faz mal à saúde”. A dependência à nicotina passou a ser considerada oficialmente como um transtorno psiquiátrico a partir da 10ª edição da Classificação Internacional das Doenças da OMS em 1992 (CID, 1993) e da 4ª. edição do Manual Diagnóstico e Estatístico dos Transtornos Mentais da

Associação Psiquiátrica Americana em 1994 (*American Psychiatric Association*, 1994).

Outro aspecto importante em relação aos cigarros, é que não apenas a nicotina tem o potencial de causar dependência química, através de sua ação no sistema nervoso central (nas áreas de prazer e recompensa do cérebro), como esse potencial é maior do que o das outras drogas de abuso, incluindo os opiáceos e opióides. Ou seja, o risco de uma pessoa tornar-se dependente de nicotina, e portanto, fumante regular após o uso experimental é maior do que ao fazer uso experimental de outras drogas, como o álcool, a cocaína, a maconha e a heroína.

Soma-se a isso o fato de que o cigarro, através de sua composição e aditivos e modo como a nicotina atinge o cérebro de forma rápida e repetida, faz com que ele seja considerado um instrumento perfeito para “viciar”, pois a nicotina age no cérebro em picos e é rapidamente eliminada do organismo. O que faz com que o fumante, após cerca de duas horas, já sinta necessidade de fumar novamente. Além disso, a redução ou cessação do tabagismo, e consequente redução dos níveis de nicotina no organismo, gera no fumante uma série de sintomas desagradáveis, que podem durar até trinta dias, a chamada síndrome de abstinência.

Além dos fatores relacionados à ação da nicotina no cérebro e seu papel reforçador de seu próprio uso, ou seja, sua capacidade de “sequestrar” o sistema de recompensa do cérebro e fazer com que o cérebro “exija” nova dose de nicotina periodicamente, há de se levar em conta, no processo de dependência, os aspectos psicológicos e de condicionamento comportamental. Assim, temos a formação do hábito.

Como citado acima, a experimentação do tabaco em geral se dá na adolescência, por diversos fatores (pressão dos colegas, necessidade de oposição aos pais e de quebra de regras, rito de passagem da infância para vida adulta, a própria imaturidade cerebral, que torna o cérebro mais vulnerável à ação reforçadora da nicotina, e como veremos adiante, a vulnerabilidade às imposições da publicidade). Poucos meses após a experimentação inicial e uso recreativo, o jovem não estará mais fumando por prazer e com controle sobre seu ato. Estará fumando tanto porque precisa evitar a sensação ruim da abstinência de nicotina (ou seja, para “repor” os níveis de nicotina no cérebro) quanto por conta dos comportamentos condicionados que vai adquirindo com o passar do tempo.

De que maneira isso ocorre? Como o fumante acende o cigarro várias vezes ao dia, ele condiciona esse uso às diversas atividades diárias e o uso do cigarro acaba sendo pareado com

suas ações cotidianas. E principalmente, surge o condicionamento da associação entre o ato de fumar e as emoções. De forma que, num determinado momento, o fumante já associou a necessidade de fumar a inúmeros acontecimentos, e estados emocionais, e à crença de que o ato de fumar o ajuda a lidar com os problemas. Assim, para o fumante, torna-se necessário, irresistível, fumar em determinadas situações ou em resposta às emoções negativas como tédio, raiva, tristeza, ansiedade, medo, insegurança e também em resposta às emoções positivas como alegria, empolgação, excitação, alívio. Dentre as chamadas razões para fumar, os fumantes costumam citar: automatismo, meio de lidar com emoções negativas e estresse, associação com gatilhos como determinadas bebidas ou comidas, melhora da atenção e concentração, e, principalmente, modo de lidar com a dificuldade para resolver problemas. Ou seja, em situações de estresse agudo, o fumante encontra na pausa para o cigarro e na ação da nicotina sobre o sistema de recompensa do cérebro, um efeito ansiolítico ou de clareza mental. No entanto, esse efeito ansiolítico é extremamente fugaz, e em poucos minutos o nível de estresse volta a aumentar. Cria-se, então, um círculo vicioso. O fumante passa a acreditar que o cigarro deve estar presente em todas as situações do seu cotidiano, justamente porque criou esse hábito e não acredita mais na sua capacidade de controlar as emoções negativas ou de resolver problemas sem o uso do cigarro. Daí os apelidos de “companheiro”, “amigo”, “muleta”.

Esta é a definição da dependência de substâncias: aspectos fisiológicos, emocionais e comportamentais que estão sob o controle do uso (CID, 1993). O indivíduo passa a perder o controle sobre o uso da substância (ou seja, o uso deixa de ser uma decisão racional e autônoma e passa a ser compulsivo), tem dificuldade para cessar o uso, mesmo quando assim o deseja, e mesmo quando está sofrendo das consequências físicas e psicológicas. Além disso aquela substância adquire relevância extrema em sua vida, ao ponto de outros comportamentos e atividades passarem para segundo plano.

No início do processo de dependência, temos o comportamento impulsivo, isto é, não conseguimos frear o impulso de usar. Ao longo do tempo, conforme a dependência se instala, passamos a ter o comportamento compulsivo, isto é, não conseguimos interromper o uso, mesmo que nos determinemos racionalmente para tal.

Outro aspecto relevante do processo de dependência de substâncias, é que, em nível cerebral, ocorrem mudanças irreversíveis, o que torna a dependência uma doença crônica. Mes-

mo após longos períodos de abstinência, é comum haver recaídas. Tanto a dificuldade para cessação do tabagismo, quando a ocorrência de recaídas são vistas pela sociedade como “falta de força de vontade” ou sinal de fraqueza. Na verdade, o que ocorre é que, por conta de alterações de plasticidade cerebral ao longo do tempo de uso e pelo fenômeno do condicionamento, a exposição a estímulos diretos ou indiretos, funciona como gatilhos para o impulso de fumar novamente. Por exemplo, um fumante que esteja em abstinência há vários anos, ao enfrentar uma situação de estresse, pode ter uma recaída, pois em sua mente está “gravada” a resposta ao estresse: acender um cigarro. Ou então, ao se deparar com uma imagem que lembre o vício (um isqueiro, um cinzeiro, ou a imagem de um personagem fumando em um filme), o indivíduo também volte a ter a mesma urgência para fumar como tinha na época do vício ativo.

Essa ligação entre estímulo, caracteristicamente na forma de imagens, exercendo o papel de elicitor de desejo ou de memórias implícitas nos faz chegar ao segundo tópico deste artigo. Além do papel farmacológico da nicotina sobre o cérebro, causando dependência após exposição repetida, fatores ambientais também exerceram (e continuam a exercer) um poderoso efeito na instalação e manutenção do tabagismo ao redor do mundo, nos últimos 100 anos.

O impacto da publicidade – como vender veneno. A adaptação do camaleão

Retomando o recorte histórico do tabaco a partir da expansão da produção proporcionada pela manufatura dos cigarros no final do século XIX, a fase seguinte foi a da expansão do consumo global. Para tanto, a indústria do tabaco, formada por grandes empresas norte-americanas e britânicas, lança mão de duas armas: o apelo da I Guerra Mundial (responsável por difusão do fumo entre os soldados) e as campanhas publicitárias.

A partir da década de 20 do século passado, a publicidade vai, ao longo das décadas, construindo um mercado gigantesco, vendendo nada mais do que um artefato contendo uma mistura de substâncias venenosas (em um breve e fugaz momento, chegou-se a atribuir propriedades terapêuticas ao tabaco, justamente para tratamento de doenças respiratórias!), sob diversas formas dissimuladas.

Se até o final do século XIX o uso do tabaco era um hábito masculino por excelência e

socialmente inapropriado para as mulheres, a partir do início do século XX, as mulheres passaram a ser o alvo da indústria, para expansão das vendas. O ato de fumar, entre as mulheres, passou a ser estimulado e passou a simbolizar rebeldia e a integrar o discurso de emancipação feminina, direitos civis e independência. Para a indústria do tabaco, esse era o momento de conquistar esse público consumidor. A partir de então, e ao longo de boa parte do século XX, as mulheres tornam-se alvo da publicidade do cigarro.

Inicialmente, em 1925, as campanhas do cigarro Lucky Strike (da companhia *American Tobacco*) direcionaram a publicidade às mulheres com o slogan *Reach for a Lucky instead of a sweet* (Pegue um Lucky em vez de um doce), com explícito apelo à vaidade feminina. Essa foi a primeira de uma série de associações feitas entre o hábito de fumar e um corpo esbelto, que permanece na publicidade até os dias de hoje.

A campanha *Torches of Freedom* (Tochas da Liberdade), em 1929 idealizada por Edward Bernays (o pai das Relações Públicas) para divulgar o cigarro Lucky Strike (produto da companhia *American Tobacco*) é um marco na publicidade do cigarro dirigida às mulheres. Durante o desfile de Páscoa na 5ª Avenida em Nova York, foram incluídas jovens modelos fumando, o que foi amplamente coberto pela mídia em seguida. Esse termo, cunhado pelo psicanalista A. A. Brill, já era usado para associar o cigarro ao movimento de emancipação feminina. O ato de mulheres fumarem enquanto caminhavam em público foi considerado um avanço nesse sentido, já que até então, as mulheres que fumavam o faziam em ambientes privados, apenas (Lemos, Filho e Rocha, 2016).

A partir de então, várias marcas de cigarro empregaram em suas campanhas publicitárias discursos associando o direito de fumar às conquistas recentes do movimento feminista (incluindo o direito ao voto). Houve uma mudança de paradigma e o fumo deixou de ser “privilégio” do universo masculino. E as campanhas também enfatizavam sempre que o cigarro era um “direito” das mulheres e uma “escolha”.

Desta forma, a indústria do tabaco ampliou suas vendas e a taxa de tabagismo entre as mulheres aumentou consideravelmente nos anos seguintes a 1929.

Durante a II Guerra Mundial, a indústria aproveitou para expandir ainda mais seu império, já que o cigarro era considerado item básico (fornecido pelo Exército dos EUA, por exemplo) na provisão dos soldados. Há fotos do período mostrando os soldados feridos nos hos-

pitais de campanha, recebendo cigarros das enfermeiras, inclusive. Desta maneira, até esse período, já havia sido criada pela indústria do tabaco, e disseminada via publicidade, a associação entre o fumo e os seguintes elementos: inteligência, sociabilidade, masculinidade, emagrecimento e corpos esbeltos, glamour, conquistas e emancipação feminina, redução de estresse e de ansiedade, o cigarro como companheiro nas horas difíceis e sempre presente e a ideia de que o cigarro era um direito de escolha.

A partir da década de 40, vemos também a onipresença do cigarro no cinema, grande veículo de comunicação de massa, principalmente nos filmes de Hollywood. Por várias décadas, essa “parceria” fez com que quase todos os personagens dos filmes fumassem em cena. Desde Casablanca, em 1942, a plateia habituou-se a ver os grandes ícones de Hollywood fumando (dentro e fora dos filmes).

É famosa a imagem da campanha do cigarro Chesterfield, no Natal de 1952, em cuja peça publicitária vemos o então ator de Hollywood Ronald Reagan (que se tornaria presidente dos EUA no futuro) em meio a vários pacotes de cigarro embrulhados para presente, com o texto descrevendo que seriam enviados como presente de Natal para seus amigos (Figura 1).



Figura 1³

³ Disponível em: <<https://hypescience.com/10-inacreditaveis-anuncios-propagandas-cigarros/>>. Acesso em 02 nov. 2020.

Em relação às mulheres, o cinema impulsionou ainda mais o consumo dos cigarros entre esse público. Os próprios cartazes de divulgação dos filmes *Gilda* (1946) e *Bonequinha de Luxo* (1961), por exemplo, trazem as protagonistas fumando (Rita Hayworth e Audrey Hepburn, respectivamente) em imagens que se tornaram clássicas. Além dos elementos já citados no parágrafo anterior como associados ao hábito de fumar, o cinema de Hollywood passa a associar também a imagem da mulher que fuma como a *femme fatale*, sedutora, sensual e glamourosa. No Brasil, particularmente, vivenciamos o mesmo fenômeno através dos programas televisivos, em particular as telenovelas. Com grande audiência popular, durante décadas fomos expostos a personagens fumando em praticamente todas as cenas das telenovelas brasileiras no século passado.

Outro movimento que a publicidade do cigarro emprega é o de minimizar ou dissimular os efeitos deletérios do mesmo para o organismo. Inicialmente, antes da comprovação da associação do fumo como causador direto de câncer, doenças cardiovasculares e inúmeras outras patologias, algumas marcas de cigarro, em seus anúncios, enfatizavam que aquela determinada marca era menos irritante para a garganta, por exemplo. E, por absurdo que pareça, havia peças publicitárias em que médicos apareciam fumando e recomendando determinado cigarro. Um dos slogans do cigarro Camel na década de 40 era: “mais médicos fumam Camel do que qualquer outro cigarro” (Figura 2).

Figura 2⁴

Quando se tornou inegável que o cigarro causava doenças e morte prematura, a indústria contra-atacou enfatizando o papel protetor do filtro dos cigarros e lançando cigarros supostamente menos nocivos (pois teriam baixos teores de nicotina e de alcatrão), ou “camuflando” sua ação irritante em vias áreas através do emprego de aditivos de sabor mentolado, por exemplo.

Talvez o aspecto mais grave do poder de indução ao consumo, seja o fato de que a indústria do tabaco direcionava sua publicidade para um público-alvo ainda mais vulnerável. Ciente de que a experimentação do tabaco ocorria na adolescência (em alguns casos, até na infância!), e que os adultos (homens e mulheres) já estavam devidamente conquistados, o público-alvo da indústria passa a ser os jovens (crianças e adolescentes).

Nos anos 40 e 50, Tom e Jerry fumavam charutos e narguilé em alguns episódios do famoso desenho animado infantil e nos anos 60, Fred e Barney (personagens do desenho animado “Os Flintstones”) fumavam cigarros Pall Mall e charutos. Em 1987, é lançado nos EUA o personagem Joe Camel, um simpático camelo, símbolo a partir de então dos cigarros Camel, com nítido apelo ao público infantil.

Impossível não nos lembrarmos também do famoso caso dos chocolates em forma de cigarro e embrulhados como tal, em cuja embalagem havia fotos de duas crianças simulando o ato de fumar (os famosos “cigarrinhos de chocolate” da marca Pan, dos anos 80).

A indústria do cigarro, através da publicidade, sempre foi extremamente versátil e adaptável. Na década de 1970, por exemplo, criou o nicho de um tipo de cigarro específico para o público feminino. Eram cigarros mais finos e longos, mais delicados, com embalagens cujo design também tinham mais apelo a esse público. E a mensagem das propagandas eram explícitas, com o discurso de que agora as mulheres tinham sua marca de cigarro. As propagandas também tinham conteúdo dúbio, e tanto as propagandas direcionadas aos homens quanto às mulheres tinham mensagens implícitas (ou explícitas) de conotação erótica. Uma das propagandas de uma marca para o público feminino trazia a imagem de um belo rapaz e o slogan “extremamente fino, extremamente gostoso”.

Reforçavam o simbolismo de juventude, saúde, sucesso e liberdade, as campanhas do Marlboro (com seu caubói solitário e másculo e o slogan “venha para o onde está o sabor, venha para o mundo de Marlboro”), da Philip Morris e as campanhas do cigarro Hollywood, da Souza

⁴ Disponível em: <<https://hypescience.com/10-inacreditaveis-anuncios-propagandas-cigarros/>>. Acesso em 02 nov. 2020.

Cruz (com seus jovens atléticos e extremamente felizes ao som de rock e o slogan “Hollywood, o sucesso”).

Somado ao patrocínio de longa data de eventos esportivos (desde beisebol e boxe, nos EUA), culminando nos esportes automobilísticos de imenso impacto de audiência, como a Fórmula 1 – impossível não pensar na influência de ídolos esportivos e heróis nacionais, como Ayrton Senna ostentando os símbolos de várias marcas de cigarro ao longo de sua carreira, com destaque para o logotipo do Marlboro em seu carro, uniforme e capacete) e artísticos (no Brasil, por exemplo, *Free Jazz Festival*, *Carlton Dance*, *Hollywood Rock*, entre tantos outros) não é de se surpreender que ao final do século XX, conforme dito no início do artigo, um terço da população mundial fosse usuária de cigarro e outros produtos de tabaco, mesmo que desde a década de 1960 os malefícios do tabaco para a saúde já fossem conhecidos.

Sem barreiras para seu consumo, já que podia ser consumido praticamente em todos os lugares, mesmo em meios de transporte, restaurantes, cinemas, escolas, o cigarro era onipresente. Afinal, temos uma substância (nicotina) com altíssimo potencial para causar dependência (de cada três pessoas que experimentam o cigarro, uma delas vai se tornar dependente) sendo promovida por indústrias poderosíssimas através de marketing agressivo ao longo de décadas, com público-alvo principal justamente o mais vulnerável a tornar-se usuário crônico: os jovens. Sendo assim, o Tabagismo é considerado uma “doença transmissível pela Publicidade”.

A demora dos cientistas e da população geral em reconhecer que o hábito de fumar não é uma escolha independente e voluntária e que a cessação do tabagismo é difícilíssima (apenas 5% dos fumantes conseguem parar sem ajuda especializada) também contribuiu para a normalização e banalização do ato de fumar e minimização dos seus riscos.

Mudanças no horizonte. Será?

Com o reconhecimento dos malefícios do cigarro para a saúde (e grande custo financeiro para os Estados por conta disso) e de que a nicotina é droga psicoativa e causa dependência, surgiu todo um movimento dos governos ao redor do mundo, na tentativa de limitar a propaganda do cigarro e desestimular o fumo (culminando com o tratado de saúde da OMS já citado no início

do texto). Muitas medidas foram tomadas nessa direção e a previsão, no início deste século, era de que em pouco tempo o cigarro deixaria de ter relevância na sociedade e cairia em desuso.

Realmente a publicidade do cigarro sofreu fortes restrições, bem como as regras sobre fumo em locais públicos têm sido respeitadas em muitos países. E, sim, o cigarro comum chegou a perder muito de sua aura de glamour e de seu apelo aos adolescentes. No entanto, a indústria do tabaco, obviamente, não se deu por vencida e adequou seus produtos e suas mídias de maneira que o tabaco, tal qual um camaleão bem adaptado, encontrou maneiras de sobreviver, se renovar, e de ganhar novos adeptos.

Enquanto o “antigo” cigarro saiu de moda e tornou-se um produto antiquado e ultrapassado, sem apelo às novas gerações, várias estratégias surgiram, para que o público adolescente do novo milênio continuasse a ser seduzido pelo tabaco.

Algumas destas estratégias são citadas a seguir:

- a) Se os nomes das marcas não são mais explicitamente incluídos nos maços de cigarros ou publicizadas em várias mídias, a indústria apostou em imagens implícitas e subliminares (inclusive no patrocínio da Fórmula 1);
- b) A imagem dos maços passou a ser muito mais elaborada e atraente, com cores e design modernos. Surgiram atrativos como cápsulas inseridas nos filtros, que ao serem apertadas pelo fumante, liberam sabor;
- c) Os sabores também se diversificaram, o que tornou os cigarros ainda mais atrativos para os jovens e o que distancia o cigarro atual dos antigos, fumados pelas gerações anteriores, cujo sabor estava associado a doenças;
- d) Para conquistar novos fumantes, que recusavam a ideia de fumar o mesmo cigarro de seus pais e avós, foram lançadas outras formas de tabaco, como, por exemplo, um kit que contém o fumo e uma máquina de enrolar o tabaco (Figura 3), para que o jovem tenha a experiência de estar montando um cigarro artesanal, ou seja, menos nocivo;



Figura 3. Cartaz próximo ao caixa de uma lanchonete, anunciando o produto “cigarro de enrolar” (foto realizada pela autora).

- e) As marcas passaram a ter novas cores diferenciando o grau de teor de nicotina e alcatrão e nomes mais elaborados e termos em inglês, geralmente remetendo a “frescor”;
- f) Além disso, apesar da restrição à publicidade nos meios de comunicação, no Brasil ainda é permitido a publicidade nos pontos de venda (bares, lanchonetes, bancas de jornal), onde os maços de cigarros são estrategicamente posicionados próximos aos produtos infantis (balas, doces e brinquedos), de fácil visualização para as crianças (Figura 3).

As formas de tabaco sem fumaça ganharam novo impulso, nas formas de tabaco de mascar, rapé, tabaco dissolvível. Também houve disseminação entre os jovens do uso do narguilé ou cachimbo d’água. Tanto para os adolescentes, quanto para seus pais, essas formas de tabaco são, erroneamente, consideradas mais seguras, pois se distanciam do formato dos cigarros industrializados tradicionais. De fato, muitas pessoas ignoram que esses produtos contenham nicotina e que causem dependência, o que contribuiu ainda mais para sua disseminação.

E, nos últimos anos, de forma exponencial, vem crescendo o uso dos chamados cigarros eletrônicos ou *vapes* (em inglês ENDS – *electronic nicotine delivery systems* – dispositivos eletrônicos de liberação de nicotina). No Brasil, sua comercialização é proibida pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), mas o produto é facilmente encontrado no comércio informal e na internet. Nos EUA e em alguns países da Europa, seu uso disseminou-se entre os jovens (os chamados *vapers*) de tal maneira que se tornou um problema de saúde pública. O aumento nos EUA ocorreu a partir de 2011, e em 2020, quase 20% dos alunos de ensino médio (cerca de 3 milhões) e 4,7% dos alunos do ensino fundamental (cerca de 550 mil) relataram fazerem uso atual de cigarros eletrônicos, segundo o *National Youth Tobacco Survey* - USA (WANG, 2020). Com apelo comercial grande por conta de seu design moderno e da gama de sabores, os cigarros eletrônicos atingiram em cheio o público-alvo, que subestima seus riscos.



Figura 4. Imagem de diversos tipos de dispositivos eletrônicos de liberação de nicotina, em formas variadas – canetas ou pods.⁵

⁵ Disponível em: <cdc-³_OGgbdPIIdA-unsplash>. Acesso em: 02 nov. 2020.

Não só o líquido colocado no dispositivo contém nicotina, como seu mecanismo de liberação tem sido associado a um potencial aditivo ainda maior do que os cigarros industrializados tradicionais. Inicialmente produzido e comercializado por companhias independentes, as ações das empresas dos cigarros eletrônicos, nos últimos anos, foram compradas pelas mesmas gigantes indústrias do tabaco, as chamadas *Big Tobacco Companies*, como a *Altria/Philip Morris*, cujo produto principal era o Marlboro.

Como os cigarros eletrônicos não sofrem as restrições publicitárias impostas ao cigarro tradicional nos EUA, por exemplo, temos visto uma verdadeira “reciclagem” da publicidade feita para o cigarro no século XX. Isso inclui campanhas mostrando o cigarro eletrônico como benéfico para a saúde (recomendado por médicos e cientistas!), associado à sensualidade, beleza, perda de peso, liberdade, e novamente, ao poder de escolha.

A ilusão de que, com as restrições publicitárias ao cigarro, os consumidores estariam mais protegidos de sua influência, também durou pouco, uma vez que a indústria rapidamente se adaptou aos novos nichos midiáticos: a internet, na forma de propagandas nas redes sociais ou através dos influenciadores digitais, as plataformas de vídeo por *streaming*, e o retorno de personagens fumantes no cinema e nas séries televisivas e até mesmo nas novelas brasileiras. Em alguns nichos, há, inclusive um apelo nostálgico e nova glamourização do cigarro. Em páginas da internet é possível encontrar comércio de produtos ditos vintage, como camisetas com a imagem dos cigarrinhos de chocolate Pan impressa, ou até itens de memorabilia. Camisetas estampadas com fotos de cantoras de sucesso entre os jovens, como a americana Lana del Rey, fumando, com os dizeres “a dona do pulmão preto mais linda do mundo” mostram que, ao contrário do que imaginávamos no início deste século, o cigarro está longe de desaparecer de vista.

Os novos produtos lançados pelas *Big Tobacco Companies* surgem com novo discurso: são promovidos como menos nocivos à saúde e mais sustentáveis e as empresas declaram uma preocupação em vender um produto “saudável”, de certa forma, praticamente admitindo que os cigarros tradicionais realmente causavam malefícios à saúde.

Conclusão

Este artigo propôs uma reflexão sobre como a combinação entre uma substância psicoativa altamente aditiva e um longo e imperativo esforço de marketing, através de símbolos de beleza, juventude, sucesso, saúde e sensualidade conseguiram transformar um artefato (o cigarro - que causa o oposto deste símbolo, pois só causa doenças e mortes) em item onipresente durante um século, com impacto não só em termos de morbidade e mortalidade, mas também na saúde mental de milhões de pessoas, que se tornaram reféns de seu uso. Propõe também uma reflexão sobre o poder de um símbolo de se camuflar e de se perpetuar na sociedade de consumo.

Referências

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders** – DSM. 4 ed. Washington D/C, 1994.

CID-10 - **Classificação dos Transtornos Mentais e de Comportamento da CID-10: Descrições Clínicas e Diretrizes Diagnósticas** - Organização Mundial da Saúde, trad. Dorgival Caetano, Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.

INCA. **Dados e números da prevalência do tabagismo**. 2020. Disponível em: <<https://www.inca.gov.br/observatorio-da-politica-nacional-de-controle-do-tabaco/dados-e-numeros-prevalencia-tabagismo>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

KREMER, William. Conheça o pai da 'invenção' mais letal da história. **BBC**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/11/121113_cigarro_pai_dg#:~:text=Em%201880%2C%20aos%2024%20anos,tabaco%20%E2%80%93%20os%20cigarros%20j%C3%A1%20enrolados.&text=Dois%20anos%20depois%2C%20Duke%20percebeu,uma%20m%C3%A1quina%20para%20fabricar%20cigarros>. Acesso em: 01 nov. 2020.

LEMOS, Tatiane; FILHO, João Freire; ROCHA, Everardo. Torches of Freedom: mulheres, cigarros e consumo. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. ESPM. São Paulo, v. 13, n. 38, p. 48-72, set./dez. 2016.

LENAD. **II Levantamento Nacional de Álcool e Drogas**. 2012. Ronaldo Laranjeira (Supervisão) [et al.], São Paulo: Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para Políticas Públicas de Álcool e Outras Drogas (INPAD), UNIFESP: 2014.

ROYAL COLLEGE OF PHYSICIANS. **Smoking and health**. 2015. Disponível em: <<https://www.rcplondon.ac.uk/projects/outputs/smoking-and-health-1962>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

U.S. DEPARTMENT OF HEALTH, EDUCATION, AND WELFARE. 1964. **Smoking and Health: Report of the Advisory Committee to the Surgeon General of the Public Health Service**. Washington: U.S. Department of Health, Education, and Welfare, Public Health Service, Center for Disease Control; 1964. PHS Publication No. 1103.

WANG, Teresa W. et al. E-cigarette Use Among Middle and High School Students. United States, 2020. **MMWR Morb Mortal Wkly Rep**. 2020;69:1310–1312.

WHO (WORLD HEALTH ORGANIZATION). WHO global report on trends in prevalence of tobacco use 2000-2025, third edition. Geneva: **World Health Organization**; 2019.

Alimentação, saúde mental
e pandemia:
entre excessos e restrições,
a responsabilidade da mídia

Helena Jacob¹



Introdução: o cenário da pandemia da Covid-19

Pode-se afirmar que já seja consenso o fato de que a alimentação tem considerável espaço e atenção na mídia contemporânea (Jacob, 2013), ainda que devamos pontuar que a cobertura jornalística, e midiática em geral acaba destacando sobretudo a gastronomia, ou seja, a esfera mais visível e espetacular do tema. Outro ponto que tem ampla cobertura é a culinária, com receitas e modos de cozinhar sendo oferecidos em abundância em todo tipo de meio de comunicação. Destaca-se também a esfera da saúde, com benefícios e malefícios da comida, mas com pouco destaque dado ao tema no cruzamento dele com questões de saúde mental.

No contexto da pandemia da Covid-19, situação que mudou a vida de praticamente todas as pessoas do planeta, de algum modo, em 2020, a questão torna-se ainda mais importante. Afinal, o isolamento social foi um dos principais modos de se tentar evitar ou reduzir o contágio do vírus, o que trouxe alterações significativas na relação dos indivíduos com questões do cotidiano, como trabalho, transporte e refeições. Mas este cenário colocou boa parte da população em situação de profundo esgotamento mental, com acúmulo de funções, transformação profunda da relação trabalho/casa, e das dinâmicas de alimentação, levando a diversas doenças de ordem psicológica e psiquiátrica.

A relação com a comida mudou durante este período mais intenso de isolamento e continua a se transformar intensamente. Seja do ponto de vista da restrição do que comer tendo em face os alimentos disponíveis na nova situação; a necessidade de aprender a cozinhar para quem mal ficava em casa e, de repente, viu-se em confinamento; do excesso na ingestão de alimentos, fruto da ansiedade ou outras questões psicológicas ligadas, muitas vezes, a distúrbios alimentares, como é o caso de pessoas que sofrem de compulsão alimentar e não podem estocar comida e que, no auge do isolamento, precisaram estocar para não ficar saindo o tempo todo de casa, correndo o risco de se contaminar. Estas são algumas possibilidades dentre tantas que ainda precisam ser pesquisadas, contabilizadas e analisadas.

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e Professora da Faculdade Casper Líbero e do Centro Universitário Fecap.

Não é estranho, diante deste quadro, dizer que são inúmeras as questões que se relacionam à relação entre alimentação, saúde mental e tempos pandêmicos. Aqui discutiremos o destaque que a cobertura jornalística e a respectiva repercussão em redes sociais deram ao tema durante o ano de 2020, focando na discussão sobre a relação entre comer, cozinhar, saúde mental e pandemia.

Pandemia e o comer emocional

Para adentrar o universo do comportamento e das escolhas alimentares no contexto da pandemia da Covid-19, precisamos iniciar discutindo questões que caminhem além da fome biológica e do puro determinismo nutricional do “comer para viver”. No tempo em que a parcela da população mais impactada pelos padrões midiáticos vive no contexto do que Armesto (2010) chama de superabundância alimentar inédita na história humana, é impossível dizer que comemos apenas para nutrir nosso corpo - comemos também para pertencer, para aparecer, para descobrir sabores e prazeres.

Há também a necessária discussão, do ponto de vista sociológico e antropológico, de que a busca pela comida e as transformações do alimento moldaram em grande proporção as sociedades e agrupamentos humanos - aquilo que o farmacêutico e biólogo espanhol Faustino Córdon (1979) chamou de “*cocinar hizo al hombre*”². Nos organizamos para comer em comemorações e em lamentos como velórios; estruturamos a rotina diária de trabalho em volta das pausas para alimentação. Comemos e bebemos para manter o cotidiano, para lamentar e para celebrar.

Das questões que cercam o comportamento alimentar humano, como lembram Alvarenga e Koritar (2015) no capítulo “Atitude e comportamento alimentar: determinantes de escolha e de consumo”, no livro *Nutrição Comportamental*, é fundamental discutirmos o comer emocional. Em entrevista ao portal de nutrição Nutritotal, Marle Alvarenga pontua este conceito:

De acordo com a nutricionista e PhD do Departamento de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da USP, Marle Alvarenga, é importante destacar que todos comem influenciados por emoções, mas quando se fala em “comer emocionalmente”, estamos nos referindo ao comer pelo fato de não se conseguir lidar com as emoções. E, nesses momentos, ela explica que o ideal seria até não comer se não há fome física.

² “Cozinhar fez o homem” (nossa tradução).

Se comer emocionalmente é ingerir alimentos para tapar o buraco de não se conseguir lidar com as emoções, é difícil imaginar, exceto em situações de guerra, um contexto tão favorável ao descontrole de ingestão de comida deste modo como uma pandemia. O SARS COV2, vírus que transmite a Covid-19, teve o primeiro caso oficial confirmado em 31 de dezembro de 2019, na China. Em 22 de março de 2020, a maior cidade da América Latina, São Paulo, decretava a quarentena obrigatória para tentar conter a propagação do vírus. Antes disso, a Europa e os Estados Unidos já deixavam o mundo atônito com imagens de muitas mortes, pacientes em estado terminal e covas abertas em série. Um período tão curto de tempo, tantas incertezas e indefinições, o medo da morte, o súbito confinamento, a perda de emprego, os desafios do trabalho em casa, as crianças sem escola, famílias sobrecarregadas e sem rede de apoio (em geral constituída por familiares idosos que precisavam prioritariamente ficar isolados): não faltaram motivos para gerar desordens alimentares.

Um dos pontos que ajuda a entender o cenário é que mesmo nos países que adotaram *lockdowns* severos nos primeiros meses da pandemia, como China, Itália, Espanha e Inglaterra, por exemplo, sair para comprar comida (e manter-se vivo biologicamente falando) sempre foi permitido, ainda que com restrições. Mas esse consumo não significa, necessariamente, comprar o básico para sobreviver. Pode ser também comprar doces para suprir carências, medos e incertezas, usando o eterno apaziguador dos desejos de felicidade humana, o açúcar. Pode ser ainda comprar muitos alimentos ultraprocessados, como salgadinhos, biscoitos e refrigerante. Lembrando aqui que o consumo de alimentos ultraprocessados possui inúmeras evidências científicas de prejudicar a saúde, especialmente relacionando-se às doenças degenerativas crônicas, como diabetes e hipertensão, por exemplo (Hall, 2019).

Um indicativo interessante é que demanda pesquisas aprofundadas na área da comunicação são os dados sobre as receitas mais pesquisadas na internet durante a pandemia. Análise realizada pela revista *Menu*, publicação especializada em gastronomia, em 28 de abril deste ano, a partir da ferramenta Google Trends³, mostra o seguinte ranking em relação aos termos pesquisados no Brasil durante o primeiro mês de isolamento social: Pão caseiro, Brownie, Bacalhau à portuguesa, Pizza de frigideira, Bolinho de bacalhau, Bolo de cenoura, Bolo de chocolate, Panqueca, Brigadeiro, Bolo de milho. Outro levantamento, mais extenso, realizado pelo jornal *O Tempo*, de 20 março a

³ Disponível em <<https://www.revistamenu.com.br/2020/04/28/veja-as-receitas-mais-pesquisadas-no-brasil-na-quarentena/>>. Acesso em 13 de nov. de 2020.

6 de junho, também usando como base de pesquisa o Google Trends, apresentou o gráfico que reproduzimos na *Figura 1*.

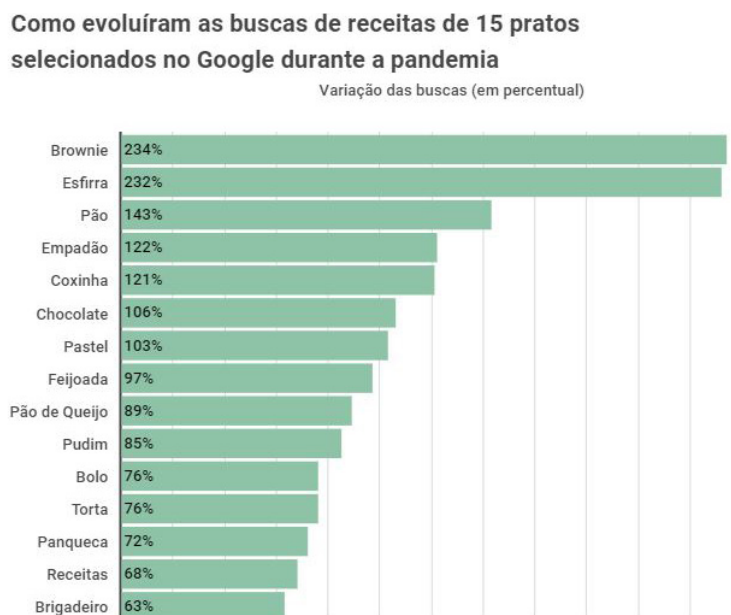


Figura 1 - Fonte: jornal *O Tempo*

Em ambas as pesquisas temos o predomínio de doces, farináceos e comidas altamente calóricas que, em geral, devem ser consumidas com moderação - não apenas por isso, mas por conterem muito açúcar, sal e gordura, elementos que precisam ser controlados. Claro que um índice de busca não categoriza a realização destas receitas, mas o interesse pode mostrar que muitas estavam procurando aprender a cozinhar - vide o súbito interesse em se fazer pão caseiro - mas também buscando comidas gostosas e “confortáveis”. Pode-se inferir, inclusive, que o isolamento, a falta de atividade física e comidas desse tipo em abundância parecem justificar dados como pesquisa da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia (SBEM), realizada em junho deste ano, que indica aumento de peso de 4 em cada 10 brasileiros, a partir de amostra de 1470 entrevistados que responderam a um questionário digital (Felix, 2020). Destes, 48,1% afirmaram sentir mais vontade de comer, mesmo sem fome, 23% dos entrevistados ganharam peso e 17% relataram que emagreceram.

A amostra é pequena, mas vale destacar o comer sem fome, apenas por vontade. Essa atitude emocional pode resultar justamente de questões de saúde mental, como insegurança, medo, depressão, ansiedade. E pode ainda ajudar a agravar os transtornos alimentares em pacientes diagnosticados ou não. Mas uma pergunta que fica é: de onde vem o apelo para o con-

sumo de tais receitas? Além da cultura tradicional, é impossível, na esfera midiática, não associar tais decisões de consumo alimentar principalmente às redes sociais, à televisão e a outras mídias tradicionais como livros e revistas, pois se configuram naturalmente como grandes destaques.

No universo de consumo de conteúdo e de notícias das redes sociais, particularmente do Instagram, os conteúdos de alimentação, como receitas, pratos, restaurantes e dietas, sempre foram destaque. Até por se tratar de um assunto de alta exposição, pois comida interessa em diversas feições e facetas, as redes sociais usam e abusam do tema. Logo que a quarentena foi sendo institucionalizada pelo Brasil, alguns perfis começaram a se destacar, como o da apresentadora e culinária Rita Lobo.

Responsável pela empresa *Panelinha*, que nasceu de um site do mesmo nome, Rita faz sucesso na internet e na TV a cabo graças ao programa *Cozinha Prática*, no canal GNT. Com o isolamento social passou a fazer vídeos diários no IGTV do Instagram, no canal “Rita, Help! #quarentena” (Figura 2), dando dicas do que as pessoas isoladas podiam cozinhar a partir do zero. A iniciativa alcançou bons índices de engajamento e acabou sendo um sucesso de opinião pública - lembrando que ela prioriza cozinhar alimentos naturais, seguindo os princípios de boa alimentação, caseira, natural e regional do *Guia Alimentar para a População Brasileira* (2014), do Ministério da Saúde.



Figura 2 - Fonte: www.panelinha.com.br

Mesmo apresentando uma comida mais saudável, a alta oferta de possibilidade de cozinha pode levar o público tanto a cozinhar e, portanto, a comer melhor, como a exagerar em doces, petiscos, pães, massas e até mesmo em “comida de fogão”, como dizemos comumente no Brasil,

disparando os gatilhos da fome emocional. Em momentos de altíssimo consumo digital, quando passamos a frequentar telas o tempo todo, misturando casa, trabalho e lazer em doses que ainda não eram conhecidas pela humanidade, a distração da comida em imagens sem fim nas redes e o contexto de vulnerabilidade de saúde mental pode ter despertado o comer emocional em doses preocupantes para muita gente. E com altíssima participação do componente midiático neste quadro.

Saúde mental, transtornos alimentares, excessos e restrições da quarenta

Os transtornos alimentares, sendo os mais conhecidos a compulsão, a anorexia e a bulimia, já são uma realidade preocupante há algum tempo. Como tais questões psiquiátricas são classificadas como de natureza multifatorial, não é possível especificar que a mídia seja a principal culpada, mas o excesso de imagens de corpos denominados como perfeitos, sempre aqueles magros e musculosos, é um fato comumente apontado por nutricionistas e psicólogos como preponderante para o aparecimento de tais problemas. Segundo Leal (2013):

Os transtornos alimentares (TA) têm critérios diagnósticos baseados em características psicológicas, comportamentais e fisiológicas¹. Caracterizam-se por severas perturbações no comportamento alimentar e imagem corporal, e seus critérios diagnósticos são estabelecidos pela Organização Mundial de Saúde, no Código Internacional de Doenças (CID-10), e pela Associação de Psiquiatria Americana, no Manual de Estatísticas de Doenças Mentais (DSM-IV)². Os quadros mais conhecidos são a anorexia nervosa (AN) e a bulimia nervosa (BN). Quando todos os critérios diagnósticos não são preenchidos para uma dessas síndromes, utiliza-se o diagnóstico de Transtorno Alimentar Sem Outra Especificação (TASOE)³ e, dentre eles, destaca-se o transtorno da compulsão alimentar periódica (TCAP).

No contexto de isolamento, medo, insegurança, contágio, morte, desemprego, indefinições que cercam uma pandemia global, não faltam questões que podem trazer o agravamento dos distúrbios alimentares ou até mesmo o surgimento deles. A compulsão alimentar, caracterizada pelo excesso de consumo de alimentos, em geral, em grandes quantidades poucas vezes ao dia ou em excesso o tempo todo, pode ter se agravado em pacientes que ficaram isolados em casa saindo apenas para comprar comida e com estoques de alimentos - ato contraindicado no tratamento

dessa doença. Já anorexia caracteriza-se pelo oposto: a/o paciente não come e se vê com excesso de peso, mesmo desnutrida/o. Há uma repulsa total pelo alimento; no contexto da insegurança mental da pandemia, o quadro pode ser mais severo ainda. E a bulimia que, em geral, é a doença do vômito induzido, após a ingestão de muita comida, também pode ter a pandemia como gatilho.

No Brasil, segundo dados da OMS (Organização Mundial da Saúde), 4,7% da população sofre de transtorno de compulsão alimentar, número maior do que a média mundial, de cerca de 2,6 da população e atinge principalmente jovens mulheres de 14 a 18 anos. Pesquisadores da área de psiquiatria ouvidos na reportagem “Como o isolamento social pode agravar os transtornos alimentares”, publicada em junho deste ano pelo portal PEBMED⁴, da Universidade Federal Fluminense, apontam que pode haver fatores de risco, que ainda deverão ser mapeados, em questões como o aumento de peso corporal e a falta de atividade física durante o isolamento social causado pela contenção da pandemia, assim como o aumento de uso das redes sociais de comunicação.

Ainda nessa reportagem, a nutricionista Noadia Lobão, especialista em Nutrição Clínica pela Associação Brasileira de Nutrição (ASBRAN), e pós-graduada em Obesidade, faz o seguinte apontamento:

A ameaça de sofrer com o contágio do vírus, a insegurança, a preocupação sobre o que poderia acontecer com os entes queridos, aumentaram os hormônios do estresse. Todos esses fatores somados causam grandes impactos, afetando a bioquímica do organismo. E essa situação é agravada pelo isolamento social. Instintivamente, o ser humano procura soluções para todo este quadro de sofrimento e, como o alimento traz um prazer e um bem-estar imediato e momentâneo sem igual, pode aumentar o aporte energético e também causar a compulsão alimentar (PEBMED, 2020).

O quadro de vulnerabilidade que a pandemia trouxe à população em relação à saúde mental pode ser agravado face a indivíduos vulnerabilizados e que já sofram de outros problemas, como depressão e ansiedade. É importante também lembrar que transtornos mentais podem estar relacionados aos excessos de consumo de alimento, como a compulsão - inclusive relacionando-se a gatilhos de muitas ofertas de comida na mídia, tanto em receitas quanto em pratos exagerados fotografados com frequência, quanto estar relacionados a restrições.

⁴ Agência de notícias de medicina e saúde fundada em 2018 da Clínica Médica da Universidade Federal Fluminense (UFF) com apoio do Hospital Israelita Albert Einstein.

Neste caso é patente a atuação de processos de pressão estética e gordofobia midiática em perfis fitness e de emagrecimento que, ao vender e tratar como padrão corpos magros e musculosos, oferece como parâmetro padrões de difícil alcance e que, junto às incertezas e inseguranças da pandemia, pode levar a quadros mais sérios de problemas de transtornos alimentares, diretamente, quanto a outras questões de saúde mental.

A restrição se torna ainda mais complexa quando olhamos para as redes sociais e identificamos a polifonia de vozes em destaque mas com discursos distintos. Um usuário de Instagram ou TikTok, confinado, por exemplo, não precisa de mais do que duas curtidas em um *post* de confeitaria, por exemplo, para ativar o algoritmo que lhe fornecerá mais e mais conteúdo do tipo. E mergulhará essa pessoa em um universo de imagens muito reconfortantes: bonitas e que prometem o apaziguamento e o conforto do açúcar. Mas, se ao mesmo tempo esse usuário curtir também dois conteúdos de emagrecimento nas redes, será igualmente bombardeado por *posts* deste tipo, com dicas de dietas restritivas, já identificadas como nocivas à saúde física e mental, e exercícios intensos.

Em tempos pandêmicos, tal diversidade pode agir como agente de piora na sensação de impotência e ansiedade em relação ao futuro, especialmente entre mulheres no que tange à alimentação. Além de ser o grupo que, majoritariamente, cuida da rotina alimentar das casas e postos de trabalho (Poulain, 2008), também constitui o grupo mais afetado pelas pressões do corpo ideal. Assim, em situações de enorme pressão, como uma pandemia global, equilibrar todos os papéis de responsável pela família, profissional e ainda a obrigatoriedade da magreza, pode ser pressão em excesso, além daquelas exercidas pelo medo que uma doença como a Covid19 já traz.

Naomi Wolf, em *O Mito da Beleza* (2018), pontua que frente aos direitos conquistados pelas mulheres nas últimas décadas, a sociedade patriarcal aumentou a vigilância dos nossos corpos, transformando a magreza em obsessão midiaticizada e presente em todas as classes sociais. De fato, a pressão estética só ficou mais forte com a ascensão das redes sociais na última década, por exemplo, mas Louise Foxcroft (2013) traça um cenário de milênios de opressão pela beleza e pelo corpo magro em *A Tirania das Dietas*, mostrando o controle exercido pelo capitalismo em relação ao corpo feminino.

Como a alimentação - o comer pouco ou nada -, tem papel de destaque nessa complexa equação, o cenário é agravado pelos problemas da pandemia da Covid-19, colocando uma pressão

a mais: “além de sobreviver ao vírus, deverei chegar ao fim da quarentena sem ter mudado meu corpo, mesmo longe da rotina anterior e dos exercícios”?

Essa é uma das possibilidades e, tal como dito anteriormente, queremos aqui prospectar algumas possibilidades que ainda precisarão de investigação e muitas pesquisas. Afinal, há aquelas pessoas que mudaram o próprio corpo no sentido daquilo que a sociedade aceita melhor e como padrão: emagreceram e até investiram em exercícios em casa. Algumas levavam rotinas estressantes no trabalho presencial e puderam ter uma rotina melhor trabalhando em casa. Tais cenários precisam ser levados em consideração neste tipo de abordagem.

Assim como precisamos considerar os gravíssimos problemas mentais relacionados à fome, ao desemprego e à absoluta restrição de alimentos por causa do desemprego, falência e outras perdas socioeconômicas que levam ou agravam a saúde de milhões de pessoas pelo mundo. E no nosso país não é diferente. Situações de vulnerabilidade como a perda de renda, que atingiram tanto pessoas desempregadas quanto trabalhadores do universo do entretenimento, por exemplo, que se viram sem trabalho em pouco tempo, levam a problemas sérios com a alimentação e podem agravar ou se transformar em gatilhos de problemas de saúde mental. Na realidade socioeconômica brasileira nunca podemos desconsiderar tais fatos e é por isso que a mídia desempenha papel tão crucial neste cenário.

A responsabilidade da mídia: considerações sobre a necessidade de um letramento midiático

Tendo em vista a diversidade de discursos sobre alimentação na mídia, e destacando a necessidade de pesquisas e aprofundamento sobre papel das redes sociais na relação das pessoas com a questão, especialmente no que tange os problemas relativos à saúde mental em tempos de pandemia, é fundamental discutir o papel do entendimento midiático neste quadro.

Se, como discutido, a mídia apresenta inúmeros produtos sobre como cozinhar mesmo para quem não sabe nada; como comprar alimentos com segurança em relação à contaminação pelo novo coronavírus; como emagrecer ou manter o peso durante a quarentena; como abastecer a casa de doces e comidas muito calóricas; como perder o peso que foi adquirido durante a qua-

rentena e tantos outros discursos complexos e contraditórios entre si, precisamos discutir como essa mídia pode melhorar a qualidade da informação oferecida. Daí chegamos à questão tão discutida do letramento midiático.

Douglas Kellner e Jeff Share (2008) discutem a questão no artigo “Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e reconstrução da educação”:

A alfabetização crítica da mídia é uma resposta educacional que amplia a noção de alfabetização, incluindo diferentes formas de comunicação de massa, cultura popular e novas tecnologias. Ela também aprofunda o potencial da alfabetização para analisar criticamente relações entre a mídia e as audiências, informação e poder. Com essa análise corrente, a produção de mídia alternativa dá aos alunos o poder de criar suas próprias mensagens, que podem desafiar textos e narrativas de mídia. (...) Muitas mudanças nas últimas décadas contribuíram largamente para a necessidade da educação para a leitura crítica da mídia. Faz-se necessária uma nova estrutura epistemológica para a alfabetização crítica da mídia, devido ao rápido desenvolvimento da tecnologia da informação e da comunicação, à expansão do capitalismo global de livre mercado e à escalada e decréscimo da diversidade linguística cultural, que está mudando ambientes sociais em níveis local e global.

Se o cenário em 2008, quando foi escrito o artigo, já apontava para a necessidade extrema de ensinarmos as pessoas, especialmente os jovens, a lerem criticamente a mídia, fica até difícil descrever o cenário 12 anos depois. Com tantas mídias criadas e nas quais se compartilham conteúdos o tempo inteiro, é muito difícil para o indivíduo comum entender qual é o bom material, aquele que poderá ajudá-lo ou não. E, mais importante ainda, ter ferramentas para saber qual é o conteúdo que não afetará a saúde mental e física, com informações desencontradas e sem a necessária responsabilidade.

Acreditamos que a proposta de letramento midiático relativa a nossa discussão, sobre alimentação, saúde mental e momentos críticos como a pandemia, deve levar em consideração alguns pontos importantes justamente para cumprir o papel de reflexão crítica e discussão da cidadania e democracia do necessário e justo acesso a boas e úteis informações, direito de todos, tais como:

- Em primeiro lugar, **oferecer instrumentos à população**, em termos de alcance massivo, que a instruem a **reconhecer conteúdos informativos que contenham desinformação e notícias falsas** e/ou exageradas, que apenas criam caos e medos desnecessários em um cenário já turbulento e difícil de administrar. É urgente ensinar as pessoas, dentro de escolas

de todos os graus de ensino e na mídia de grande alcance, como as redes sociais e a televisão, como elas podem reconhecer os gêneros textuais - afinal distinguir informação de opinião gera uma confusão enorme em tempos de redes sociais - e entender fontes e veículos que fazem o trabalho midiático de maneira séria, responsável e democrática.

- Para alcançar o primeiro ponto, não **há caminho fora da divulgação científica séria e de qualidade**, sem espaço para achismos. Mas uma **divulgação compreensível e que converse com as pessoas de todos os níveis educacionais**, contemplando a realidade brasileira, especificamente. É preciso ensinar os públicos a entenderem e compreenderem as **informações sérias produzidas por médicos, nutricionistas, educadores físicos, psicólogos** e outros especialistas em relação à alimentação, saúde mental e transtornos alimentares, particularmente. Distinguir o discurso científico do achismo das redes sociais do tipo “fiz uma dieta por conta própria e deu certo pra mim, nem engordei no isolamento social”.
- Numa reação em cadeia, a **divulgação científica séria precisa da mídia, em particular o jornalismo, pleno e atuante levando informação de qualidade para as pessoas**, sem se deixar levar pela pauta confusa e polifônica das redes sociais, como temos visto. A informação de interesse público, amparada pela ciência, como notas técnicas divulgadas pela OMS, devem ser enfatizadas, divulgadas e trabalhadas sem espaço para falsas simetrias jornalísticas, ou seja: quando o assunto é saúde mental e alimentação, não deve haver espaço e tempo na mídia para achismos.
- Os três primeiros pontos devem ser parte central de **políticas públicas de nutrição em saúde dos governos comprometidos com o bem-estar social**, ainda mais em situações extremas como uma pandemia global. Vide tamanho desencontro de informações, medo e segurança advindos deste tipo de situação, é fundamental o alinhamento entre o que a mídia divulga como informações importantes sobre alimentação, cuidado com o corpo e com os alimentos nessa situação. Portanto, deve haver **compromisso muito maior da mídia com o bem-estar físico e mental das populações** do que com pontos de audiência ou temas que gerem engajamento no universo dos veículos digitais.
- **O letramento midiático sobre alimentação deve começar no ensino infantil e fundamental**, ensinando crianças a buscarem informações nas fontes sérias e não em conse-

lhos de musas fitness e blogueiros. Assim, em momentos como a pandemia da Covid-19, poderemos ter populações menos propensas aos males advindos da relação confusa com tantos discursos diversos sobre alimentação em tempos complexos.

- Por fim, **é urgente naturalizar a saúde mental como busca tão importante quanto a saúde física**. Se o risco de contágio de um novo vírus durante uma pandemia global é um risco enorme para a saúde física, não é um risco menor ter sérios problemas de saúde mental durante este problema, como o desenvolvimento ou o agravamento de transtornos alimentares.

Entendemos que o processo proposto não é de simples implantação, mas acreditamos que o debate precisa ser feito desde já, especialmente verificando - ainda superficialmente - questões que tantos discursos diversos podem gerar entre diversas pessoas. O risco de desenvolvimento de problemas complexos de saúde mental advindo do cenário da pandemia não pode ser desconsiderado.

Por outro lado, deve ser enfrentado, pois o alimento está presente em qualquer situação de risco, seja como excesso ou, principalmente, restrição. Assim, se podemos sair de casa para comprar alimento a fim de sobreviver, mesmo nos períodos mais graves de risco de contágio, é sinal de que comer é uma das atividades mais significativas e criadoras de simbologias que temos na nossa vivência humana.

Referências

ARMESTO, Felipe Fernandez. **Comida: uma história**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

ALVARENGA Marle; ANTONACCIO Cynthia; FIGUEIREDO Manoela; TIMERMAN, Fernanda. (orgs.). **Nutrição Comportamental**. São Paulo: Editora Manole, 2015.

BRASIL. Ministério da Saúde: **Guia Alimentar para a População Brasileira – promovendo a alimentação saudável**. Normas e manuais técnicos. Brasília, 2014.

CORDON, Faustino. **Cocinar hizo al hombre**. Barcelona: Editorial Tusques, 1979.

FELIX, Paula. “**Pesquisa aponta que seis em cada dez brasileiros conseguiram manter o peso na quarentena**”. O Estado de S. Paulo, ano 141, 13 jun 2020. Disponível em: <https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,pesquisa-aponta-que-seis-em-cada-dez-brasileiros-conseguiram-manter-o-peso-na-quarentena,70003332270>. Acesso em 14 nov. 2020.

FOXCROFT, Louise. **A Tirania das Dietas**. São Paulo: Editora Três Estrelas, 2013.

HALL, Kevin, AYUKETAH; Alexis, BRYCHTA, Robert; WALTER, Peter; YANG, Shanna; ZHOU, Megan. **Ultra-Processed Diets Cause Excess Calorie Intake and Weight Gain: An Inpatient Randomized Controlled Trial of Ad Libitum Food Intake**. Cell Metabolism Magazine. Maio de 2019. Disponível em: [https://www.cell.com/cell-metabolism/pdf/S1550-4131\(19\)30248-7.pdf](https://www.cell.com/cell-metabolism/pdf/S1550-4131(19)30248-7.pdf). Acesso em 13 nov. 2020.

JACOB, Helena. **Gastronomia, culinária e mídia: estudo dos ambientes midiáticos da comida e da cozinha**. 2013. 210 f. Tese de doutorado (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica, PUC-SP, 2013.

KELLNER, Douglas; SHARE, Jeff. **Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e reconstrução da educação**. Educação & Sociedade, vol. 29, núm. 104, outubro, 2008, pp. 687-715 Centro de Estudos Educação e Sociedade Campinas, Brasil.

LEAL, Greisse Viero da Silva; PHILIPPI, Sonia Tucunduva; POLACOW, Viviane Ozores; CORDÁS,Táki Athanássios; ALVARENGA, Marle dos Santos. **O que é comportamento de risco para transtornos alimentares em adolescentes?**. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, vol.62 no.1 Rio de Janeiro 2013. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0047-20852013000100009&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em 14 nov. 2020.

MENU, Revista. **Veja as receitas mais pesquisadas no Brasil na quarentena**. São Paulo, 28 abr 2020. Disponível em: <https://www.revistamenu.com.br/2020/04/28/veja-as-receitas-mais-pesquisadas-no-brasil-na-quarentena>. Acesso em 13 nov. 2020.

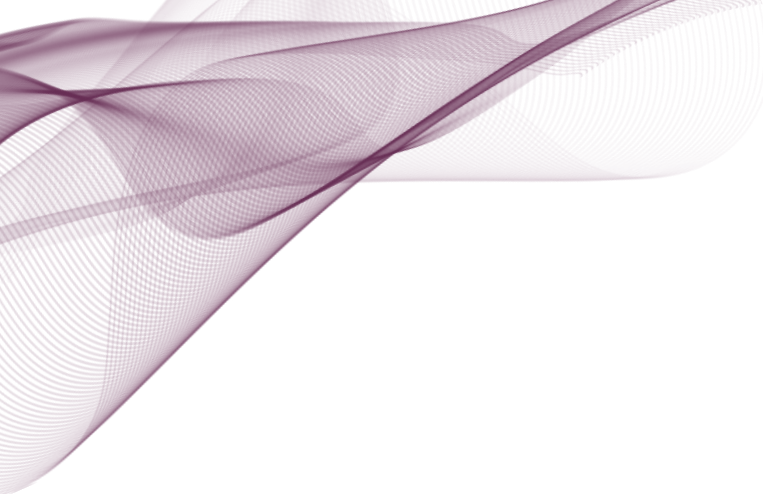
PEBMED. **Como o isolamento social pode agravar os transtornos alimentares? Rio de Janeiro, 26 jun 2020**. Disponível em: <https://pebmed.com.br/como-o-isolamento-social-pode-agravar-os-transtornos-alimentares/>. Acesso em 14 nov. 2020.

POULAIN, Jean Pierre. **Sociologias da Alimentação**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

O TEMPO. **Brownie, esfirra e pão, os mais buscados no google durante a pandemia**. Belo Horizonte, 22 jun 2020. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/interessa/brownie-esfirra-e-pao-os-mais-buscados-no-google-durante-a-pandemia-1.2352037>. Acesso em 13 nov. 2020.

UNESCO, Yearbook. **Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering, Radicalization and Extremism**. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2016. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246371>. Acesso em 10 fev. 2020.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.



Mindfulness e Mindful Eating: contribuições para saúde mental

Vera Lúcia Moraes Antonio de Salvo¹

Sobre *Mindfulness*

Mindfulness vem sendo traduzido no Brasil como “atenção plena” e mais recentemente, como “consciência plena”, que permite uma melhor compreensão do tema, já que não existe um único constructo para *mindfulness*.

A palavra *mindfulness* é frequentemente usada como um constructo, um estado mental, ou como um número de práticas projetadas para atingir este estado. *Mindfulness* pode ser usada também para descrever uma característica psicológica, uma prática de cultivo da atenção no momento presente, e um modo, estado, ou processo psicológico (Keng; Smoski; Robins, 2011). Pode ser entendida também como uma prática e exercícios as quais são, em sua maioria, derivadas de práticas meditativas tradicionais, adaptadas principalmente do Zen Budismo, do Ioga, e da tradição Vipassana (MMP, 2015) para sair do piloto automático. Uma das definições mais citadas de *mindfulness* diz respeito ao estado psicológico que surge ao prestar atenção de uma forma particular: intencionalmente, no momento presente, e sem julgamento (Kabat-Zinn, 1982).

A maioria dos autores segue o modelo de (Bishop, 2004), que propõe que a consciência engloba dois componentes: 1) auto regulação da atenção, e 2) a adoção de uma determinada orientação para suas experiências. Auto regulação da atenção refere-se à observação consciente das sensações, pensamentos ou sentimentos. Ela contempla tanto a capacidade de ancorar a atenção sobre o que está ocorrendo no momento, como a possibilidade de mudar intencionalmente a atenção de um aspecto da experiência para outro. Em relação a experiência vivida, traz uma atitude de curiosidade, abertura e aceitação.

De acordo com estas definições, segundo Shapiro, há 3 pilares ou axiomas interdependentes presentes em *mindfulness*: intenção, atenção e atitude (figura 1).



Figura 1

¹ Nutricionista com especialização em Nutrição Clínica e Teorias e Técnicas para cuidados integrativos, Pós-Doutora nos temas *Mindfulness* e *Mindful eating* (Departamento de Medicina Preventiva – UNIFESP/EPM – Centro Mente Aberta).

Intenção: o que motiva para a prática de *mindfulness*. Essencial para o engajamento e manutenção no processo.

Atenção: a possibilidade de entrar em contato o que se apresenta, interna e externamente, sem julgar ou interpretar.

Atitude: para além de apenas prestar atenção, foco, uma atitude de abertura, curiosidade e gentileza presentes.

Outro aspecto relevante para o entendimento de *mindfulness* é que o aprendizado acontece especialmente pela vivência, com práticas de introspecção, contemplação e meditação, não sendo possível sua compreensão pelo pensamento teórico ou discursivo (Grossman, 2010). É importante também destacar a diferença entre os conceitos de traço e estado de *mindfulness*. O traço ou *mindfulness* disponível é definido como uma característica de um indivíduo que tende a prestar atenção às experiências no momento atual com aceitação sem julgamento e não-reatividade, que cada um já tem e que responde por aproximadamente 30%; os outros 70% seriam passíveis de treino em programas padrão. Nesse sentido, as pesquisas apontam para, da mesma forma que uma academia de ginástica, é mais importante para a modificação das estruturas cerebrais e também para os efeitos de *mindfulness*, atentar-se mais à frequência do que a duração da prática. Por exemplo, ainda que os efeitos de praticar por 5 minutos seja diferente de praticar por 30 minutos, é melhor praticar 5 minutos todos os dias, ou a maior parte dos dias da semana do que 40 minutos, uma hora somente aos finais de semana. O estado de *mindfulness* seria aquele obtido após uma prática de *mindfulness*, ou seja, a medida que vamos treinando podemos melhorar o traço de *mindfulness* (Waszczuk et al., 2015).

Além de compreender o que é *mindfulness*, cabe também mencionar sobre o que não é *mindfulness*, já que é um tema relativamente recente. *Mindfulness* não é exatamente meditação, ou relaxamento, uma vez que é um convite à auto observação; uma habilidade da mente (traço) (Dreyfus, 2011), desenvolvida pela prática meditativa regular (Eberth; Sedlmeier, 2012). *Mindfulness* também não é deixar a mente “em branco” ou parar de pensar; a mente foi feita para pensar, o treinamento permite tomar consciência do pensamento, percebendo como eventos mentais transitórios.

A partir do conceito de *mindfulness* foram criados protocolos, programas ou intervenções baseadas em *mindfulness* (IBMs) para aplicação em populações clínicas. O primeiro deles, e mun-

dialmente conhecido, foi o *Mindfulness Based Stress Reduction* (MBSR), criado por Jon Kabat-Zinn, na universidade de Massachussets e, embora fosse voltado para redução do estresse e ansiedade, foi inicialmente aplicado em uma clínica de dor (Kabat-Zinn, 2011). Kabat-Zinn é considerado o pai de *mindfulness* no ocidente; a partir da manualização dessa abordagem em 8 semanas milhares de pessoas no mundo passaram a conhecer e praticar *mindfulness* de forma simples e laica (Baer, 2003).

As IBMs mais recentes são intervenções psicossociais baseadas em evidência, clinicamente orientadas, influenciadas pelas práticas contemplativas de *mindfulness*, ciência, medicina, psicologia e educação, cujo objetivo principal é proporcionar alívio de sintomas físicos e psicológicos indesejados, tais como a dor crônica ou sintomas depressivos (Crane et al., 2017). Os benefícios que emergem da prática surgem da prática sincera e, as alterações psicológicas resultantes são derivadas da percepção quando surgem experiências adaptativas ou mal-adaptadas.

Tradicionalmente as IBMs são realizadas em 8 semanas com 2 horas de duração (uma hora e meia a duas horas e meia), variando de 2 a 12 semanas em média, uma vez por semana e são compostas por atividades psicoeducativas e exercícios meditativos. Os exercícios meditativos ou práticas mais comuns são o escaneamento corporal (*body scan*, respiração com atenção plena, caminhada meditativa e movimentos conscientes). Os participantes recebem áudios dos exercícios realizados a cada sessão para que possam ser praticados em casa – as práticas formais, que requerem a reserva de alguns minutos diários para o cultivo das habilidades (10 a 45 minutos/dia), bem como o convite para as práticas informais, que podem ser incorporadas naturalmente no dia a dia. São alguns exemplos de práticas informais com atenção plenas como escovar os dentes, realizar tarefas de casa, tomar banho, ouvir música, fazer uma leitura, assistir um filme.

Mais recentemente um novo termo surgiu para classificar as IBMs. Este novo termo surge das reflexões sobre o avanço de *mindfulness*, sobre o que se denominou “*Mc Mindfulness*”, que representaria o uso e ensino de *mindfulness* de forma muito utilitarista e reducionista, o que corresponderia à apropriação indevida dos ensinamentos budistas, perdendo suas raízes éticas e espirituais, com conseqüências prejudiciais para a ciência, a ciência social e disciplinas da saúde, assim como o budismo em geral (Shonin; Van Gordon; Griffiths, 2013). As IBMs ou programas baseados em Mindfulness se dividiriam então em dois grupos: de primeira ou segunda geração.

As IBMs de primeira geração englobam programas de natureza laica, conduzida por pessoas de diferentes áreas, exceto em programas que requerem conhecimentos específicos por se destinarem a público diferenciado clinicamente, e que realizaram a formação profissional segundo as diretrizes internacionais. As IBMs de segunda geração, que encontram-se numa fase mais precoce de desenvolvimento, corresponderiam àqueles de natureza abertamente espirituais, conduzidos por líderes espirituais, ensinando de forma mais tradicional e como parte de um caminho espiritual, transmitindo os ensinamentos de forma autêntica (Van Gordon; Shonin, 2020).

Os benefícios e contribuições para a saúde física e mental são mencionados a partir da participação nestas intervenções, tanto de primeira como de segunda geração.

Neurociência de *Mindfulness*

A ciência da meditação, a partir de suas tradições contemplativas e espirituais, vem apresentando crescimento expressivo nos últimos 30 anos.

A neurociência contemplativa e o estudo mais amplo das práticas contemplativas além de oferecer uma visão científica, fenomenológica e filosófica, possibilita também a compreensão da natureza da consciência, além de esclarecer circuitos neurais plásticos subjacentes à atenção, emoção, percepção sensorial e autoconsciência (Brandmeyer; Delorme; Wahbeh, 2019).

Durante os programas ou intervenções baseadas em *mindfulness*, a partir de diferentes meditações (construtivista, desconstrutivista ou de insight) ou exercícios meditativos (atenção focada, compaixão, monitoramento aberto) distintas áreas do cérebro vão sofrer modificações em suas estruturas (tamanho, densidade, etc), graças a neuroplasticidade do cérebro, ou seja, a capacidade do sistema nervoso de mudar, adaptar-se. Independentemente dos tipos de meditação observam-se ativações em diversas estruturas: na ínsula (interocepção, empatia, metacognição), córtex motor (tarefas mentais complexas, memória, controle atencional, imagens mentais, raciocínio conceitual), córtex cingulado anterior dorsal (regulação da atenção e da emoção, bem como monitoramento do desempenho) e o córtex frontal (capacidade meta-cognitiva) (Fox et al., 2014), bem como a redução da atividade do “*default mode network*”, uma rede cerebral

envolvida com a divagação da mente (Garrison et al., 2015). *Mindfulness* desenvolve o descentramento ou desfusão cognitiva que nada mais é do que a capacidade de não se fundir aos pensamentos, percebendo-os como eventos mentais que podem gerar sensações, sentimentos, emoções (estados mentais), mas que não são fatos reais (Dahl; Davidson, 2019). A partir desta percepção, do olhar de observador é possível ser menos reativo, aumentando a possibilidade de ofertar respostas mais funcionais às situações que surgem.

***Mindfulness* e valores**

Os valores humanos podem ser definidos como os princípios ou crenças morais e éticos que conduzem a vida de uma pessoa. São escolhas pessoais sobre o que é importante na vida e que podem orientar a seleção de comportamentos. Os valores fazem parte da formação da consciência e da maneira como as pessoas vivem e se relacionam em uma sociedade (Porto; Tamayo, 2007).

Um dos benefícios de *mindfulness* é contribuir para a clarificação de valores a partir do perceber o que é significativo para as pessoas e o que elas realmente valorizam. A medida que uma pessoa é capaz de separar (observar) seus valores e refletir sobre com maior objetividade, tem a oportunidade de redescobrir e escolher valores que podem ser mais verdadeiros. Em outras palavras, torna a pessoa capaz de escolher reflexivamente e não apenas por condicionamento (Shapiro et al., 2006).

A partir da consciência é possível agir de forma mais congruente com seus valores e interesses reais. Uma consciência aberta e intencional pode ajudar a escolher comportamentos que sejam congruentes com as necessidades, interesses e valores (Brown; Ryan, 2003a).

Por outro lado, a força motriz do ser humano é a presença de sentido na vida (Santos, 2019). O sentido na vida é a principal motivação do ser humano para superar dificuldades, ancorada em seus valores; todavia, a percepção de sentido se dá por meio da consciência e, em um mundo tão ansiogênico e com tantas tarefas a cumprir é fácil afastar-se dos valores de vida, do que é realmente importante e que dá sentido, o porquê de fazer o que se faz. É muito comum estar na ação o tempo todo e ir promovendo um vazio interno, que ao contrário da motivação gerada pelo sentido, desvitaliza, enfraquece e pode levar a estados depressivos.

Mindful Eating

Inserida no modelo biomédico ou biologicista, mantém foco na doença e no risco, com ênfase em intervenções de caráter racional, interventivo e restritivo (Navolar; Tesser; De Azevedo, 2012).

Mindful Eating é uma extensão de *mindfulness* voltada para a alimentação, ou seja a atenção plena voltada ao comer que, assim como Mindfulness, possui várias definições, muito semelhantes entre si.

Uma das definições bastante difundida e aceita é a do *Centro Americano de Mindful Eating* que diz ser:

- a) Permitir tornar-se consciente das oportunidades positivas e nutritivas que estão disponíveis pela seleção e preparação da comida, respeitando sua sabedoria interior;
- b) Usar todos os sentidos na escolha de comer;
- c) Tornar-se consciente da fome física e dos sinais de saciedade para guiá-lo nas decisões de começar e parar de comer.

De maneira ampliada e não em contraposição, defino *mindful eating*, como uma forma de estabelecer uma relação mais prazerosa, amorosa e pacífica com o corpo e com a alimentação; um caminho de autoconhecimento e autocuidado que tem como norteador o alimento para construção da saúde integral, ou seja, a saúde não é apenas a ausência de doença, mas envolve o bem estar físico, mental e psicológico.

O jeito de comer pode definir quem ingere a comida e, não apenas aquilo que é ingerido, ou em outras palavras, resgatando a citação de Eça de Queirós: “diz-me o que comes e dir-te-ei quem és”. Em uma sociedade líquida em que o sofrimento é evitado a qualquer custo, qual o papel da alimentação no dia a dia? O alimento é usado para distrair, quando surge o tédio, para recompensar, diante de momentos difíceis, para celebrar conquistas e momentos felizes, para anestesiá-lo, fugir, não sentir, diante de situações muito dolorosas; é conforto, consolo, companhia de todas as horas, vinte e quatro horas por dia disponível; muitas vezes considerada a “droga” lícita.

Ainda que vivendo a ditadura da beleza, em um mundo de paradoxos, em que de um lado existe a abundância da comida e outro as restrições impostas pela busca do corpo magro, das

imagens midiáticas, a grande maioria das pessoas não quer fazer dieta. Há uma relação emocional em relação ao alimento, dando ao *mindful eating* a vantagem de ser uma abordagem não-dietética, menos assustadora para o paciente, realista, factível e duradoura, defendendo a auto-aceitação e aceitação do corpo, sem ficar preso ao número de calorias de cada alimento. Nessa direção, um estudo de metanálise (Katterman et al., 2014) indicam que comer com atenção pode ser um importante aliado na perda e manutenção de peso sem que se tenha que realizar a contagem de calorias, recomendada pela *Academy of Nutrition and Dietetics* (Miller et al., 2012).

Em situações de estresse, ansiedade, como a deste momento de pandemia é natural que o comer emocional (comer por conta das emoções e não por necessidade fisiológica) aumente e acabe levando a um acréscimo no peso. Para a manutenção de peso ser bem sucedida diferentes fatores estão associados, como por exemplo o controle sobre os episódios de ingestão excessiva e auto monitorização do seu próprio comportamento. A manutenção de peso também associa-se a fatores como a manifestação de motivação intrínseca, por exemplo maior auto-confiança, para a perda de peso, melhores estratégias de reação e capacidade de lidar com o estresse (descentramento, metacognição), sentimento de auto-eficácia, autonomia, narcisismo saudável e maior estabilidade e força psicológica (Black et al., 2011; Hill; Updegraff, 2012).

Mindful Eating pode ser uma abordagem promissora para cuidar de forma integral das pessoas mediante os reflexos observados na saúde física e emocional (Rogers et al., 2017) (Brown; Ryan, 2003b) (Sedlmeier et al., 2012), com resultados promissores na melhora do comportamento alimentar (O'reilly et al., 2014) (Robinson; Kersbergen; Higgs, 2014) (Warren; Smith; Ashwell, 2017) (Mantzios et al., 2018), hábitos alimentares mais saudáveis (Jordan et al., 2014) (Seguias; Tapper, 2018) redução e manutenção do peso corporal (Palmeira; Pinto-Gouveia; Cunha, 2017), prevenção do reganho de peso (Dunn et al., 2018), redução do comer compulsivo (Katterman et al., 2014) (Kristeller; Hallett, 1999) e melhora do perfil bioquímico (Daubenmier et al., 2011), além de exercer efeito médio na redução da ansiedade e depressão (Rogers et al., 2017). Não é possível ser feliz, estar em paz, se as pessoas são bombardeadas por uma série de propagandas de novos, coloridos e saborosos alimentos e de outro, especialmente as mulheres, sofrem a pressão para ter corpos cada vez mais esbeltos, o que exigiria restrições alimentares extremas e privação do prazer de se alimentar.

O corpo sob a ótica de *Mindfulness* e *Mindful Eating*

Os programas de *mindfulness* começam pelo corpo pois, ainda que a mente divague muito entre o passado e o futuro, o corpo está sempre no presente, sendo um importante recurso, âncora, para nos trazer para o agora, viver a experiência direta em vez de interpretar o que foi vivido.

A melhor forma de se conectar com o corpo é sentir. O senso de identidade provém de uma sensação de contato com o corpo; para saber quem somos, precisamos ter consciência do que sentimos. O corpo se expressa com gestos, posturas, representa muito mais do que uma vitrine a ser exibida. É recurso, lugar onde o ser humano habita e a partir do qual é possível viver cada experiência na vida, incluindo o comer. Quantos se sentem-se à vontade no corpo que habita? Quantos se afastam do corpo por não aceitação?

O corpo é entendido como meio de expressão a partir da potência perceptiva, motora e afetiva (Nóbrega, 2008) e tem uma linguagem própria que expressa o que não é dito mas está presente nas demais dimensões humanas: psíquica, espiritual e social. Mais do que o rosto, o corpo expressa as emoções (Cuddy; Wilmoth; Carney, 2012).

Aprender com o corpo em movimento, por exemplo, um dos convites de boa parte das IBMs, permite que se conte com uma rede mais amplamente distribuída de regiões cerebrais, exigindo mais do cérebro em seu aprendizado. A partir do corpo é possível perceber de forma concreta padrões mentais como “segurar” ou “apertar”, “abrir”, “deixar ir”, dado que os sistemas motor, cognitivo e emocional estão integrados (Lieberman, 2009). No ocidente e, com uma visão muito reducionista, é comum fragmentar o ser humano como se mente e coração fossem separados, menosprezando o efeito cascata da integração entre os sistemas e valorizada no Oriente.

Para a cultura do consumo, o corpo é veículo de prazer, estando associado a imagens idealizadas de juventude, saúde, aptidão e beleza, que favorecem a expansão da indústria da moda, cosméticos, academias de ginástica e afins. A percepção do corpo é dominada pelas imagens da cultura de consumo (Nóbrega, 2001) e quem está fora deste padrão é excluído e muitas vezes adocece. O ser humano necessita de pertencimento e fará qualquer coisa para se sentir parte, ainda que isto não represente saúde, mas doença, como é o caso dos transtornos alimentares e, nesta condição, haverá uma grande desconexão do corpo, uma dificuldade de sentir, de “encarnar”, ha

bitar o próprio corpo. Uma percepção mais precisa dos sinais corporais pode facilitar respostas mais adaptativas à dor, hábitos alimentares mais saudáveis (Forman et al., 2013), melhor gestão do stress (Bornemann et al., 2014), e outros comportamentos adaptativos.

Dentro do contexto de *mindfulness* e *mindful eating* o convite é que se possa olhar para o corpo a partir das lentes da compaixão e da bondade amorosa, reconhecendo a amplitude de recursos que o corpo oferece e a série de atividades que ele realiza de forma autônoma (digestão, respiração, etc), harmonicamente, trabalhando sempre para o bem estar e a saúde.

Nutrição e saúde mental: uma via de mão dupla

A saúde mental é mais do que a ausência de transtornos mentais e é determinada por uma série de fatores socioeconômicos, biológicos e ambientais; é uma parte integrante da saúde, não havendo saúde sem saúde mental (Filho; Coelho; Peres, 1999).

Nos últimos anos a prevalência de ansiedade, estresse e depressão vêm aumentando e o Brasil ocupa posição de destaque nestas doenças (Souza; Machado-De-Sousa, 2017).

A alimentação, parte integrante da vida, a relação mais duradoura, que acompanha o ser humano do nascimento à morte, pode melhorar ou agravar a saúde mental, bem como a condição de saúde mental pode influenciar positiva ou negativamente as escolhas alimentares de forma a promover saúde ou doença.

Os transtornos mentais, dentre eles, a ansiedade e depressão, são a principal causa de incapacidade no mundo e representam um terço das incapacidades nas Américas (Opas, 2018) e desde 2017 foram incluídos também no grupo de doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs) (NCD, 2018). Dentre os fatores de risco para os transtornos mentais, além da genética, traumas e estressores, aparece também a alimentação. Nesse sentido, a partir de 1990 o consumo de produtos ultraprocessados, ricos em gorduras e açúcares vêm aumentando, ao passo que o consumo de frutas, verduras e sementes vem sendo reduzido, o que representaria um risco para a saúde mental. Sendo então a alimentação um fator de risco modificável, haveria possibilidade de modificar o panorama de saúde mental.

Esse padrão de alimentação com menos alimentos frescos, mais alimentos industrializados, também conhecido como dieta ocidental, vem sendo associado não apenas à problemas cardiovasculares, diabetes, obesidade, mas também ao aparecimento e agravamento da ansiedade e depressão. Assim, a nutrição pode atuar na prevenção de transtornos mentais, tendo papel fundamental na promoção da saúde mental (Sarris et al., 2015).

A alimentação, componente importante do estilo de vida, tem duas funções básicas: a) garantir a quantidade de nutrientes necessários à sobrevivência (fome hipotalâmica) e b) proporcionar prazer, mediante a produção de serotonina e dopamina, que são neurotransmissores cerebrais, correspondendo à fome hedônica. Por conta das pressões para padrões de beleza inatingíveis, dado que as imagens veiculadas não são reais, mas construídas, a alimentação se tornou um momento de tormenta em que é permitido apenas comer o que é considerado “correto”, em quantidades ínfimas e nunca com prazer.

No que diz respeito à promoção e preservação da saúde mental, vários nutrientes estão envolvidos como as vitaminas B1, B3, B6, B12, C, D, os flavonóides, ômega 3, manganês, cobre, selênio e zinco (Lachance; Ramsey, 2018; Ljungberg; Bondza; Lethin, 2020), o que requer uma alimentação variada, a fim de que contemple diferentes nutrientes.

É importante resgatar, para falar de saúde mental e nutrição, o conceito de neurotransmissores cerebrais, que são mensageiros moleculares produzidos pelas células nervosas para comunicar e controlar grande parte das funções do corpo como memória, apetite, humor, ciclo sono-vigília. Muitos neurotransmissores são produzidos somente a partir de aminoácidos essenciais, ou seja, necessitam estar contidos em alimentos, uma vez que são necessários, mas o corpo não é capaz de sintetizar; neste caso, precisariam estar contidos em alimentos proteicos. Alguns neurotransmissores importantes para a saúde mental são serotonina, dopamina e o gama-aminobutírico (GABA).

Dietas ocidentais, com maior quantidade de açúcar, gordura e sal ativam o circuito de recompensa, no núcleo accumbens do cérebro e produzem dopamina, sobrepondo-se ao córtex pré-frontal que governa as funções cognitivas e autocontrole. Em situações de estresse, por exemplo, o corpo naturalmente vai aumentar a vontade por alimentos que ativam o circuito de recompensa. Estes alimentos, todavia também são pró inflamatórios, elevando citocinas como a interleucina 1 (IL1) e IL6, bem como o fator de necrose tumoral (FNT) que levam sintomas de

depressão e ansiedade e que por sua vez hiperativam o eixo hipotálamo-hipófise-adrenal (HPA) ligado ao estresse.

Uma boa dica seria consumir dieta mediterrânea ou oriental, frente à dieta ocidental que reduz de 25 a 35% o risco de depressão (Lassale et al., 2019). Além disso, uma dieta ocidental pode levar a redução do tamanho e densidade do hipocampo, região do cérebro pela regulação da motivação, emoção, aprendizagem e memória (Jacka et al., 2015).

Contribuições de *Mindfulness* e *Mindful Eating* para a saúde mental

A mente tem a tendência de divagar (47% do tempo), frequentemente está no futuro, o que pode aumentar a chance de desenvolver ansiedade e muitas vezes concentra-se no passado, ruminando acontecimentos, o que pode levar a depressão. É mais provável que a felicidade se encontre no presente, no agora.

Parte do sofrimento se dá por conta da busca incessante pelo que dá prazer (vou ser feliz quando casar, minha felicidade estará completa quando comprar minha casa, encontrar um grande amor, etc) e da esquiva do que faz sofrer. No contexto de *mindfulness* ou *mindful Eating*, a possibilidade de trazer mais equanimidade às experiências.

Mindfulness ajuda a identificar as emoções como eventos transitórios e não ameaçadores que podem ser tolerados, o que reduz a ansiedade e a depressão, bem como a necessidade de buscar o alimento repetidamente como forma de se esquivar de experiências dolorosas (compulsão alimentar). Além disso, a atenção melhora a regulação das emoções ao ensinar a aceitação e aumentando a tolerância de estados emocionais negativos. Os benefícios de *mindfulness* também incluem: Mais altos níveis de satisfação com a vida, mais disposição, vitalidade, auto estima, cultivando a aceitação, maior senso de autonomia, redução do “*self talk*” negativo, competência e otimismo (Keng; Smoski; Robins, 2011).

Comer com atenção plena pode reduzir em até três anos os sintomas de depressão (Winkens et al., 2018) e como comer faz parte do dia a dia e, de maneira geral, é realizada várias vezes por dia, permite maior possibilidade de aprendizagem (repetição). Não se trata apenas de prestar atenção, mas como se presta atenção, já que na prática, a maneira como *mindfulness* for

praticado é o que será fortalecido. Ex: se meditar com gentileza, a gentileza será fortalecida.

A partir do cultivo de *mindfulness* e/ou *mindful eating* a possibilidade de acolher com generosidade, amorosidade e gentileza as sombras, as partes que não são apreciadas, mas que habitam em cada ser humano, em vez de gerar frustração, culpa, vergonha ou remorso.

Se trata de sentir sentimentos como sentimentos, pensar pensamentos como pensamentos, plenamente sem defender-se, sem reagir, observar sem julgar, seguir diante com a vida tal como ela se apresenta e não como se idealiza (Blackledge; Hayes, 2001); para desta forma encontrar mais saúde mental e felicidade no dia a dia.

Referências

BAER, R. A. Mindfulness training as a clinical intervention: A conceptual and empirical review. **Clinical Psychology: Science and Practice**, v. 10, n. 2, p. 125–143, 2003.

BISHOP, S. R. **Mindfulness: A Proposed Operational Definition**. p. 230–241, 2004.

BLACK, D. S. et al. Component Processes of Executive Function-Mindfulness, Self-control, and Working Memory-and Their Relationships with Mental and Behavioral Health. **Mindfulness**, v. 2, n. 3, p. 179–185, 2011.

BLACKLEDGE, J. T.; HAYES, S. C. Blackledge_et_al-2001-Journal_of_Clinical_Psychology. **Psychotherapy in Practice**, v. 57, n. 2, p. 243–255, 2001.

BORNEMANN, B. et al. Differential changes in self-reported aspects of interoceptive awareness through 3 months of contemplative training. **Frontiers in Psychology**, v. 5, n. OCT, p. 1–13, 2014.

BRANDMEYER, T.; DELORME, A.; WAHBEH, H. The neuroscience of meditation: classification, phenomenology, correlates, and mechanisms. **Progress in Brain Research**, v. 244, n. February, p. 1–29, 2019.

BROWN, K. W.; RYAN, R. M. The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 84, n. 4, p. 822–848, 2003a.

BROWN, K. W.; RYAN, R. M. The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 84, n. 4, p. 822–848, 2003b.

CRANE, R. S. et al. What defines mindfulness-based programs? the warp and the weft. **Psychological Medicine**, v. 47, n. 6, p. 990–999, 2017.

CUDDY, A. J. C.; WILMUTH, C. A.; CARNEY, D. R. The Benefit of Power Posing Before a High-Stakes Social Evaluation. **Harvard Business School Working Paper**, v. 13, n. 27, p. 1–18, 2012.

DAHL, C. J.; DAVIDSON, R. J. Mindfulness and the contemplative life: pathways to connection, insight, and purpose. **Current Opinion in Psychology**, v. 28, p. 60–64, 2019.

DAUBENMIER, J. et al. Mindfulness intervention for stress eating to reduce cortisol and abdominal fat among overweight and obese women: An exploratory randomized controlled study. **Journal of Obesity**, v. 2011, 2011.

DREYFUS, G. Is mindfulness present-centred and non-judgmental? A discussion of the cognitive dimensions of mindfulness. **Contemporary Buddhism**, v. 12, n. 1, p. 41–54, 2011.

DUNN, C. et al. Mindfulness Approaches and Weight Loss, Weight Maintenance, and Weight Regain. **Current Obesity Reports**, v. 7, n. 1, p. 37–49, 2018.

EBERTH, J.; SEDLMEIER, P. The Effects of Mindfulness Meditation: A Meta-Analysis. **Mindfulness**, v. 3, n. 3, p. 174–189, 2012.

FILHO, N. D. A.; COELHO, M. T. Á.; PERES, M. F. T. O conceito de saúde mental. **Revista USP**, v. 0, n. 43, p. 100, 1999.

FORMAN, E. M. et al. The mind your health project: A randomized controlled trial of an innovative behavioral treatment for obesity. **Obesity**, v. 21, n. 6, p. 1119–1126, 2013.

FOX, K. C. R. et al. Is meditation associated with altered brain structure? A systematic review and meta-analysis of morphometric neuroimaging in meditation practitioners. **Neuroscience and Biobehavioral Reviews**, v. 43, p. 48–73, 2014.

GARRISON, K. A. et al. Meditation leads to reduced default mode network activity beyond an active task. **Cogn Affect Behav Neurosci**, v. 15, n. 3, p. 712–720, 2015.

GROSSMAN, P. Mindfulness for Psychologists: Paying Kind Attention to the Perceptible. **Mindfulness**, v. 1, n. 2, p. 87–97, 2010.

HILL, C. L. M.; UPDEGRAFF, J. A. Mindfulness and its relationship to emotional regulation. **Emotion (Washington, D.C.)**, v. 12, n. 1, p. 81–90, 2012.

JACKA, F. N. et al. Western diet is associated with a smaller hippocampus: A longitudinal investigation. **BMC Medicine**, v. 13, n. 1, p. 1–8, 2015.

JORDAN, C. H. et al. Mindful eating: Trait and state mindfulness predict healthier eating behavior. **Personality and Individual Differences**, v. 68, p. 107–111, 2014.

KABAT-ZINN, J. An outpatient program in behavioral medicine for chronic pain patients based on the practice of mindfulness meditation: Theoretical considerations and preliminary results. **General Hospital Psychiatry**, v. 4, n. 1, p. 33–47, 1982.

KABAT-ZINN, J. Some reflections on the origins of MBSR, skillful means, and the trouble with maps. **Contemporary Buddhism**, v. 12, n. 1, p. 281–306, 2011.

KATTERMAN, S. N. et al. Mindfulness meditation as an intervention for binge eating, emotional eating, and weight loss: A systematic review. **Eating Behaviors**, v. 15, n. 2, p. 197–204, 2014.

KENG, S. L.; SMOSKI, M. J.; ROBINS, C. J. Effects of mindfulness on psychological health: A review of empirical studies. **Clinical Psychology Review**, v. 31, n. 6, p. 1041–1056, 2011.

KRISTELLER, J. L.; HALLETT, C. B. An Exploratory Study of a Meditation-based Intervention for Binge Eating Disorder. **Journal of Health Psychology**, v. 4, n. 3, p. 357–363, 1999.

LACHANCE, L. R.; RAMSEY, D. Antidepressant foods: An evidence-based nutrient profiling system for depression. **World Journal of Psychiatry**, v. 8, n. 3, p. 97–104, 2018.

LASSALE, C. et al. Healthy dietary indices and risk of depressive outcomes: a systematic review and meta-analysis of observational studies. **Molecular Psychiatry**, v. 24, n. 7, p. 965–986, 2019.

LIEBERMAN, M. The brain's braking system (and how to “use your words” to tap into it). **Neuroleadership**, v. 2, p. 9–14, 2009.

LJUNGBERG, T.; BONDZA, E.; LETHIN, C. Evidence of the importance of dietary habits regarding depressive symptoms and depression. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 17, n. 5, p. 1–18, 2020.

MANTZIOS, M. et al. Mindfulness, self-compassion, and mindful eating in relation to fat and sugar consumption: an exploratory investigation. **Eating and Weight Disorders**, v. 0, n. 0, p. 0, 2018.

MILLER, C. K. et al. Comparative Effectiveness of a Mindful Eating Intervention to a Diabetes Self-Management Intervention among Adults with Type 2 Diabetes: A Pilot Study. **Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics**, v. 112, n. 11, p. 1835–1842, 2012.

MMP, D. Mindfulness e Promoção da Saúde. **RESC**, v. 2, n. 3, p. e82, 2015.

NAVOLAR, T. S.; TESSER, C. D.; DE AZEVEDO, E. Contribuições para a construção da nutrição complementar integrada. **Interface: Communication, Health, Education**, v. 16, n. 41, p. 515–527, 2012.

NCD. 2018 United Nations High-Level Meeting on NCDs FREQUENTLY ASKED. 2018.

NOBREGA, T. P. DA. AGENCIAMENTOS DO CORPO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: Uma abordagem estética do conhecimento da Educação Física. **Motrivivencia**, p. 1–11, 2001.

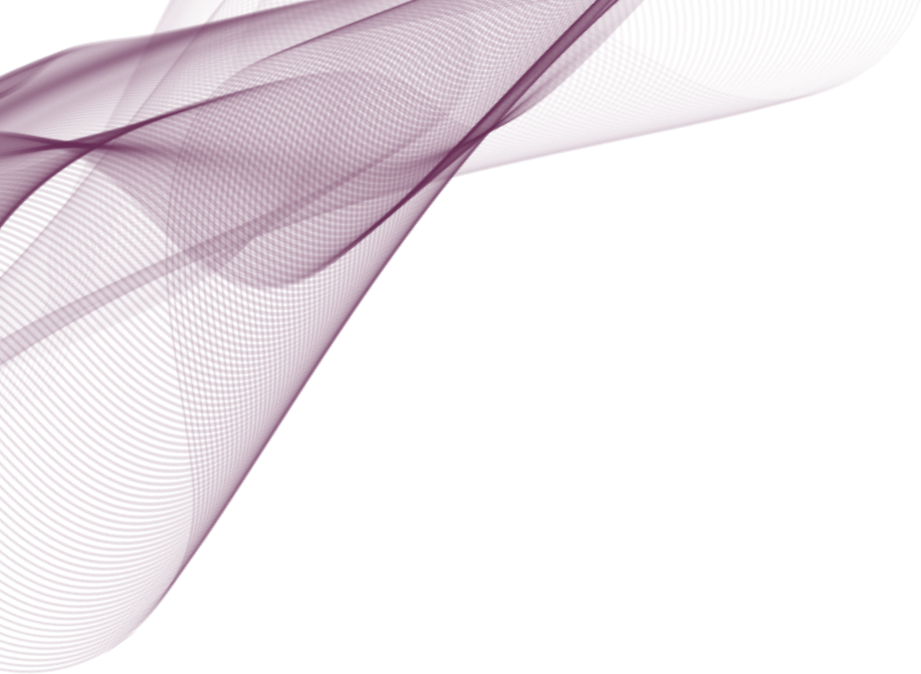
NÓBREGA, T. P. DA. Corpo, percepção e conhecimento em Merleau-Ponty. **Estudos de Psicologia (Natal)**, v. 13, n. 2, p. 141–148, 2008.

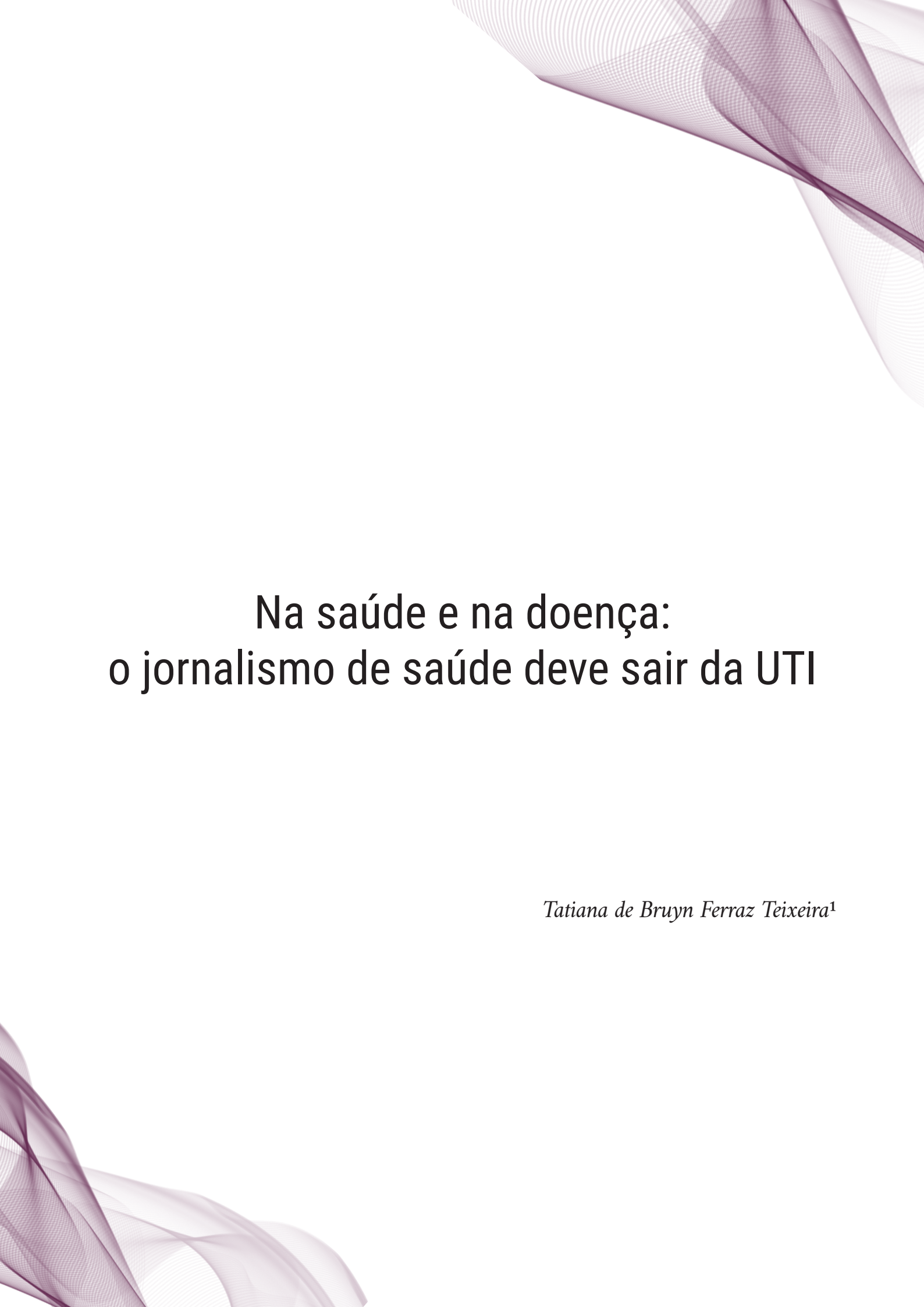
O'REILLY, G. A. et al. Mindfulness-based interventions for obesity-related eating behaviours: A literature review. **Obesity Reviews**, v. 15, n. 6, p. 453–461, 2014.

- OPAS. **La carga de los trastornos mentales en la Región de las Américas**, 2018. [s.l: s.n.].
- PALMEIRA, L.; PINTO-GOUVEIA, J.; CUNHA, M. Exploring the efficacy of an acceptance, mindfulness & compassionate-based group intervention for women struggling with their weight (Kg-Free): A randomized controlled trial. **Appetite**, v. 112, p. 107–116, 2017.
- PORTO, J. B.; TAMAYO, Á. Estrutura dos valores pessoais: a relação entre valores gerais e laborais. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 23, n. 1, p. 63–70, 2007.
- ROBINSON, E.; KERSBERGEN, I.; HIGGS, S. Eating “attentively” reduces later energy consumption in overweight and obese females. **British Journal of Nutrition**, v. 112, n. 4, p. 657–661, 2014.
- ROGERS, J. M. et al. Mindfulness-based interventions for adults who are overweight or obese: a meta-analysis of physical and psychological health outcomes. **Obesity Reviews**, v. 18, n. 1, p. 51–67, 2017.
- SANTOS, D. M. B. DOS. Relatos de experiência- Educação para sentido na vida e valores: percepção de universitários a partir do livro “Em busca de sentido”, de Viktor Frankl*. **Rev. Bras. Estud. Pedag.**, v. 100, n. 254, p. 230–251, 2019.
- SARRIS, J. et al. Nutritional medicine as mainstream in psychiatry. **The Lancet Psychiatry**, v. 2, n. 3, p. 271–274, 2015
- SEDLMEIER, P. et al. The psychological effects of meditation: A meta-analysis. **Psychological Bulletin**, v. 138, n. 6, p. 1139–1171, 2012.
- SEGUIAS, L.; TAPPER, K. The effect of mindful eating on subsequent intake of a high calorie snack. **Appetite**, v. 121, p. 93–100, 2018.
- SHAPIRO, S. L. et al. Mechanisms of Mindfulness. **Journal of Clinical Psychology**, v. 62, n. 3, p. 373–386, 2006.
- SHONIN, E.; VAN GORDON, W.; GRIFFITHS, M. D. Mindful ness-based interventions: Towards mindful clinical integration. **Frontiers in Psychology**, v. 4, n. APR, p. 1–4, 2013.
- SOUZA, I. M. DE; MACHADO-DE-SOUSA, J. P. Brazil: World leader in anxiety and depression rates. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v. 39, n. 4, p. 384, 2017.
- VAN GORDON, W.; SHONIN, E. Second-Generation Mindfulness-Based Interventions: Toward More Authentic Mindfulness Practice and Teaching. **Mindfulness**, v. 11, n. 1, p. 10–13, 2020.
- WARREN, J. M.; SMITH, N.; ASHWELL, M. A structured literature review on the role of mindfulness, mindful eating and intuitive eating in changing eating behaviours: Effectiveness and associated potential mechanisms. **Nutrition Research Reviews**, v. 30, n. 2, p. 272–283, 2017.

WASZCZUK, M. A. et al. A Multivariate twin study of trait mindfulness, depressive symptoms, and anxiety sensitivity. **Depression and Anxiety**, v. 32, n. 4, p. 254–261, 2015.

WINKENS, L. H. H. et al. Mindful eating and change in depressive symptoms: Mediation by psychological eating styles. **Appetite**, 2018.





Na saúde e na doença: o jornalismo de saúde deve sair da UTI

Tatiana de Bruyn Ferraz Teixeira¹

A “pílula do câncer”, as vacinas que podem “causar doenças”, as dietas milagrosas para perda de peso, a demonização do glúten e da lactose mesmo para indivíduos que toleram essas substâncias, vitaminas para pessoas saudáveis, suplementos que prometem melhoras na saúde e consomem dinheiro e esperança de pacientes. E um caso clássico que ilustra a generalização de informações científicas e a falta de critério utilizada pelos meios de comunicação: em outubro de 2015, uma notícia sobre um alerta da Mundial da Saúde (OMS) chamou a atenção de toda a população e ganhou repercussão em todas as redes sociais. O texto, manchettato em todos os jornais, sites e portais em letras garrafais, dizia que o consumo de produtos como salsicha, linguiça, bacon e presunto aumenta o risco de câncer do intestino em humanos. A informação vinha de um novo relatório da OMS, baseado em estudos observacionais².

De acordo com o documento, a carne processada é um fator de risco certo para o câncer e carnes vermelhas de um modo geral são um fator de risco “provável”. Foi o que bastou para que uma polêmica generalizada se instalasse nas rodas de conversa e nas redes sociais. As carnes processadas foram colocadas na lista do grupo 1 de carcinogênicos – que já inclui tabaco, amianto e fumaça de diesel – para os quais já há “evidência suficiente” de ligação com o câncer. Uma notícia como essa chama a atenção por se tratar de algo comum entre os consumidores de todo o planeta. Mas talvez seja o impacto da notícia – às vezes mal interpretada – que pode causar problemas de compreensão.

Por falta de preparo, de treinamento e conhecimento sobre os principais critérios da saúde baseada em evidências, o jornalista acaba por interpretar dados científicos de maneira parcial ou exagerada. O impacto causado pelas manchetes dava a entender semanticamente que “comer alimentos como linguiça e similares causa câncer”, quando o correto seria explicar ao leitor a estatística que deveria ser levada em conta na escolha dos alimentos para poder ter uma vida mais saudável. Isso acontece pela falta de formação e informação sobre saúde, o que não faz parte do currículo de estudos do jornalismo no Brasil conforme Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo³.

¹ Jornalista, Professora da Faculdade Cásper Líbero e Doutoranda do Programa de Pós-Graduação de Saúde Baseada em Evidências da Escola Paulista de Medicina (Unifesp).

² OMS classifica carnes processadas como cancerígenas. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-10/oms-classifica-carne-processada-como-alimento-cancerigeno>>. Acesso em 16 out. 2020.

As diretrizes, no entanto, fazem referência à necessidade de “identificar e reconhecer a relevância e o interesse público entre os temas da atualidade; distinguir entre o verdadeiro e o falso a partir de um sistema de referências éticas e profissionais e pesquisar, selecionar e analisar informações em qualquer campo de conhecimento específico”. Daí porque o conhecimento sobre a saúde e estratégias de buscas de informações na área da medicina certamente podem fazer com que jornalistas e redações lidem melhor com as informações diárias sobre assuntos de saúde.

Com melhor conhecimento dos desenhos de estudos das pesquisas científicas, das estratégias de busca por informações de qualidade, e de como interpretar estatística básica e revisões sistemáticas, o jornalista certamente fará o melhor e mais proporcional uso das informações que possui em mãos para escrever seu texto.

No caso da notícia da OMS, o correto seria dizer que o consumo exagerado de carnes vermelhas e embutidos pode aumentar em 17% o **fator de risco** para um tipo de câncer. Mas nem os jornalistas e tampouco a população sabem o que significa fator de risco.

Traduzir a notícia relacionada à ciência requer critérios quase sempre ignorados ou propositalmente esquecidos para que os textos sejam ao máximo simplificados, choquem a população leitora e assim aumentem a audiência e a exposição de certos sites/revistas, prestando um desserviço àqueles que podem e devem usufruir do esforço que a ciência faz para melhorar a qualidade de vida e oferecer alternativas relativas à alimentação, doenças, comportamentos.

O acesso à informação de qualidade em saúde é essencial tanto para os pacientes como para os profissionais de saúde que cuidam deles, para que possam tomar decisões baseadas nas melhores evidências disponíveis. A saúde baseada em evidências (SBE), antigamente conhecida como “medicina baseada em evidências” ou MBE, consiste na integração da melhor evidência disponível, junto com a experiência clínica do profissional de saúde, levando em consideração as preferências do paciente. A SBE surgiu no início da década de 1990 e passou a substituir os conceitos antigos da tomada de decisões em saúde baseados exclusivamente na eminência, experiência ou na preferência pessoal dos profissionais de saúde.

Mas o caso de 2005 foi apenas uma referência histórica. Diariamente nos deparamos com manchetes e textos “superfaturados” que não relativizam números nem o peso das descobertas

³ Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192>. Acesso em 15 out. 2020.

científicas, que nem sempre ou quase nunca são, de fato, “descobertas”. Em entrevista concedida à *Revista Comunicare*, o professor Álvaro Attalah (Teixeira, 2016), pioneiro da SBE no Brasil, médico e professor titular da Escola Paulista de Medicina (Unifesp/SP), classifica a informação jornalística como tão importante quanto a relação médico-paciente. Para ele, a informação pode ser uma das maiores ferramentas para fazer com que diminuam as mais de 700 mil mortes evitáveis que acontecem por ano apenas no nosso país. Entenda-se por mortes evitáveis aquelas que podem ser evitadas com medidas simples, como lavagem das mãos, colocação de antiderrapantes nas escadas, uso de lentes corretivas adequadas, etc. Por isso, a parceria entre médicos e jornalistas pode contribuir para a melhoria da saúde coletiva, na medida em que as informações sobre a ciência serão melhor absorvidas pela população.

Apesar da existência de disciplinas específicas nos cursos de jornalismo como jornalismo econômico, jornalismo político e jornalismo cultural, não existe ainda no Brasil a preocupação de um treinamento específico no assunto jornalismo e saúde. As normas oficiais mais recentes do Ministério da Educação do Brasil não incluem matérias sobre saúde como parte do conteúdo obrigatório dos currículos universitários do curso de jornalismo. Existem estudos sobre o treinamento de jornalistas para a aquisição de habilidades e competências para criação de matérias relacionadas à saúde, com resultados variados (Santos et al., 2007).

Seja através de campanhas entre médicos, campanhas entre pacientes, reuniões, congressos, é preciso de alguma maneira fazer com que a cultura do paciente mude o mais rapidamente possível. É preciso fazer com que ao menos os conceitos mais básicos de prevenção cheguem até as mesas de bar, até as escolas, até os salões de beleza. E, para isso, existem profissionais altamente qualificados: profissionais de comunicação devem (e podem!) elaborar uma grande estratégia de transmissão de conhecimento para que a saúde baseada em evidências seja uma expressão corriqueira. Para que relatos de caso e testemunhos não validem procedimentos. Para que o conceito de ciência esteja inculcado entre os cidadãos para que menos dinheiro seja gasto e mais pacientes possam sofrer menos com informações imprecisas e principalmente falsas esperanças, além de exames preventivos excessivos, que em nada contribuem para uma melhor qualidade de vida ou aumento da longevidade.

E como fazer com que os pacientes tenham noções da medicina baseada na ciência? Colocando-os em contato com um termo pouco utilizado no mundo do comodismo: a estatística.

Cada paciente tem que saber que ele – o paciente - representa uma “análise combinatória” de possibilidades. Nunca, mas nunca mesmo o mesmo tratamento que serviu para a prima, a avó ou a vizinha vai servir da mesma maneira, trazer os mesmos efeitos. É preciso ter muita paciência para abordar com cada um deles um universo de possibilidades, recorrendo sempre a comparações.

A dica para explicar o que significa “revisão sistemática”, por exemplo (um conceito importantíssimo sobre saúde) é a mesma que comparar conselhos para quem vai fazer uma viagem à Disney. Explicando: suponhamos que uma família pretenda fazer uma viagem à Disney pela primeira vez: pai, mãe e dois filhos adolescentes. De praxe, o pai e a mãe vão em busca de conselhos e dicas de pessoas que já fizeram a mesma viagem. Só que as opiniões e dicas divergem muito entre si. O casal que foi sem filhos, por exemplo, aconselha que a família visite o parque A e o parque B, e fique hospedado no hotel 1. Já uma outra família não aconselha o parque B, apenas o A e o C. Hotel? Muito melhor o número 2. Já um outro casal com um filho muito pequeno diz que o parque A é imperdível, mas que a melhor pedida para hotel é o número 4. E por aí vai.

Se juntarmos umas cem famílias, certamente as dicas serão diferentes. Algumas provavelmente vão prevalecer, outras dicas serão raras. E agora? O que fazer com tanta informação? Cada família tem características muito próprias: filhos pequenos demandam mais infraestrutura, acessibilidade para carrinhos, atrações mais leves, etc. Filhos adolescentes já vão preferir coisas mais radicais, como montanhas russas e trens fantasmas. Casais sem filhos têm mais demandas românticas. E o que tem a ver a revisão sistemática com tudo isso? Simples! A revisão sistemática é um método matemático que “joga” todas as informações em um liquidificador, dando o peso exato a cada informação. Dessa somatória resulta uma linda “mistura de bolo” que mostra, com números, qual das dicas é a mais adequada para o *seu tipo de família*. Isto é, escolhendo o que sugere essa “tabela” da revisão sistemática, a probabilidade do pai, mãe e filhos ficarem muito satisfeitos com a viagem é muito maior.

A metáfora descrita acima serve para explicar ao paciente que o corpo humano é exatamente como a família que vai para a Disney. Tem características próprias, doenças prevalentes, fatores de risco, etc. que são *diferentes* em cada pessoa, e por isso todo tratamento tem de ser sempre individualizado levando-se em consideração aquilo que a matemática já provou ser mais eficaz, mais efetivo. Mais provável.

Pacientes também precisam saber que existem falsos positivos e falsos negativos. Precisam ser convencidos de que se passarem a vida fazendo exames preventivos para tudo, deixarão de viver. Que a probabilidade de morrer de uma gripe alardeada pelo programa jornalístico sensacionalista pode ser bem menor do que a de morrer caindo da laje ao tentar reparar uma telha. Que tratar doença não é o mesmo que tratar sintomas. E o mais importante: é o próprio médico quem deve dizer ao paciente que ele deve desconfiar de absolutamente tudo o que as pessoas passam e repassam nas redes sociais, principalmente quando são receitas milagrosas que deram certo com “muita gente” e por isso darão certo com ele também.

O médico deve impor-se como autoridade que dá ou não legitimidade à informação trazida pelo paciente, e não a mídia. A auto estima da profissão fica extremamente abalada quando o paciente contesta a informação do médico com base em algo que “leu” ou “ouviu”. A mídia, com todo seu “corpo”, luzes, manchetes, ilustrações, animações, foi escrita e editada por alguém que não é da área da saúde. O fato de uma informação ter saído em um grande meio de comunicação não legitima seu conteúdo. O paciente tem que saber que texto jornalístico não é artigo científico, e sim uma informação “avulsa” que pode ser muito boa ou não tão verdadeira. Isso porque o texto pode estar mal escrito a fonte de pesquisa pode ter sido mal formulada, o texto pode estar supervalorizando o “especialista” entrevistado, a “descoberta” noticiada pode estar ainda em uma fase embrionária, que vai demorar a fazer parte de tratamentos.

Os médicos não podem deixar que a “aura”, a “magia”, as cores e efeitos das telas se sobreponham ao trabalho científico: os números é que mostram a probabilidade de cada tratamento dar certo. E esses mesmos números têm efeitos diferentes que dependem do seu sangue, da sua família, do cigarro que você fuma, do álcool que você bebe, do estresse que você passa.

É um longo caminho que vai exigir de médicos, pacientes e comunicadores muita paciência, mas o conceito de saúde está cravado na nossa cultura de maneira equivocada. No dia em que cada paciente tiver noção do que significam as evidências científicas, terá também uma maneira diferente de enxergar médicos, doenças e prevenções. É um esforço conjunto para criarmos uma nova mentalidade que ajude a melhorar a qualidade de vida de todos, investindo onde realmente é necessário e deixando de fazer enriquecer aqueles que – em nome de curas e emagrecimentos milagrosos – arrecadam milhões dos que falsamente são seduzidos.

“Mas cada hora o médico diz uma coisa”

Um sonho: convencer todos os pacientes de que a medicina não é uma ciência exata. De que a medicina é individualizada. De que o medicamento, a dieta ou o tratamento que serviu para o vizinho não é necessariamente o mesmo tratamento que serve para você ou para o seu marido. Ainda não chegamos lá.

A indústria farmacêutica (somente a parte não tão bem intencionada), a pós-verdade e principalmente a internet estão fazendo crescer a bolha da ignorância com relação ao que é a evidência científica – algo que deveria ser ensinado nas escolas, desde os mais tenros anos da infância. Infelizmente, não é isso que acontece.

Em março de 2019, o site *Hypenes* (especializado em notícias sobre comportamento, saúde, diversidade, etc.) noticiou um caso que rendeu muitos “cliques” e “curtidas”: uma mulher que sofreu um AVC ao praticar Yoga⁴. A notícia não chamou mais a atenção do que um comentário, postado logo abaixo do texto principal, por uma praticante da modalidade: “Que desserviço... péssima reportagem... seria preciso falar também sobre quantos AVCs foram evitados por causa da prática da yoga.” Faz todo sentido. Infelizmente, interações inteligentes assim são uma raridade no mundo obscuro da notícia e da repercussão da notícia: às vezes é a repercussão de um assunto que causa muito mais boatos ou rumores do que o próprio acontecimento em si. É a consequência de viver na era da informação, tempo em que a velocidade das redes sociais é muito mais rápida do que a capacidade que um ser humano tem de absorver, entender e analisar uma situação. Talvez por isso cada vez mais acreditamos no que é mais fácil, no que é mais poético, no que é mais “natural”, no que parece lógico mas não é. Agora imagine um paciente, uma família com um ente querido doente passando por uma situação de incerteza e o mundo (redes, mídias, *whatsapp*) bombardeando informações de todos os lados. O que fazer? Como ajudar? Informar e informar *bem* pode ser, em muitos casos, a maneira mais trabalhosa. Porém, a longo prazo, poderemos ter uma mudança de postura que favoreça a todos: médicos e pacientes.

Os pacientes precisam estar cientes de que não existe explicação para tudo. Cura para tudo. Remédio para tudo. Evidências para tudo. Mas explicar os tratamentos baseados nas evidências científicas junto com as características pessoais de cada um pode ser a maneira mais

⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/hypeness/posts/2465259253508021>>. Acesso em 16 out. 2020.

trabalhosa, porém a mais indicada para que a longo prazo possamos ter uma mudança de mentalidade da população: médicos e pacientes aproveitando melhor o tempo, os recursos públicos, a boa pesquisa científica.

Quando o paciente busca por um tratamento, tem de saber que o médico não vai ter um tratamento “cem por cento”. Isso não existe. Cabe ao médico escolher o melhor caminho, aquele que provavelmente dará mais certo. Provavelmente. A medicina não é uma ciência. É uma profissão que capacita um indivíduo para analisar uma situação e com conhecimentos distintos indicar o caminho que provavelmente terá mais chance de dar certo.

Em março de 2019, o psiquiatra Daniel Martins de Barros, que também é colunista em vários meios de comunicação falando sobre saúde mental, publicou um *post* falando sobre a necessidade que todos têm de ter explicações para tudo. Ele se referia, à época, sobre o caso de Suzano, na Grande São Paulo, quando meninos invadiram uma escola em pleno funcionamento e saíram atirando, matando vários colegas (Lima, 2019). Na sequência deste triste episódio, foram surgindo os “especialistas de plantão” para “culpar” as redes sociais, as séries violentas, os vídeo games, etc. Porém, o próprio Daniel Barros fez questão de apontar a pseudociência que serviria para explicar absolutamente tudo, inclusive coisas que não têm explicação. Diz um trecho desse texto:

Ninguém sabe o que leva jovens a entrarem atirando em escolas. – sabemos que existem fatores associados, como estrutura de personalidade frágil, busca de identidade, sensação de injustiça, desejo de vingança. Mas nenhum desses fatores é necessário e suficiente para tal comportamento. Ou seja, não existe uma causa conhecida. Ninguém sabe por que a taxa de suicídio aumenta no mundo. – há teorias e especulações, que vão da nossa incapacidade de tolerar sofrimento ao aumento do narcisismo nas pessoas, passando pela enorme incidência de depressão e uso de drogas. Só que existem tantas motivações diferentes para alguém tirar a própria vida que até hoje é impossível dizer que haja um motivo claro. Do ponto de vista científico isso não é um problema, é uma vantagem. A ciência é o lugar da dúvida, do questionamento, da formulação, teste, refutação e reformulação de hipóteses. O trabalho do cientista é ir atrás das respostas, não tê-las na ponta da língua para publicar na internet. Dá próxima vez que ouvir uma suposta figura de autoridade cheia de certeza, desconfie. A certeza é matéria da religião; na ciência as verdades são sempre transitórias (Barros, 2019, s/p).

Por isso, é bom confiar mais no médico que “cada hora fala uma coisa” do que naquele médico que tem um “kit” pronto para quaisquer sintomas e doenças.

As gripes, os medos, as “certezas”

O título da reportagem era: *Ministério da saúde antecipa vacinação contra o H1N1* (Formenti, 2016). Por parte do público, uma correria absurda aos postos de saúde e prontos socorros. Do ponto de vista médico, a principal informação estava em um trecho da entrevista concedida por um dos médicos envolvidos: a de que a H1N1 era uma gripe forte como outra qualquer e que apenas pessoas com a saúde frágil como crianças e idosos precisavam de cuidados e preocupações maiores. Portanto, a manchete deveria ser “Crianças e idosos têm prioridade para vacinação contra o H1N1” ou “Não é necessário correr aos postos de saúde para vacinação, afirma Ministério da Saúde”.

O dilema aqui é imaginar qual manchete traria mais impacto, e consequentemente mais “íbope”, ou mais “cliques”, quando se trata de internet. O jornalismo, portanto, pode ser extremamente irresponsável quando se trata de reportar ao leitor, ouvinte ou telespectador a errada percepção da realidade quando se fala em medicina.

O H1N1 é apenas um exemplo do alarde – muitas vezes falso – que a mídia faz a respeito de certas doenças, prestando um desserviço à sociedade. Pior: contribui para a judicialização da medicina, já que alimenta em cada cidadão a ideia de que ele tem direito a tudo, inclusive a medicamentos ou substâncias com pouca ou nenhuma efetividade comprovada, muitas delas compradas pelo Sistema Único de Saúde através de decisões judiciais que não levam em conta pesquisas sérias sobre efetividade de tratamentos.

Começemos pela real necessidade de que a informação sobre doenças, epidemias e prevenções chegue ao seu destinatário. Sim, a comunicação serve para isso: o que está sendo estudado, as novas descobertas, o que acontece nos laboratórios e centros de estudos (principalmente aqueles financiados pelo dinheiro público) deve, sim, passar pelas fronteiras das paredes esterilizadas e fazer parte do noticiário. O maior problema, porém, é traduzir o que está sendo estudado em palavras fáceis e acima de tudo bem contextualizadas para que se tenha uma real ideia daquilo que está sendo divulgado e qual a importância que ele ocupa no cotidiano da população.

Pois bem. O mesmo conceito de relatividade da notícia pode e deve ser utilizado como critério jornalístico quando se trata de falar em saúde, em doenças, em medicina. O problema

aqui não é a falta de informação ou informação errada: mas sim a falta de critério jornalístico que algumas reportagens fazem questão de deixar de lado para que a sua manchete renda mais cliques, ou maior audiência. A relatividade da notícia serve para que os assuntos mais importantes e de todas as editorias possam entrar em ordem de importância e necessidade conforme o mosaico de notícias do dia em questão. Mas quando colocadas assim, separadamente e de maneira conclusiva, as pesquisas perdem seu real poder de construção de conhecimento leigo a respeito daquilo que está sendo pesquisado. Traduzir a notícia relacionada à ciência requer critérios quase sempre ignorados ou propositalmente esquecidos para que os textos sejam ao máximo simplificados, choquem a população leitora e assim aumentem a audiência e a exposição de certos sites e revistas, prestando um desserviço àqueles que podem e devem usufruir do esforço que a ciência faz para melhorar a qualidade de vida e oferecer alternativas relativas à alimentação, doenças, comportamentos.

Saindo um pouco do conceito da medicina (para melhor entendermos o conceito de “noticiabilidade” na saúde) falemos sobre a “relatividade da notícia”: no dia 2 de maio de 2011, o jornal Nacional, da TV Globo, entrou no ar com uma autoproclamada “edição histórica” - o dia em que os Estados Unidos anunciaram que haviam assassinado Osama Bin Laden, o chefe da Al-Qaeda que estava sendo caçado desde os atentados de 2001, supostamente ordenados por ele.

O Jornal Nacional do dia 2 de maio de 2011 foi, do ponto de vista técnico, perfeito. Primeiro trouxe uma retrospectiva ao público do que foi o 11 de setembro de 2001 e o que ele significou para todo o planeta. O mundo nunca mais foi o mesmo desde aquele dia em que as torres gêmeas de Nova Iorque foram atingidas por dois aviões comerciais. No mesmo dia, um outro avião danificou parte da inteligência máxima dos Estados Unidos (o Pentágono) e uma quarta aeronave, também sequestrada, acabou caindo na Pensilvânia. O dia foi mesmo histórico. Ninguém pôde esquecer o choque de ver tantas mortes e tanto pânico em um só dia e todos queriam uma resposta: quem teria sido capaz de tamanha crueldade/façanha?

Por isso, de fato, a captura e morte do mandante dos atentados de 11 de setembro era uma notícia bombástica. Era um ciclo se fechando, 10 anos depois. Por isso, o Jornal Nacional, além de relembrar o fato em si, destacou o que a morte de Bin Laden significava para o mundo⁵. Detalhou como a notícia foi recebida nos principais países e as falas dos principais dirigentes.

⁵ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/osama-bin-laden-morte/jornal-nacional.htm>>. Acesso em 20 dez. 2020.

Ouviru correspondentes de todos os continentes. Explicou a repercussão do caso nos principais órgãos mundiais de cooperação política.

É inegável que a captura e morte do mentor do maior atentado terrorista já cometido na face da Terra merecia uma edição televisiva totalmente dedicada ao assunto... ou quase: em meio ao noticiário sobre o assunto principal, os editores colocaram também a informação de que “o helicóptero com o cantor Marrone havia sofrido uma queda”.

Não vamos discutir aqui a decisão editorial, que cabe a cada editor e a cada empresa de comunicação. Mas do ponto de vista da percepção da realidade por parte do público, isso pode causar confusão: para o telespectador daquele telejornal, dois assuntos principais dominaram aquele dia - a morte do mentor dos ataques do 11 de setembro e a queda de um helicóptero que transportava um cantor sertanejo. Para o público, a sensação é de que essas notícias podem ter a mesma importância, o mesmo impacto. A percepção da realidade é passada do texto jornalístico para o receptor. A obrigação do jornalista é dizer quais assuntos são destaque e em que ordem de importância.

E por que eu citei o exemplo do 2 de maio de 2011? Porque com a saúde, jornalistas fazem quase sempre a mesma coisa.

Uma reportagem que foi ao ar pelo Jornal da Band em 2016, por exemplo, trouxe uma “grande novidade” para o “tratamento” do autismo⁶. Especialistas da Universidade de São Paulo (USP) falavam sobre um experimento *in vitro* que mostrava resultados com a célula “astrócito”. A reportagem é muito bem feita, as sonoras (trechos de entrevistas com cientistas) são excelentes. Mas a reportagem dá a entender que as personagens utilizadas (mães com filhos autistas) terão aquele benefício. Todos sabemos que não é verdade. Talvez os testes clínicos comecem em dois anos, mas quem sabe um mínimo de medicina tem a certeza de que esse tipo de descoberta pode talvez mudar a realidade dos nossos netos, não a nossa.

A reportagem é muito bem feita, porém a percepção da realidade por parte do telespectador pode ser errada: o peso da descoberta da “cura do autismo” é exacerbado. E isso se deve também ao fato de jornalistas não terem no Brasil (por enquanto) um treinamento específico para lidar com saúde, conceitos básicos sobre a medicina baseada em evidências para medir palavras, calcular prazos, fazer perguntas mais específicas aos médicos e interpretar melhor as descobertas

⁶ Disponível em: <<https://videos.band.uol.com.br/16335040/cientistas-reativam-celulas-cerebrais-de-autismo.html>>. Acesso em 16 out. 2020.

científicas para “traduzi-las” ao público. Na pirâmide de evidências, a opinião de especialistas é sempre a mais utilizada – e é a que tem menos valor. Ensaaios clínicos e revisões sistemáticas sequer passam perto do vocabulário adquirido pelos profissionais de comunicação. Por isso se faz urgente a educação de jornalistas para o tema medicina: como comunicadores, eles são peças fundamentais para aproximar o público de histórias mais realistas sobre remédios, regimes, suplementos, etc.

Voltemos ao exemplo inicial, o da gripe H1N1.

De repente, toda a população lotou hospitais e prontos socorros achando que estava com o vírus. As filas de espera eram imensas. Nos mesmos ambientes fechados e superlotados, idosos, crianças, recém nascidos e pessoas saudáveis se aglomeravam para ter a certeza de que aquela doença que se alastrava e estava matando (segundo a percepção de realidade aqui descrita) não as havia atingido. Caminhões de exames para tentar detectar a presença da doença foram pedidos, muitos deles em laboratórios particulares, pois o Sistema Único de Saúde não estava dando conta da demanda. A maioria dos exames só ficava pronta em cerca de cinco dias úteis, também devido à alta demanda. O detalhe é que, caso fosse confirmada a presença do vírus – o que não acontecia na maioria das vezes – a medicação indicada (*Tamiflu*) deveria ser administrada nas primeiras 72 horas após a detecção precoce da doença. Se o resultado só vinha depois de cinco dias úteis, muito provavelmente a maioria das gripes iria fazer normalmente seu ciclo e terminar nos mesmos sete a dez dias, sem nenhuma necessidade de tratamento, apenas controle dos sintomas desagradáveis. Resultado: milhares de exames, quantidade de tratamento superestimada, ganhos para laboratórios, prejuízo para hospitais públicos, e o pior - muito provavelmente quem precisava mesmo do tratamento específico deixou de receber o serviço por conta da informação mal formulada e que faz com que todos os indivíduos – e não somente aqueles que mais precisam – recebam a atenção merecida.

Ainda sobre falta de informação adequada: fazendo uma pesquisa com o tema H1N1 no site *Globo.com*, de 136 reportagens que falavam sobre o assunto, apenas *uma* dava a informação mais importante – segundo a Medicina Baseada em Evidências – para se proteger do vírus: lavar bem as mãos.

Em que medida o discurso faz pensar por que é importante (ou não) informar-se sobre as coisas da ciência? O conceito de notícia é relativo, e certos conteúdos acabam sendo mais vis-

to ou mais “clicados” não por sua importância dentro de uma sociedade globalizada, e sim pelo aspecto curioso que causa no ser humano, transformando-o em um consumidor de curiosidades, não necessariamente de notícias.

Umberto Eco, em *Cinco escritos morais* (1998), produz análises sobre a imprensa que nos fazem refletir sobre algumas coberturas. A primeira delas é aquela segundo a qual a imprensa fala da própria imprensa. O importante é “vender-se”, não importa se comprometemos a informação. Nem preciso dizer que esse conceito de Eco foi extremamente “turbinado” em época de redes sociais. São as redes, hoje, que “criam” as pautas, quando deveriam servir apenas e tão somente para repercutir as pautas e notícias que realmente merecem atenção e que são de utilidade pública – o que é (ou deveria ser) o cerne da profissão jornalística.

Ainda pensando na saúde como tema extremamente importante e delicado, que deveria requerer treinamento específico de quem escreve sobre ela: Mar de Fontcuberta (2006) faz uma definição sobre o temário, aquilo que influencia diretamente na percepção que o telespectador (ou leitor, ou ouvinte) tem sobre a importância dos fatos. Segundo a autora, a produção de uma pauta mostra a valorização que cada meio efetua de todos os fatos da realidade e a intenção de transmitir ao público essa ordem de importância para que a adote como sua. Não que o público pense exatamente como aquele meio que transmitiu a notícia, mesmo que isso aconteça algumas vezes, mas ele (o público) fala, comenta, tem opinião e dá importância aos mesmos temas com a mesma intensidade da sua fonte de informação. Neste sentido, os meios (e os jornalistas) são mediadores entre a realidade acontecida e o público.

Existem três razões pelas quais o público acessa as mensagens: interesse pelo conteúdo, incerteza sobre o tema, esforço requerido para entendê-lo. O interesse do público por celebridades ou assuntos que as envolvam está cada vez mais presente. Os “*faits divers*” se impõem cada vez mais nos noticiários como parte de uma seleção escolhida para - em princípio - mostrar ao público o que é notícia e por que aquele fato está sendo noticiado. A notícia deveria ser escolhida e divulgada segundo interesse público, compreensão do universo, associação dos fatos ao cotidiano. Mas cada vez mais o público tem interesse em fatos que não são necessariamente “notícias”. Os meios de comunicação e as redes sociais se rendem a esse interesse, quando deveriam estar impondo a notícia e o jornalismo como uma programação diferenciada do entretenimento.

Citando novamente Umberto Eco, “os jornais deveriam explicar aos seus leitores uma

atenção contínua aos fatos, em razão de quais interesses eles acontecem, por que é preciso estar atento ao que acontece” (Eco, 1998, p. 8). A tal “atenção contínua” seria um acompanhamento proporcional a cada fato jornalístico e o que ele representa em uma sociedade. Mas, segundo Eco, “esse tipo de imprensa cotidiana exige uma lenta educação do leitor” (Eco, 1998, p. 8). Seguindo nesta linha de pensamento, os meios de comunicação jornalísticos são responsáveis não somente por levar ao público as notícias sobre o que está acontecendo em todo o mundo. Há a necessidade também de “traduzir” os fatos para que o leitor, ouvinte e telespectador possam associá-los ao seu cotidiano, e entender através daquele mosaico mostrado porque é importante estar bem informado sobre assuntos que fazem parte do nosso dia a dia. Entender o que se passa ao nosso redor pode ajudar a construir uma sociedade melhor. É preciso, portanto, educar os leitores e os jornalistas. Com uma melhor distinção entre o que é notícia e o que é entretenimento, o que é saúde e o que são “estudos primários”, poderemos imaginar leitores mais maduros para consumir menos e melhor discernir aquilo que necessitam daquilo que precisam. Daquilo que creem e daquilo que tem efeito. Para sobreviver e para viver em sociedade, não é necessário apenas traduzir a realidade. É preciso educar um público para que pare de crer em falsas verdades ou naquilo que querem acreditar, independentemente de suas fontes, checagens ou bases científicas.

Tratando da psicologia cultural na mídia, Giuseppe Mininni cita a pergunta mais intrigante e recorrente que pode ser formulada da seguinte maneira: as representações difundidas pela mídia são um reflexo da realidade ou contribuem para construí-la?

Por sua extraordinária capacidade de difundir notícias, a mídia se oferece como uma “janela para o mundo” à disposição de quem quer que seja. Apesar disso, geralmente tende a esconder que se trata de uma janela recortada e orientada de uma determinada maneira, e para um determinado mundo, de modo que fica obscurecida a dimensão de propaganda habitualmente tecida no enredo constitutivo da informação. (...) O que a maior parte das pessoas sabe a respeito de muitos contextos possíveis de vida no mundo – distritos policiais ou laboratórios científicos, prisões ou hotéis de alto-luxo – não resulta da experiência direta, mas de seu contato com a mídia (Mininni, 2008, p. 28).

O que a maior parte das pessoas sabe a respeito de muitos contextos possíveis de vida no mundo não resulta de sua experiência direta, mas de seu contato com a mídia. O próprio fluxo das mídias não é menos humano em sua origem, produto de milhões de pessoas que, por terem sido moldadas por um modo de vida mecânico, imaginaram um número aparentemente intermi-

nável de maneiras de aliviar as tensões daquele modo de vida por meios mecânicos. É mesmo a torrente das mídias despertando o que o autor chama de “sentimento descartável”, de “presenças fabricadas” (Giltlin, 2003). O shopping, as marcas, o consumo, seriam tudo isso. E a torrente das mídias chega cada vez mais cedo. Celulares e joguinhos eletrônicos substituem chocalhos, chupetas e guizos. E as relações entre as pessoas (e isso começa na adolescência) estão cada vez mais baseados em objetos de consumo (ou de desejo de consumo) que elas tenham em comum. O grande perigo de tudo isso é esses conceitos chegarem à saúde: remédios milagrosos com filmes publicitários ultramodernos mostrando os sintomas sendo literalmente “explodidos” pelo princípio ativo. Modelos maravilhosas mostrando as calças que usavam antes do chá milagroso que as fez perder dez quilos em menos de um mês. Pessoas que de uma hora para outra passam a enxergar flores em arco-íris após tomarem o laxante dos céus que tira todo o peso do intestino e da cabeça. A capa de revista que anuncia a “nova bariátrica” como solução para todo sobrepeso. A substância química incerta que está “curando o câncer”. Não existem evidências científicas sobre absolutamente nada disso. Mas as pessoas continuam consumindo: a informação e os produtos.

"As pseudociências matam. A ignorância também"

Em outubro de 2020, 2750 profissionais de saúde de 44 países (90% deles trabalhadores de saúde e cientistas de várias disciplinas) assinaram o "1º manifesto contra as pseudociências em saúde". Nele, levantam a discussão sobre regulamentações contra produtos que não tenham eficácia terapêutica comprovada com rigor científico⁷.

Para os signatários do manifesto, parte da responsabilidade pelo controle dos produtos para a saúde cabe aos órgãos reguladores, que acabam por permitir a comercialização de medicamentos alternativos em nível equivalente aos remédios com eficácia comprovada pela ciência.

Assinado em sua maioria por profissionais da Europa, além de 59 da América Latina, o manifesto apresenta uma dezena de casos de pessoas que morreram depois de recorrerem a tratamentos alternativos. Também reconhece que a confiança da população na medicina tradicio-

⁷ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-54727068>>. Acesso em 01 fev. 2021.

nal diminuiu nos últimos tempos. É que a medicina real não vende “milagres”, e quem o fizer, está ferindo os rigores éticos da profissão e da própria ciência.

O Coronavírus e a pandemia de informações

Nunca o “cada hora falam uma coisa” foi tão frequente quanto na época da pandemia. O mundo moderno, tão cheio de tecnologias e soluções para tudo, se viu impotente diante de algo que, de fato, não tinha uma explicação. Exatamente como tudo em matéria de medicina: as pesquisas nunca param, as conclusões mudam, alimentos vilões passam a ser “superalimentos”, remédios colocados no mercado são retirados após apresentarem suspeitas de reações adversas desagradáveis. Isto porque nenhuma verdade é permanente, e na área da saúde não podia ser diferente.

A diferença é que – de repente – a humanidade “descobriu” que existe a ciência, os cientistas, a indústria farmacêutica. E de uma hora para a outra essas áreas passaram a ser cobradas de maneira que pudessem todos os dias fornecer novas informações sobre algo que requer tempo, investimento, pessoal qualificado.

Pouco se sabe – até hoje – sobre o Coronavírus. As teorias desde o início da pandemia foram ou não sendo provadas ao longo dos meses. E não é possível “arrancar” dos cientistas informações cem por cento precisas, porque qualquer informação relacionada à ciência demanda tempo e obedece a critérios desconhecidos do grande público e também dos jornalistas. O cientista ou pesquisador se vê pressionado a fornecer informações numa frequência que não condiz com a velocidade real dos laboratórios, ensaios clínicos, revisões sistemáticas. E o pior: muitos leigos no assunto (apesar de profissionais sérios e bem intencionados) passaram a ser “especialistas”, falando sobre um assunto até então enigmático mesmo para os que há muito tempo estão trancafiados em laboratório tentando desvendar esse e outros vírus e bactérias que também podem ser ameaçadores para a raça humana.

Os jornalistas, durante a pandemia, enfrentam um dilema: publicar notícias diárias sobre a doença. O problema é que a ciência e as pesquisas não evoluem diariamente. Toda e qualquer

“descoberta” é feita muito aos poucos, dependendo de vários critérios que levam tempo para serem consolidados. O problema é que nada é mais importante do que a doença, então todos os dias havia a necessidade de ter o Coronavírus como manchete principal. É compreensivo que se tenha a necessidade editorial de colocar todos os dias destaques para o assunto principal, porém isso faz com que o leitor/telespectador/ouvinte tenha uma ideia equivocada sobre a ordem de importância dos assuntos relacionados à doença.

Possíveis efeitos permanentes, sequelas em pessoas já curadas, casos de reinfecção: muitas dessas notícias são retiradas de *pré-prints*⁸ ou não passam (ainda) de relatos de caso passíveis de muitos estudos para serem desenvolvidos. Sim, eles têm sua importância na ciência, mas como exigir da população que tenha critérios para identificar a importância dos fatos noticiados se eles são passados da mesma maneira em todas as edições, com as mesmas letras garrafais?

A pandemia veio mostrar ao mundo que é preciso dar voz àqueles que sempre estão à procura de soluções para problemas de saúde da humanidade, não somente em tempos de caos. Muito antes do Coronavírus estavam trabalhando por nós cientistas em busca de soluções para outras doenças endêmicas que continuam matando diariamente: a dengue, a malária, a desnutrição, a própria gripe. O jornalismo fez emergir do anonimato nomes importantes, centros de pesquisa, laboratórios e histórias até então quase esquecidas sobre pandemias e desastres naturais ocorridos no nosso passado.

Às vezes, uma informação bem dada é melhor do que o próprio tratamento. Jornalistas, portanto, têm responsabilidade imensa nesse processo de percepção da realidade e realidade baseada na ciência.

Por isso, quando se trata de ciência e de medicina, é preciso ter critérios que vão muito além do conhecimento jornalístico, interpretação e linguagem. É preciso fazer com que, na tradução das pesquisas, não se tenha a ideia da “parte pelo todo”. Pesquisar critérios jornalísticos que possam ajudar o jornalista a melhor esclarecer ao público leitor todos os conceitos da medicina se faz extremamente necessário. É preciso criar uma espécie de “manual de conduta” para notícias relacionadas a pesquisas da medicina. É necessário encontrar uma maneira inteligente de traduzir a cada público o que é verdade, o que é provável e o que não têm nenhum critério científico que mereça ser divulgado.

⁸ Estudos publicados porém ainda sem a chamada “revisão por pares”. Portanto, estudos preliminares que não significam exatamente um parecer técnico científico relevante.

Os jornalistas, além de entenderem um mínimo de ciência, devem ser criteriosos para colocar em ordem de importância as descobertas, relativizar e contextualizar experiências, tomar muito cuidado para não exagerar em fatos ou promover falsas esperanças. Médicos e pacientes, cientes da necessidade da informação como peça fundamental para a prevenção e tratamento de doenças, devem criar um código de conduta que permita dar mais acesso a informações de qualidade, criteriosas, realistas, preventivas.

Referências

BARROS, Daniel Martins de. Basta! – pelo fim das explicações pseudocientíficas. **Emais Estadão**. 19 mar. 2019. Disponível em: <https://emais.estadao.com.br/blogs/daniel-martins-de-barros/basta-pelo-fim-das-explicacoes-pseudocientificas/?fbclid=IwAR32K6F0_Arv5u105Caprvrh_gI1wR1DcBmFkfMuhLqmnCbUmCNYHkEuxT8>. Acesso em 16 set. 2020.

ECO, Umberto. **Cinco escritos morais**. Trad. de Eliana Aguiar. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.

FONTCUBERTA, Mar de; BORRAT, Héctor. **Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción**. Buenos Aires: Crujía, 2006.

FORMENTI, Lígia. Ministério libera vacinação antecipada contra gripe H1N1. **Emais Estadão**. 28 mar. 2016. Disponível em: <<https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,ministerio-libera-vacinacao-antecipada-contragripe-h1n1,10000023596>>. Acesso em 16 set. 2020.

GILTILIN, Todd. In: **Mídias sem limite**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

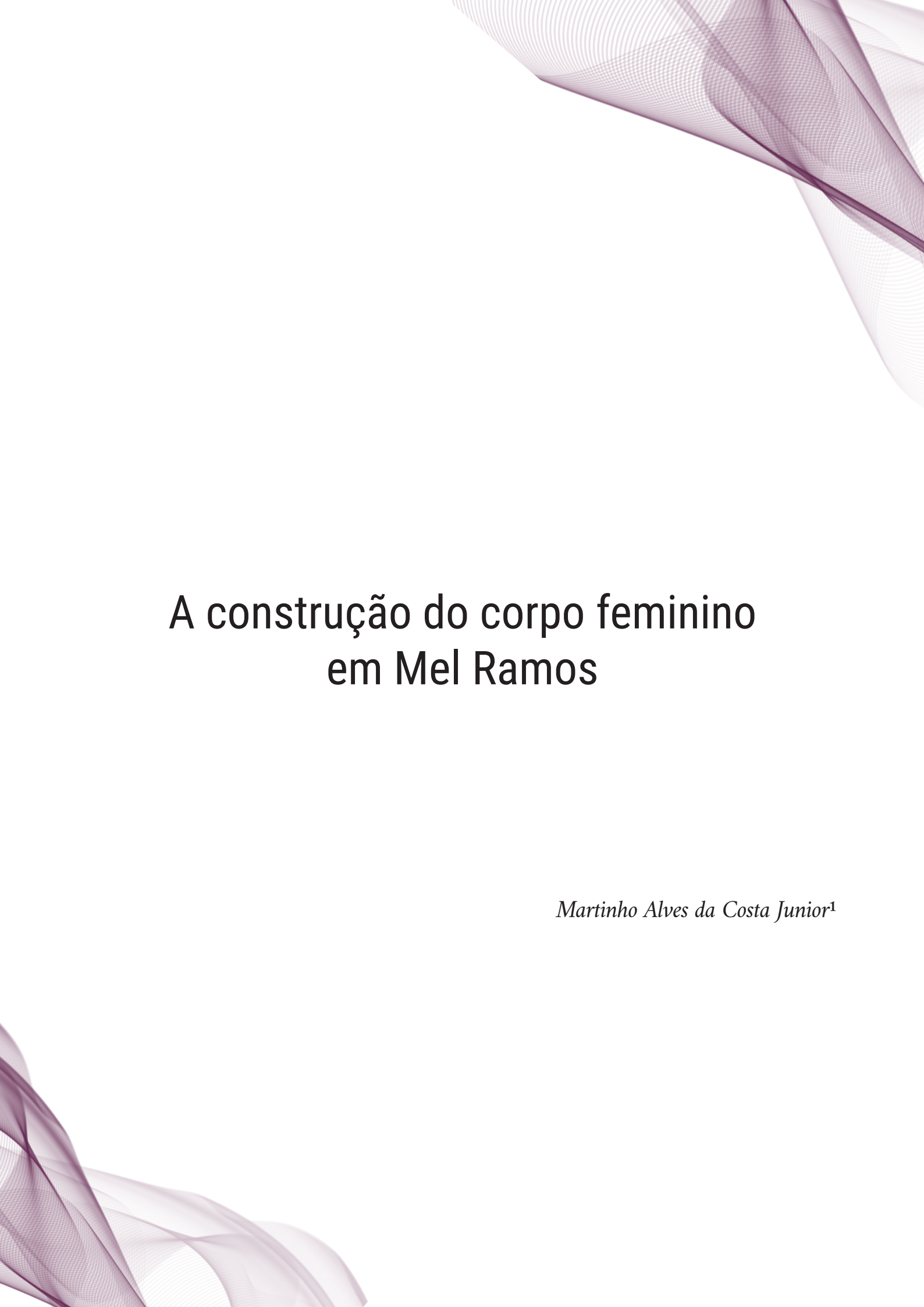
LIMA, Juliana Domingos de. Atentados a tiros em Suzano: o massacre na escola estadual. *Nexo Jornal*. 14 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/03/13/Atentado-a-tiros-em-Suzano-o-massacre-na-escola-estadual>>. Acesso em 11 jan. 2021.

MININNI, Giuseppe. **Psicologia Cultural da Mídia**. São Paulo: Paulus Editora, 2008.

PEREIRA, Carlos; VEIGA, Nélcio. **Educação Para a Saúde Baseada em Evidências**. Millenium, 46 (janeiro/junho). 2014. Disponível em: <<http://www.ipv.pt/millenium/Millenium46/8.pdf>>. Acesso em 11 jan. 2021.

SANTOS, Cristina Mamédio da Costa et al.. **A estratégia PICO para a construção da pergunta de pesquisa e busca de evidências**. *Rev Lat Am Enferm* [Internet]. 2007. May-Jun;15(3):508-11. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/pt_v15n3a23.pdf>. Acesso em 01 fev. 2021.

TEIXEIRA, Tatiana Bruyn Ferraz. “**A informação de qualidade é tão importante e preciso quanto qualquer tratamento**”. *Communicare: revista de pesquisa / Centro Interdisciplinar de Pesquisa, Faculdade Cásper Líbero*. v. 16, no 1 (2016) - São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2016.



A construção do corpo feminino em Mel Ramos

Martinho Alves da Costa Junior¹

Este texto² pressupõe a discussão da representação do corpo feminino no trabalho do artista norte-americano Mel Ramos, centrando os esforços na apreensão de como é possível pensar as obras do artista no debate da construção da ideia de um determinado corpo na cultura contemporânea. Certamente, esse debate está atrelado às dimensões técnicas e são importantes na elaboração de certo realismo empregado em seus trabalhos, mas encarado com menor rigor pela crítica. O grande número de publicações acerca de sua produção³ tem como foco em grande parte duas questões inatacavelmente fulcrais: em primeiro lugar a presença constante da figura feminina. E, com a mesma intensidade, o diálogo tecido com a própria História da Arte. Tentemos compreender um pouco como estes elementos estão presentes na obra do artista.

Mel Ramos, a rigor atrelado à Pop Art dos anos 60, condensa à ideia do consumo a representação do corpo feminino. Belas linhas em corpos aparentemente realistas. Esta constante em sua obra é remarcada por Claridge, que identifica nove “fases” na carreira do artista, sem nunca, contudo deixar de apresentar as linhas do corpo feminino:

A pintura de Ramos de 1959 até 1974 cai naturalmente em nove grupos cronológicos, cada um com um tema particular e cada, a partir dos retratos de heróis fantasiados, evoluindo com uma evidente lógica da anterior. A moça nua marca sua primeira aparição na pintura *Georgia Peach* e de 1964 até 1971 ela é o núcleo de uma sucessão de temas correlatos. (Claridge, 1975, p. 15).

Claro que se entendido de modo restrito, o comentário de Claridge aparenta ser extremamente redutor. A ideia, por exemplo, da evolução da pintura de Mel Ramos, poderia ser combatida de modo simples, as representações das heroínas dos anos 60 não devem em nada para os *Voyeurs* dos anos 80. Seja como for, as imagens das figuras femininas em Mel Ramos são indubitavelmente uma espécie de obsessão, forte e poderosa, fascinante da ode ao corpo humano, especialmente o da mulher que percorre sua carreira sem intervalos.

¹ Professor de História da Arte e da Cultura do departamento e da Pós-Graduação de História da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Doutor em História da Arte pelo IFCH/UNICAMP, departamento no qual realizou o pós-doutoramento.

² Texto publicado originalmente nas Atas do XI EHA – Encontro de História da Arte, em 2015. Sob o título de “O mundo iluminado de Mel Ramos”. Esta versão é revista e ampliada com significativa mudança de direção.

³ Vale destacar três importantes obras. ROSENBLUM, Robert. Mel Ramos. Köln: Taschen, 1997. CLARIDGE, Elizabeth. The girls of Mel Ramos. Chigago: Playboy Press Book, 1975. KUSPIT, Donald B.; MEISEL, Louis K. *Mel Ramos Pop Art Fantasies: The Complete Paintings*, New York: Watson-Guption Publications, 2004.

Embora naturalmente sejamos tentados a enquadrá-lo nos desenvolvimentos da Pop Art americana, distancia-se daqueles no uso das cores ou mesmo dos temas. A quase monocromia de um Warhol ou um Lichtenstein, dá espaço para uma profusão de cores intensas e contrastantes na obra de Ramos. Este aspecto também se refere a uma questão geográfica. Rosenblum apresenta esta característica de modo muito proveitoso para nosso trabalho, primeiramente seduzido pelas formas e temas, não se furta em inseri-lo ao grupo nova-iorquino. Depois, compreende de modo diferente essas imagens e suas possíveis linhagens:

Entretanto, as pinturas de Ramos exerciam sobre mim uma impressão arrebatadora. Acostumado a nova linguagem visual dos artistas pop de New York, que sabiam converter o mau gosto publicitário em alguma coisa semelhante à arte, não podia deixar de pensar que elas eram de um outro planeta – um planeta tão diferente que mal podíamos apreendê-lo em New York. Este planeta, era certamente Califórnia que, para muitos nova-iorquinos é mais distante do que a Europa. No contexto do pop nova-iorquino, a origem particular das telas de Mel Ramos mostrava para eles um lado exótico e sensual, como Taiti para Gauguin (Rosenblum, 1997, p. 63).

De fato, importante esta indicação da distância geográfica de Ramos em relação à New York. A distância, segundo o autor, extrapola os limites das divisas, e se insere nas próprias obras que obedecem a linhagens diversas. Isto se impõe no início de sua carreira. A América dos anos 50 é aquela do reino da pintura abstrata⁴, da *action painting*, dos Pollock e dos Franz Kline. A noção da abstração é rapidamente difundida de modo poderoso: essa nova pintura é a arte triunfante que colocará os Estados Unidos no mapa das artes, mesmo subjugando a Europa. Deste modo, não é estranho imaginar nos jovens artistas seduzidos rapidamente pelas obras e pelos discursos que se fortaleciam. Com Ramos não foi diferente. Suas pinturas dos últimos anos da década de 50 são abstrações, o gosto pelo traço espesso e o movimento do artista expressos nas pinceladas denotam sua atenção para essas tendências.

Essa tendência, no entanto, na verve do artista, dura pouco. E isto se relaciona também à escola californiana. Certamente, como indicado por ele próprio, o gosto pelos *comic books* se mantém como algo pessoal e uma vontade em se afastar do expressionismo abstrato. Mas isto só

⁴ Porém, apesar do grande sucesso e adesão, os desenvolvimentos da pintura abstrata nos Estados Unidos são tímidos comparados à potência da história da arte figurativa naquela região. O abstracionismo pode ser entendido ali como um pequeno desvio de rota, e rapidamente, como no caso dos californianos ou dos nova-iorquinos as obras figurativas se impõem mais uma vez com extrema fecundidade. Nos anos de 1950 e 1960, ou seja, na mesma época dos abstratos, artistas como Andrew Wyeth e Edward Hopper estavam realizando obras importantes atreladas à ideia de realismo. Cf. Souter, Gerry. *American Realism*. New York: Parkstone, 2009.

foi possível por meio dos artistas que circulavam pela chamada *Bay area painting* ou *Bay Area Figurative Movement*. Artistas como Richard Diebenkorn ou Wayne Thiebaud eram sensíveis às tendências abstracionistas, a mancha, o pincel aparente, a energia do movimento são elementos perceptíveis em suas produções, contudo, os motivos, os temas e as figuras faziam-se sempre presentes.

Quando eu estava estudando arte, o expressionismo abstrato estava por todos os lados. Naturalmente, como estudante, eu tentei fazer parte dele. Mas, logo percebi que eu não queria continuar fazendo aquilo. Pintores como de Kooning, Motherwell ou Franz Kline eram os grandes modelos, e eu não poderia melhorar suas obras. Era claro que para mim, se tivesse tentado, teria simplesmente desperdiçado meu tempo. E eu não queria ser um pintor de domingo, apenas fazendo seu hobby. Eu queria muito ser um pintor sério. E eu só podia me tornar um pintando quadros que gostava. Foi assim que percebi estes desenhos magistrais nos quadrinhos, que eram, afinal, realizados por artistas realmente sérios. Mais e mais, eu incorporei o mundo do super-herói, especialmente as personagens femininas, em minhas obras, e eu os transformei em objetos de arte[...] (Ramos, Interview, 2010).

Nos anos 60, logo aparecem as primeiras figuras e de imediato os primeiros super-heróis atrelados ao corpo feminino. Neste aspecto, duas obras são importantes neste momento: *Wonder Woman 1*, 1962 (Figura 1)⁵ e *Wonder Woman 2*, 1963 (Figura 2)⁶. Na primeira *Mulher Maravilha*, os traços do pincel são muito aparentes, especialmente no fundo ocre: criam dinamismo para a figura que se desloca na tela com tintas espessas. A heroína de corpo esbelto e de feições muito próximas àquelas descritas pelas histórias em quadrinho, parece correr em direção contrária ao seu olhar, que fisga o espectador. Quase uma pausa entre a perseguição de algum malfeitor e a pose para um instantâneo. A mudança é completa em comparação com a segunda *Mulher Maravilha*. Não estamos mais regidos pelo domínio das histórias em quadrinhos, talvez das tirinhas. A heroína em pose de modelo, mais uma vez ergue suas mãos para melhor ajeitar os cabelos deixando suas linhas do corpo mais visíveis. O corpo difere em quase tudo do anterior, as formas avantajadas, o largo quadril e os seios protuberantes regem nossa atenção. O olhar despojado entre a corrida da primeira se comporta com mais malícia nesta, a imagem é convidativa e sedutora. Estamos muito mais próximos de uma pin-up, ou ainda, de uma modelo

⁵ Mel Ramos. *Wonder Woman 1*, 1962. Óleo sobre tela. 127 x 112 cm. Disponível em <<http://www.melramos.com/wp-content/gallery/lithographs/securedownload.jpeg>>. Acesso em 22 nov. 2020.

⁶ Mel Ramos. *Wonder Woman 2*, 1963. Litografia. Disponível em <<http://www.melramos.com/wp-content/gallery/lithographs/wonder-woman-original.jpg>>. Acesso em 22 nov. 2020.

fantasiada de heroína. O mundo erótico e do desejo relaciona-se com o universo dos *comic books*.



Figura 01



Figura 02

O que em 1954 torna-se quase proibitivo para as linhas editoriais. A partir deste ano entra em vigor o *Comic code authority*, para a qual toda a representação da violência ou da sexualidade deve ser banida das revistas em quadrinhos. As imagens de Mel Ramos, de certa forma, devolvem alguns destes aspectos para estas figuras.

É provável que este fator fique mais claro a partir das obras *The Phantom Lady*, 1963 e *Fantomah* (Figura 3)⁷, do mesmo ano. Em ambos os casos são heroínas dos quadrinhos dos anos 40. A tradicional capa verde de *Phantom Lady* torna-se um adereço decorativo, seus decotes deixam à mostra as linhas de seu corpo. Mais evidente é o caso de *Fantomah*, que aparece na imagem de Mel Ramos em sua variação posterior, na qual deixa de ser a *Mystery Woman of the Jungle* para tornar-se *Daughter of the Pharaohs*. O erotismo que atrela o exotismo e a sensualidade se mostra com maior força na obra de Ramos. A tela funciona como uma capa de revista adulta. *Fantomah* se apoia no letreiro, suas costas e, especialmente, suas nádegas são postas ao olhar do espectador. O short apertado na cintura, exhibe a carnção, e a modelo olha diretamente para nós, de tal forma que a curvatura de seu seio também se revela. Esta *Vênus Calipígia* de Mel Ramos

⁷ Mel Ramos. *Fantomah. Daughter of the Pharaohs*, 1963. Óleo sobre tela. Disponível em <<https://americangallery20th.wordpress.com/2008/01/22/mel-ramos-1935/>>. Acesso em 22 nov. 2020.

pode também ser pensada como síntese da construção deste ideal complexo das imagens do artista, onde fatores múltiplos entram em liça.



Figura 03

Podemos agora retomar a citação de Rosenblum, percebemos – também por essas imagens descritas – um modo justo da apreensão das obras de Ramos no mundo nova-iorquino. O lado exótico e sensual conjugado ao mundo do consumo forma-se como um amalgama em muitas obras do artista. *The pause that Refreshes*, de 1967 ou *Hunt for the Best*, de 1981 (entre tantas outras) parecem ir ao encontro dessas características. Atentando-se para o primeiro caso, o corpo da mulher, exibindo as belas linhas, se fortalece levantando suas mãos e ajeitando a cabeleira loira, como ocorre em *Wonder Woman* 2⁸. O capricho da pequena torção, que deixa à vista seu rosto em perfil, também mostra a curvatura do seio direito. A relação entre o mundo das propagandas de refrigerante, cuja marca é mais do que aparente servindo de pano de fundo da tela, e o corpo feminino, é direto. Interessante notar o movimento complexo que obras como esta podem suscitar. “A pausa que refresca” é dúbia e a construção do corpo tende a um realismo que poderia ser indicado como próximo ao hiper-realismo. Contudo, o corpo de cores sintéticas,

⁸ Este traço iconográfico da figura que ergue seus braços para, na maior parte das vezes, enxugar ou pentear/ ajeitar os cabelos, aparentemente ganha mais notoriedade no século XIX. Em outra oportunidade procurei examinar com maior rigor esta característica. Cf. Da Costa Junior, Martinho Alves. “Aquela de braços erguidos”. In CBHA – *Territórios da história da arte*. CBHA, 2014 pp. 323-333.

tende a uma abstração do real, a falsificação do corpo e a pele tratada quase como resina imprimem um aspecto irreal, de um corpo construído: neste sentido a Coca-Cola e o corpo feminino não estariam distanciados neste mundo da propaganda, ao mesmo tempo em que há uma espécie de tributo aos dois. Voltaremos logo adiante sobre esta questão.

Existem outras vertentes do corpo feminino na obra de Ramos, as aparições de sua mulher como modelo são testemunhas. *Leta and the White Pelican*⁹, de 1969 mostra uma figura feminina sentada com as mãos servindo-lhe de apoio. Seios fortes e um tratamento quase chapado da figura que está nua. As pernas estão abertas e o rosto tranquilo, aparentemente cansado. O sexo não está à mostra, pois, caprichosamente a cabeça do pelicano o encobre. A forma orgânica e sinuosa da cabeça da ave próxima ao seu longo bico enfatiza de alguma maneira as formas do corpo e o seu sexo. A aproximação com as imagens de *Leda e o Cisne* parece clara. Sua mulher cujo nome aproxima-se de Leda torna-se quase um duplo, *Leta e o pelicano/Leda e o Cisne*. Os traços das figuras em Mel Ramos são individualizados. Estamos sempre circunscritos na clara demarcação de que aqueles modelos são próximos ao artista. Temporalmente próximos, são mulheres das décadas de 1960, 1970, etc.

Neste aspecto, *Transfiguration of Galatea #3* (Figura 4)¹⁰ é importante. A figura feminina com seus braços erguidos não está enxugando ou arrumando os cabelos. Sem pretextos, ela ergue seus braços, os apoiando em sua cabeça para que seu corpo seja melhor exibido. A figura de Mel Ramos claramente se baseia, em termos, na famosa imagem da Vênus de Botticelli, em uma série realizada pelo artista que possui como tema a história de Galatéia - sua Vênus de mármore está em vias de se transformar em carne. Entretanto, a mudança capital na postura dos braços atualiza a figura feminina para o que apontamos. Ela olha para nós sorrindo com naturalidade. No entanto é preciso olhar com cuidado seu corpo. O mundo descortinado por Mel Ramos nessa trama complexa de relações é extremamente contemporâneo. A descrição do rosto da figura remete às maquiagens e procedimentos estéticos ou cirúrgicos, os seios, como esferas poderiam também fazer parte deste mundo da construção. O corpo biônico construído pelos exercícios fí-

⁹ Importante notar a semelhança formal desta obra de Mel Ramos com *Girl with Ice Cream Cone*, 1963 de Wayne Thiebaud. Este que foi amigo de Ramos e também professor fez parte dos artistas da Bay Area, a proximidade entre os dois pode ser atestada por obras como estas.

¹⁰ Mel Ramos. *Transfiguration of Galatea #3*, 2000. Litografia. Disponível em <<http://www.melramos.com/wp-content/gallery/paintings/transfiguration-of-galatea-3-2000.jpg>>. Acesso em 22 nov. 2020.

sicos, como sugerem as marcas delineadas do abdômen, é ambíguo. É algo do plano idealizado, o corpo que nasce diante de nossos olhos faz parte do mundo arte e aponta de modo instigante para a cultura em sua volta. Neste sentido, *Transfiguration of Galatea* #3 pode ser entendido como ode ou crítica ao comportamento e consumo na construção do corpo ou sua transformação na sociedade contemporânea.

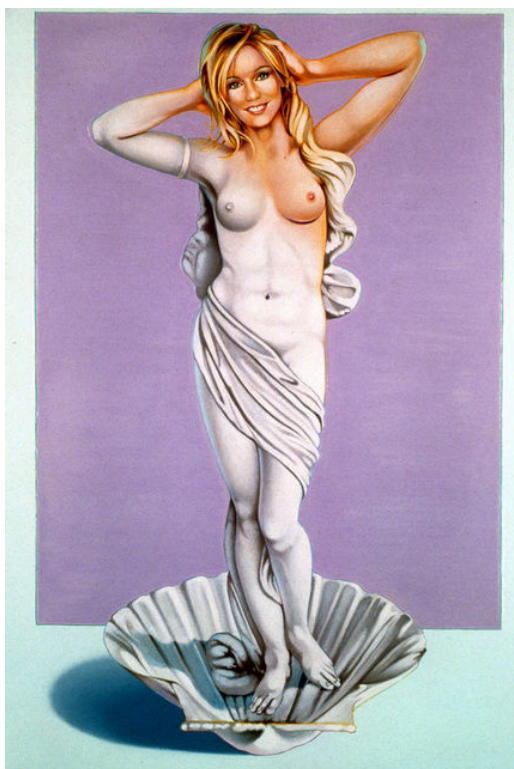


Figura 04

O corpo apresentado por Ramos é o corpo ciborgue, poderíamos retomar aqui Yves Michaud:

A partir do momento em que se desenvolvem não só a cirurgia estética, mas também as operações de modificação do corpo de todos os tipos [...] de novo aparece o tema do homem mecânico, mas sob a forma do homem 'pós-humano'. Os enxertos, as cirurgias para a mudança de sexo, as intervenções na reprodução [...] tudo isso permite entrever o aparecimento de um homem mutante, filho de suas próprias opções e de suas próprias técnicas, com esta ambiguidade que não se sabe se aqui se trata de um homem inumano por desumanização ou de um super-homem que ultrapassa a humanidade para levá-la mais alto e mais longe e levá-la à plenitude (Michaud, 2011, pp. 551-552).

Esses modos de aproximação da produção artística com os desejos contemporâneos são fortes na obra de Mel Ramos, do corpo esbelto da Mulher Maravilha à concepção biônica da Vênus-Galateia o modelo do desejo e da construção do corpo se fazem presentes.

Se, por um lado, temos figuras que claramente fazem alusão ao mundo real e contemporâneo (corpos trabalhados em academias, marcas fartas de biquínis e maiôs etc), por outro, eles são trabalhados de modo em que a superficialidade dos objetos e dos corpos ganhe uma importância capital na obra, em uma aparência, sobretudo, idealista e fora do escopo daquilo que seria um corpo, de fato, atrelado ao real. Isto se fortalece nas imagens cujo diálogo com a História da Arte se faz presente.

Não é velado, Mel Ramos constantemente se utiliza de obras emblemáticas da cultura visual para reelaborar dentro de uma outra perspectiva. Entre tantos exemplos poderíamos elencar o óleo *Nude Descending a Staircase*, de 1989 (Figura 5)¹¹. O corpo rigorosamente trabalho pelo artista é apresentado de modo direto e, *grosso modo*, pode ser encarado como “real”.

Imediatamente a sinuosidade do corpo, a linha que se molda nas coxas, nos seios, nos ombros etc, entra em choque com o rigor geométrico da escada e de sua estrutura. A forte iluminação concentra-se na região do abdômen e dos seios, a figura também se destaca do fundo por conta da linha luminosa em sua cabeça e da iluminação lilás à sua direita e sombreamento roxo na escada, como no cinema ou nos estúdios de fotografia. A descrição dos pelos pubianos é rigorosa assim como a marca do biquíni que se esforça para não se apagar por conta da luz estourada nestas regiões. Não é preciso grande esforço para lembrar de outra obra com a mesma temática e que parece entrar em choque com a obra de Mel Ramos. *Nude Descending a Staircase*, No. 2, 1912 de Marcel Duchamp.

¹¹ Mel Ramos. *Nude Descending a Staircase*, 1989. Óleo sobre tela. Disponível em <<http://www.melramos.com/wp-content/gallery/lithographs/nude-descending-a-staircase.jpg>>. Acesso em 22 nov. 2020.



Figura 05

A imagem cubo-futurista claramente não atenta para o corpo. O foco se mantém em seu deslocamento no tempo/espço – como almejam os futuristas – e nas formas deste e da escada que se fragmentam. Os planos se confundem – como cubistas. O corpo enxergado geométrica e mecanicamente é refutado pelo óleo de Ramos, cuja geometrização concentra-se no desenho da escada. Há outra obra, no entanto, mais próxima à concepção de Ramos. *Ema (Nude Descending a Staircase)*, 1966, de Gerhard Richter. O óleo faz lembrar fotografias, a luz estourada à direita e o desfoque da imagem são uma vontade das relações entre esses meios que ficam mais próximos. Formalmente, as imagens de Richter e Ramos são irmãs. Mas, outra vez, a descrição do corpo se impõe neste último. A dissolução das formas do corpo em Richter que poderiam o aproximar de imagens de Eugène Carrière, se distanciam também de Ramos. A descrição do corpo nesta sua obra aparece resinado, plasticamente longe do ideal do realismo dos anos 1850. Remete à construção dos corpos e que a imagem *Transfiguration of Galatea #3*, 2000 possui. Há algo inusitado nessas obras de Ramos. Os corpos trabalhados com minúcia técnica fazem transparecer um corpo falso, irreal. O trato da insistência nesses corpos que poderiam ser lidos na chave contemporânea do “ideal” se afasta por se mostrar quase como uma ilustração de corpo.

Como epílogo, a série *Voyeur* nos serve de chave para debater as características apontadas na obra de Mel Ramos. *The Voyeur*, 1989, apresenta um corpo feminino vistos de costas em primeiro plano. Temos diante dos olhos as costas e as nádegas da mulher. À sua frente, um espelho deixa entrever um pedaço de seu busto e seu rosto que mira o artista, também visível na tela graças ao reflexo deste mesmo espelho. De braços cruzados o autor da obra a ser realizada segura seu pincel, encara a modelo. O momento no qual o espectador pode ver o quadro é aquele que antecede a feitura da obra. A tela que será pintada está ao lado do artista e encontra-se em branco. O reflexo da tela corresponde à posição dos cabelos, da cabeça e uma parcela das costas da modelo feminina. Está impresso desta forma no quadro, aquilo que havíamos identificado de imediato, o corpo feminino.

A relação com a aquarela *Voyeur no.01* de 1988 (Figura 6)¹² é importante neste aspecto. Assim como a imagem anterior, vemos em primeiro plano a modelo sentada em uma bancada, esta coberta por um panejamento vinho, e segura em sua mão esquerda um tecido. Ao seu lado, uma grande tela, da qual vemos o chassi. Ao fundo, descortinamos uma penteadeira vermelha. Em cima, um pote com pinceis. No espelho, mais uma vez, o reflexo de uma tela em branco e a imagem do artista, cortada na altura de sua cintura.

A composição tem como ponto de partida o óleo sobre tela, *Carmelina* de 1903, realizado por Henri Matisse. Os pontos de encontro entre as duas são claros, mas as dessemelhanças são importantes e transmitem certa ideia do papel do artista e a relação com a apresentação do corpo humano. A descrição de Matisse privilegia as relações das cores, a matéria aparente da tinta e a incidência luminosa na modelo, os detalhes característicos do modelo são suprimidos, os pés são pinceladas que não querem se disfarçar. O ateliê de Matisse apresentado nesta obra não é intimamente sujo ou desorganizado, entretanto, o peso das tintas e seus contrastes dão um aspecto terroso à tela. Ao contrário da obra de Ramos, cujo local de trabalho é “higiênico”, não há manchas de tintas ou qualquer sujeira espalhada pelo local, nada macula aquele espaço. Apenas a pequena indicação do pote com pinceis nos deixa perceber que pode ser um local de trabalho. Ainda assim, estão geometricamente dispostos e extremamente limpos como se estivessem acabados de sair de suas embalagens.

¹² Mel Ramos. *The Voyeur*, No. 1, 1988. Aquarela. Disponível em <<https://www.hippostcard.com/listing/the-voyeur-no-1-by-mel-ramos-nude-pop-art-pinup-postcard/18905075>>. Acesso em 22 nov. 2020.



Figura 06

Nos dois casos os artistas são refletidos no espelho atrás das modelos. Matisse aparenta estar sentado, de camisa vermelha e a descrição de seu rosto – rudimentar – sugere que ele fita a retratada, preparando-se para a próxima pincelada. Mel Ramos, no entanto, comporta-se como antítese daquele. Sugere uma caminhada, quase escapa da captura do reflexo do espelho. Esse movimento indica ação – diverso da concentração introspectiva e silenciosa de Matisse –, o artista parece também circundar a modelo, procurando o melhor modo de começar. Mesmo que a tela próxima ao artista mantenha-se intocável, a obra que observamos ainda está em ebulição no interior de seu autor. Assim como na *Voyeur* anteriormente descrita, a tela branca é preenchida. Temos o próprio autorretrato de Mel Ramos, concentrado, forte, enérgico com a musculatura tensionada, como seu braço sugere. Para Matisse o corpo é entendido enquanto arte, forma plástica dos prazeres das manchas das tintas, Ramos mostra uma construção contemporânea que denota, entre outros elementos a representação do corpo num mundo em transformação da relação das mudanças corporais.

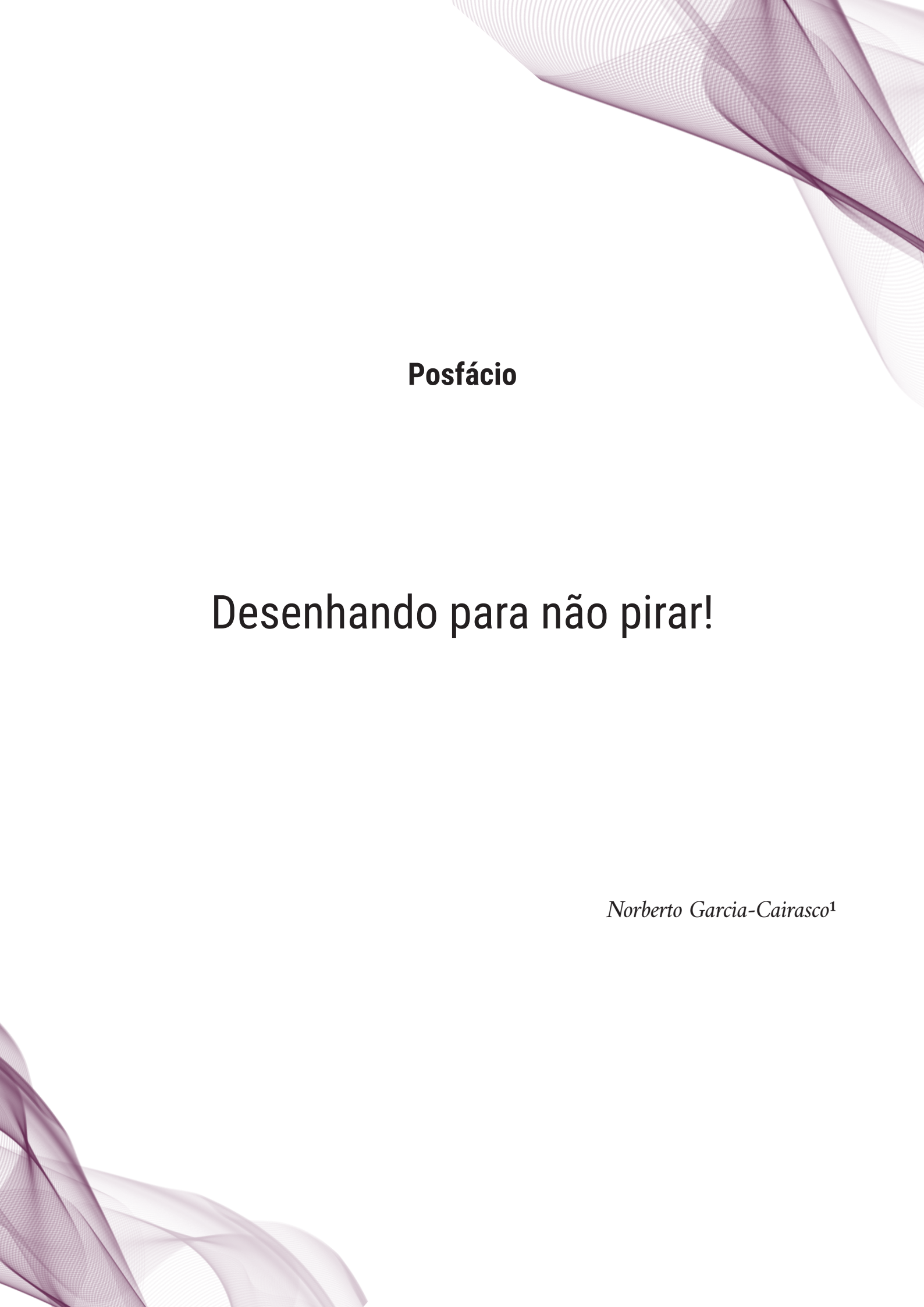
Nestes temas, certamente o corpo feminino possui um papel de destaque, assim como a história das imagens. O mundo criado por Mel Ramos é o mundo da visibilidade extrema, não

há espaços para perturbações com sombras ou espaços escurecidos. O mundo é e os corpos são artificiais e os misteriosos não possuem lugar em uma obra que se quer como celebração, posta a vibração com as quais os corpos são apresentados com sua superficialidade aparente.

Referências

- CLARIDGE, Elizabeth. **The girls of Mel Ramos**. Chigago: Playboy Press Book, 1975.
- DA COSTA JUNIOR, Martinho Alves. Aquela de braços erguidos. In **CBHA – Territórios da história da arte**. CBHA, 2014 pp. 323-333.
- DIJKSTRA, Bram. **Naked: The Nude in America**. New York: Rizzoli, 2010.
- FABBRINI, Ricardo Nascimento. **A arte depois das vanguardas**. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.
- KUSPIT, Donald B.; MEISEL, Louis K. **Mel Ramos Pop Art Fantasies: The Complete Paintings**, New York: Watson-Guption Publications, 2004.
- MICHAUD, Yves. Visualizações – O corpo e as artes visuais. In. Corbin, Alain (Ed.) et. Al. **História do Corpo**.³ **As mutações do olhar: O século XX**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2011.
- ROSENBLUM, Robert. **Mel Ramos**. Köln: Taschen, 1997.
- RAMOS, Mel. “Interview”. In *Hatje Cantz*. February, 2010. Disponível em <<https://www.hatjecantz.de/mel-ramos-5175-1.html>>. Acesso em 22 nov. 2020.
- SOUTER, Gerry. **American Realism**. New York: Parkstone, 2009.





Posfácio

Desenhando para não pirar!

Norberto Garcia-Cairasco¹

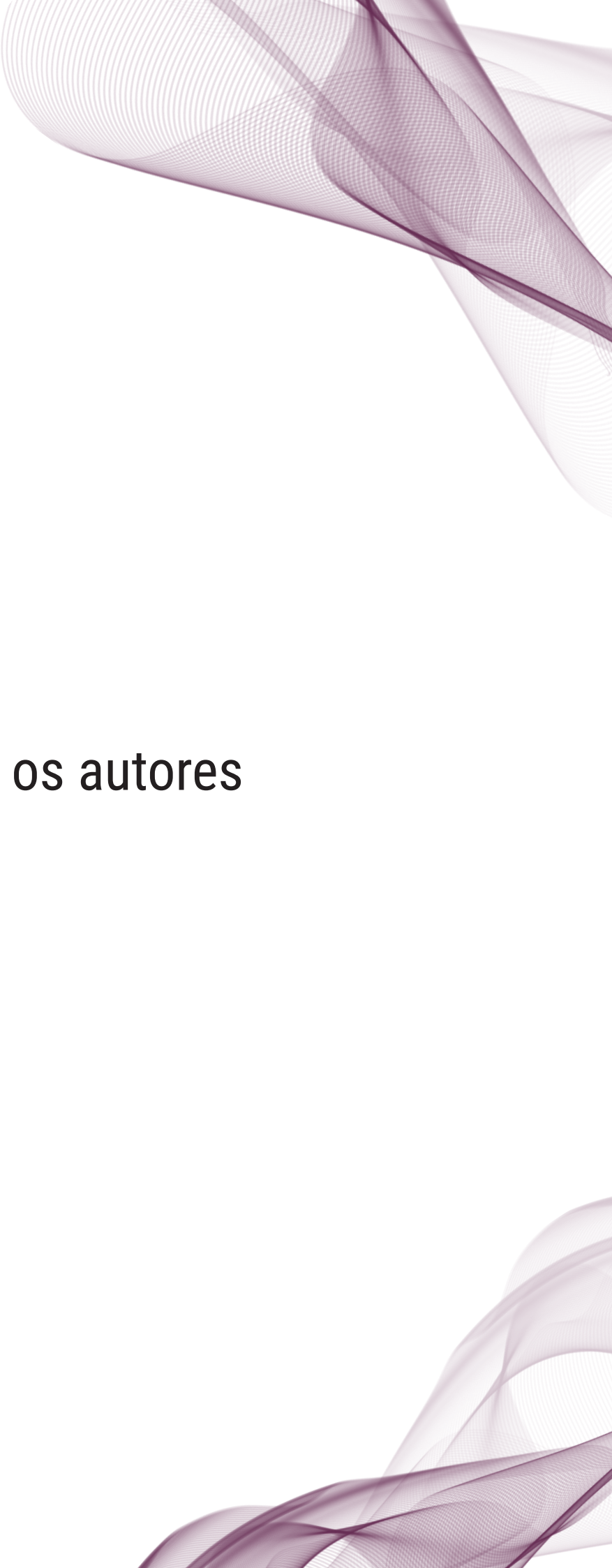


Figura 1. **Getting Crazy**. Artista Norberto Garcia-Cairasco. Selfie com Kekeylson Co-Terapeuta (à la Nise da Silveira), meu fiel companheiro. Foto e selfie com iPhone 8.0. Manipulações digitais em Photofox for iPhone 8.0.

¹ Professor Titular junto ao Departamento de Fisiologia da Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FMRP/USP).

Aqui nos meus devaneios, passeando pelos meandros e labirintos da minha mente, triste pelo desastrado desempenho do *homo sapiens* no maior desafio para a expressão de empatia e solidariedade que a Humanidade já enfrentou no último século! Fica absolutamente claro o quanto a nossa arrogância, independente de origem geográfica, social, poder econômico é derrotada pela comprovação clara de nossa fragilidade diante de uma catástrofe, produzida por uma nanopartícula viral, mas facilitada por um cenário de desenvolvimento econômico voraz que não respeitou meio ambiente, natureza! Sinto-me honrado por ter tido, como parte de uma nano-fração do planeta azul, o privilégio da exposição e imersão na Educação e na Ciência. Mais ainda, sinto profundo orgulho por ser hoje Educador e Neuro(Cientista), pequeno como ser humano, limitado, mas ao ser integrado a tantos outros, gigante na minha clara visão de responsabilidade social!





Sobre os autores

Agnes de Sousa Arruda

Doutora e Mestra em Comunicação pela Universidade Paulista. Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pelo Centro Universitário Teresa D'Ávila. Professora dos cursos de graduação, pós-graduação (*lato sensu*) e extensão da Universidade de Mogi das Cruzes, onde também atuou como coordenadora dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Design Gráfico (2013-2018). Pesquisa sobre corpo, mídia e imaginário midiático nos processos da gordofobia. Concluiu o doutorado com bolsa CAPES (PROSUP/PDSE), desenvolvendo estágio de doutoramento no Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, em Portugal. Integra o Grupo de Pesquisa Mídia e Estudos do Imaginário.

Daniel Cruz Cordeiro

Médico psiquiatra. Especialista em psiquiatria pela Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP). Mestre em psiquiatria pela Universidade de Londres (*Kings College*). Especialista em Dependência Química pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP). Terapeuta Sexual pelo Centro Universitário Salesiano de São Paulo (UNISAL). Organizador de livros em psiquiatria com temas voltados para Emergências Psiquiátricas e Dependência Química.

Helena Maria Afonso Jacob

Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), com pesquisa sobre ambientes midiáticos da gastronomia. Possui mestrado em Comunicação e Semiótica pela mesma instituição - também com pesquisa sobre mídia, cultura e gastronomia brasileira - e é graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela Unesp (1997). Coordenadora do curso de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero e docente no Centro Universitário Fecap (Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado). Membro do Espacc (Espaço-Visualidade/ Comunicação-Cultura) grupo de pesquisa liderado pela Profa. Dra. Lucrécia D'Alessio Ferrara.

Maristela Schaufelberger Spanghero

Graduação em Medicina pela UNICAMP, Residência Médica em Psiquiatria pelo Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP (IPq-FMUSP); Doutora em Ciências pela FMUSP e Pós-Doutora em Saúde Mental pela Faculdade de Medicina da USP de Ribeirão Preto (FMRP-USP). Professora do Curso de Medicina da Universidade Nove de Julho (Uninove/SP). Foi Professora Doutora no Departamento de Neurociências e Ciências do Comportamento da FMRP-USP de 2011 a 2016, período em que introduziu o tema do Tabagismo na disciplina de Psiquiatria na Graduação Médica. Interesse específico na interface entre Tabagismo, Psiquiatria e Comunicação. Experiência clínica em Tabagismo, Transtornos de Ansiedade e de Humor e Transtornos Psicóticos.

Martinho Alves da Costa Junior

Pesquisador de Pós-Doutorado na *Université Libre de Bruxelles* (ULB). Professor de História da Arte e da Cultura do Departamento e da Pós-Graduação de História da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Doutor em História da Arte pelo IFCH/UNICAMP, departamento no qual realizou o Pós-Doutoramento. Pesquisador convidado do *Institut National de l'Histoire de l'Art* (INHA), em 2012, do Centro de História da Arte e Arqueologia (CHAA) e do Laboratório de História da Arte (LAHA) da UFJF. Autor do livro *Identidades Cruzadas: CCB, Claraluz de Regina Silveira e seus espectadores*, São José do Rio Preto: Bluecom, 2009 e *Benedito Calixto: Folha de São Paulo/Itaú Cultural*, 2013.

Norberto Garcia Cairasco

Possui Graduação em Biologia - Universidad Del Valle, Colômbia (1976), Mestrado em Fisiologia pela Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto (1982) e Doutorado em Fisiologia pela Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto (1984) da Universidade de São Paulo. Pós-Doutorado no Duke University Medical Center (1988-1990). Ao reali-

zar o Concurso de Livre Docência obteve em 2011 o título de Professor Associado. Desde novembro de 2013 ao realizar Concurso Público obteve a vaga de Professor Titular, Referência MS-6, em R.D.I.D.P. junto ao Departamento de Fisiologia da Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto da USP. É orientador nos Programas PROEX-CAPES 7.0 em Fisiologia e em Neurologia/Neurociências da FMRP. Foi recentemente coordenador do Programa de Pós-Graduação de Fisiologia da FMRP-USP no Quadriênio 2013-2016. Foi Membro Sênior eleito da *Neurobiology Commission of the International League Against Epilepsy* entre 2013 e 2017. É Membro do Editorial Board da Revista *Epilepsy & Behavior*, tendo atuado como *Guest-Editor do Supplement International Symposium NEUROscience* (2008), do *Contemporary Neuroscience, Epilepsy and the Arts*, do *Special Issue International Symposium NEUROscience* (2013), do *Epilepsies: Complexity and Comorbidities* (2014) e do *Special Issue Genetic and Reflex Epilepsies, Audiogenic Seizures and Strains: From Experimental Models to the Clinic* (2017). Tem experiência na área de Fisiologia, com ênfase em Neurofisiologia, atuando principalmente e de maneira integrada nos seguintes temas: Avaliação Comportamental (Neuroetologia Quantitativa), Eletrofisiológica e Molecular de Alterações do Controle Motor entre elas: Epilepsia (Experimental e Clínica), Transtorno Obsessivo Compulsivo e Parkinson. Além desses tópicos de pesquisa, estuda Plasticidade no Sistema Auditivo, Integração Sensório-Motora e Sensório-Límbica. A atividade de pesquisa acima mencionada tem evoluído para estudos de Sistemas Complexos em Neurociências graças a projetos colaborativos em Neurociência Computacional. É Membro da Sociedade Brasileira de Fisiologia (SBFis), da Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento (SBNeC) e da Liga Brasileira de Epilepsia (LBE). Coordena e realiza atividades na interface Neurociência e Artes, sendo Membro da Comissão da Semana Nacional do Cérebro (SNC), junto à SBNeC, com destaque para atividades no Instituto de Estudos Avançados da USP-RP, no Instituto de Neurociências e Comportamento (INeC) e da Rede *Ciência, Artes, Educação e Sociedade* (coordenada por NGC no IEA) com seu evento máximo: *S.O.S: O Cérebro na Praça*. Estas atividades, de cunho mundial, correspondem à *Brain Awareness Week* (Semana Mundial do Cérebro) e tem o patrocínio da Dana Foundation for Brain Initiatives e de duas das maiores Sociedades

Científicas Internacionais em Neurociências das quais Norberto Garcia é membro, a *Society for Neuroscience* (SFN) e a *International Brain Research Organization* (IBRO). Além disto, é também membro da *American Epilepsy Society* (AES).

Paula Kim

Cineasta, possui Mestrado em direção de filmes na *Korea National University of Arts*. Coordena o projeto “Sobre Nossa Visão Distorcida” (www.sobrenossavisaodistorcida.com), plataforma transmídia sobre transtornos alimentares direcionada ao público jovem e adolescente. Lecionou roteiro nas seguintes instituições: Academia Internacional de Cinema, Inspiratorium, Instituto Criar de Novas Mídias, FAAP (pós graduação) e Mackenzie (extensão e pós-graduação). Participou de diversas bancas de (pós) graduação nas áreas de roteiro e de transtornos alimentares na mídia. Seu longa metragem de estreia “Diário de Viagem” (lançamento previsto para 2021) é o único projeto brasileiro até hoje a participar do Atelier do Cinefondation (Festival de Cannes).

Rodrigo Daniel Sanches

Professor universitário, Pós-Doutorando em Comunicação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero – PPGCOM/FCL), Doutor em Psicologia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FFCLRP/USP) com a tese *Corpus Alienum: efeitos do discurso das novas dietas, corpo-projeto e mídia*. Os resultados têm contribuído para o debate sobre a imagem do corpo feminino na mídia (Folha de S. Paulo; Jornal O Globo; TV Cultura; Jornal da USP; Rádio CBN; Rádio USP) e suas implicações na saúde (conferencista em eventos científicos de medicina, nutrição, transtornos alimentares, entre outros). Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica (PUC/SP). Sua dissertação resultou na publicação do livro *Do homem-placa ao pixman: o corpo como suporte midiático*, publicado com o apoio da FAPESP. Possui graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pelo Centro Universitário Ibero-Americano. Atualmente, é docente nos cursos de Pu-

blicidade e Propaganda, Relações Públicas, Design Gráfico e Administração. É pesquisador do CISC (Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia - PUC/SP - diretor financeiro na gestão 2018-2020), E-L@DIS (Laboratório Discursivo: sujeito, rede eletrônica e sentidos em movimentos - FFCLRP/USP) e do grupo Comunicação, Cultura e Visualidades (Faculdade Cásper Líbero), ambos cadastrados junto ao CNPq. É autor de artigos científicos e capítulos de livro sobre corpo e imagem.

Simonetta Persichetti

Possui graduação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero (1979), mestrado em Comunicação e Artes pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (1995) e doutorado em Psicologia (Psicologia Social) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2001), é Pós-Doutora pela Escola de Comunicação e Artes, USP (2017). É professora do programa de pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero na linha de pesquisa Jornalismo, Imagem e Entretenimento. Também é líder do grupo de pesquisa Comunicação, Cultura e Visualidades, na mesma instituição. Coordenadora do selo Editora Cásper Líbero desde 2018. Editora da Revista Líbero (2017-2018). Publicou os livros *Imagens da Fotografia Brasileira I*, *Imagens da Fotografia Brasileira II*. Foi também autora de entrevistas e textos para o livro *Encontros com a Fotografia*. Tem 25 anos de experiência em diversas redações, como Editora Abril, IstoÉ, SBT, Nova Cultural. Como docente universitária: Centro Universitário Senac, bacharelado em fotografia; coordenadora da pós-graduação em Fotografia no Senac. Desde 1996 é crítica de fotografia e colaboradora do *Caderno2* do jornal Estado de S. Paulo e de 2008-2016 da revista *Brasileiros*. É membro do Conselho Editorial da Revista *Arte!Brasileiros*. De 2003 a 2009 organizou a coleção Senac de Fotografia, como editora de texto e imagem. Ministra palestras sobre fotografia pelo Brasil. De 2009 a 2015 atuou como curadora de fotografia da *Arte Plural Galeria* (Recife/PE).

Táki Athanássios Cordás

Possui Mestrado (1990) e Doutorado (1995) em Medicina pelo Departamento de Psiquiatria da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Atualmente é

Professor colaborador do Departamento de Psiquiatria da USP; Coordenador da Assistência Clínica do Instituto de Psiquiatria do HCFMUSP; Coordenador do Programa de Transtornos Alimentares (AMBULIM) do IPQ-HCFMUSP; Prof. dos Programas de Pós-Graduação do Departamento de Psiquiatria da USP, do Programa de Neurociências e Comportamento do Instituto de Psicologia da USP e do Programa de Fisiopatologia Experimental da FMUSP. Tem experiência na área de coordenação de grupos multidisciplinares, pesquisa clínica e terapêutica psiquiátrica com ênfase nas áreas de Transtornos Alimentares; Transtornos Ansiosos; Transtornos do Impulso e Transtornos do Humor, incluindo Disritmia e Transtorno Bipolar.

Tatiana de Bruyn Ferraz Teixeira

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Medicina Baseada em Evidências da UNIFESP - Escola Paulista de Medicina (termina em 2021). Mestre em comunicação na contemporaneidade pela Faculdade Cásper Líbero (FCL). Graduada em jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora de telejornalismo, jornalismo audiovisual e locução na Faculdade Cásper Líbero desde 2006. Foi repórter e apresentadora nas empresas: Rádio Jovem Pan, TV SBT, TV Record, TV Gazeta, Rádio Eldorado, Rádio e TV Cultura, Rádio Estadão. Colaboradora da *Cochrane Brazil*. Membro da *Oxford Brazil EBM Alliance*.

Vera Lúcia Moraes Antonio de Salvo

Nutricionista com especialização em Nutrição Clínica e Teorias e Técnicas para cuidados integrativos, Pós-Doutora nos temas *Mindfulness* e *Mindful Eating* (Departamento de Medicina Preventiva – UNIFESP/EPM – Centro Mente Aberta), destaque Profissional 2019 do Conselho Regional de Nutricionistas da 3ª Região SP-MS (CRN-3), instrutora e professora de *Mindfulness* e *Mindful Eating* no Centro de Promoção de *Mindfulness* (CPM), instrutora do Protocolo de Desenvolvimento da Compaixão Baseado em *Mindfulness*, *Member of Center for Mindful Eating* (TCME) e da *American Mindfulness Research Association* (AMRA), docente do Ensino Superior desde 1995 e idealizadora do 1º protocolo brasileiro de *Mindful Eating – Mindful Eating* para a Saúde (MES).

Na relação com a práxis midiática, até que ponto somos os autores, os criadores das nossas sensações, pensamentos e opiniões? Os sistemas midiáticos se fazem tão presentes na sociedade coetânea como o ato de respirar. Eles invadiram todos os espaços (públicos ou privados), demandando dos sujeitos inúmeras habilidades - a nossa relação com os fenômenos comunicativos, na esteira dos dispositivos tecnológicos, ganhou proporções descomunais. Estar *on* (nunca *off*) através do *wireless* é algo comum e rotineiro. Pensando os processos comunicacionais da atualidade, dos quais recebemos um turbilhão de estímulos visuais, sonoros e até mesmo olfativos, quase ininterruptamente, questionamos: com o tempo, que efeito tem todos esses estímulos midiáticos sobre nós? Para o bem e para o mal, qual o impacto dos processos comunicativos e midiáticos na nossa saúde mental?

cásper

