



## **Consumo de capital imaterial/simbólico nas comunidades virtuais pró-ana e pró-mia<sup>1</sup>**

Vanessa Alkmin Reis<sup>2</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora

### **Resumo**

O trabalho busca contextualizar o movimento pró-anorexia e pró-bulimia difundido na Internet como expressão de características inerentes ao modo de produção e aos valores da sociedade contemporânea. A análise histórica, através de pesquisa bibliográfica, aliada à investigação empírica em blogs e comunidades virtuais permitem situar o fenômeno na cultura dos dias de hoje e contribuem para mais um passo em busca de sua compreensão.

### **Palavras-chave**

Capital imaterial, consumo, pró-ana/mia, rede.

### **Contextualização histórica**

O capitalismo, como o conhecemos hoje, advém da evolução de um sistema de produção e troca baseado em princípios da era industrial. Durante os séculos XVIII e XIX, até o início do século XX, as fábricas constituíam a base da organização social urbana nos países mais desenvolvidos. Em torno dela eram edificados os papéis sociais que cada indivíduo desempenhava, através de sua função, qualificação, tipo e horário de trabalho e posição social. Dualismos como patrão e empregado, burguesia e operários, trabalho e lazer, eram bastante usados para dar conta da estrutura social da época, em que cada cidadão passava a vida com a identidade mais ou menos definida.

Para consolidar esta forma de organização social, fazia-se necessária

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT – Cibercultura e Tecnologias da Comunicação do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela UFJF, email: vanessareis84@gmail.com



“uma materialização do regime de acumulação, que toma a forma de normas, hábitos, leis, redes de regulamentação, etc. que garantiam a unidade do processo, isto é, a consistência apropriada entre comportamentos individuais e o esquema de reprodução. Esse corpo de regras e processos sociais interiorizados tem o nome de modo de regulamentação.” (Lipietz apud Harvey, 1992)

Tais medidas sociais foram importantes para a crescente adaptação dos trabalhadores ao sistema capitalista de produção. Este foi um processo longo, implementado gradualmente através de gerações de operários. De acordo com Harvey, o amplo controle social das capacidades físicas e mentais é de grande importância para esta ambientação:

“A educação, o treinamento, a persuasão, a mobilização de certos sentimentos sociais (a ética do trabalho, a lealdade aos companheiros, o orgulho local ou nacional) e propensões psicológicas (a busca da identidade através do trabalho, a iniciativa individual ou a solidariedade social) desempenham um papel e estão claramente presentes na formação das ideologias dominantes cultivadas pelos meios de comunicação de massa, pelas instituições religiosas e educacionais, pelos vários setores do aparelho do Estado, e afirmadas pela simples articulação de sua experiência por parte dos que fazem o trabalho.” (Harvey, 1992)

Junto às fábricas, o fortalecimento de entidades como escolas, hospitais e cadeias caracterizou o que Michel Foucault veio a definir como sociedades disciplinares: um modelo de organização que “moldava as relações entre os indivíduos e o socius através de instituições, construindo corpos dóceis e subjetividades fixadas em identidades polarizadas através de regras sociais introjetadas pelos indivíduos.” (Deleuze apud Pinheiro, 2002) Estes espaços possuíam as mesmas características de confinamento que marcaram a época: concentração, distribuição no espaço, ordenação no tempo e composição no espaço-tempo de uma força produtiva com efeito superior à soma das forças elementares. (Deleuze, 1992)

A rotina fabril, base das sociedades industriais, foi em muito determinada pelas diretrizes de Henry Ford. O empresário norte-americano foi o responsável pela introdução de uma série de inovações no processo produtivo, com vistas ao aumento máximo da produção com diminuição de custos. A mais importante destas novidades foi a linha de montagem, forma de produção seqüencial planejada para acelerar a fabricação de automóveis a preços baixos, o que contribuiu muito para a popularização do automóvel nos EUA. Através da especialização de funções da linha de montagem, a



indústria passou a demandar corpos mais disciplinados, ou seja, pessoal treinado para realizar com habilidade cada vez maior determinadas funções dentro do ambiente produtivo. As inovações propostas por Ford foram tão importantes que deram o nome de seu criador ao modo de administração assim estruturado, que passou a ser conhecido como *fordismo*.

Outro importante pensador do sistema de produção industrial foi Frederick Winslow Taylor, propositor do modelo administrativo também conhecido por seu nome: o *taylorismo*. O engenheiro é considerado o pai da administração científica, por aplicar métodos e cálculos ao gerenciamento do trabalho fabril. Um exemplo desta aliança entre teoria e prática foi a medição de tempo para a realização de certas funções, com conseqüente instituição de metas diárias de trabalho que poderiam levar à gratificação ou à demissão, dependendo dos resultados de cada operário. Procedimentos como os de Ford e Taylor, em última instância, ultrapassaram as fronteiras das fábricas, posto que

“produção de massa significava consumo de massa, um novo sistema de reprodução da força de trabalho, uma nova política de controle e gerência do trabalho, uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista.” (Harvey, 1992)

As sociedades disciplinares conheceram seu declínio após a Segunda Guerra Mundial, com o início de uma crise em todas as suas instituições: família, sistema carcerário, educacional, hospitalar, entre outros. Aos poucos, a disciplina é substituída por uma nova forma de gerenciamento social: o controle. No lugar da rigidez das entidades regulamentadoras, a flexibilidade ganha espaço em todos os campos da vida, a começar pelo sistema produtivo:

“No pós-fordismo não se produz mais apenas mercadorias, mas subjetividades, relações sociais, ou seja, produz-se produtores. O lugar desta produção está nos nexos imateriais da produção da linguagem, da comunicação e do simbólico. Cada subjetividade precisa tornar-se um sujeito governado e, ao mesmo tempo, precisa ser um agente independente de produção e de consumo dentro de um intrincado modelo de correlações e de redes. Agora é a subjetividade que se mobiliza no trabalho e a valorização não conhece mais limites espaciais e nem temporais, pois envolve o tempo da vida como um todo.” (Pinheiro, 2002)

É este o momento em que começam a ruir os dualismos e confinamentos que marcaram as sociedades disciplinares: o trabalho, mais flexível, é centrado na produção



de conhecimentos, conceitos, idéias. Impossível, portanto, de dissociar-se do operário ao fim da jornada, como as antigas ferramentas. O empreendedorismo e o trabalho autônomo têm papel cada vez maior na economia, e, mesmo dentro das empresas, é tendência diminuir as barreiras hierárquicas entre funcionários e estimular a integração. Na educação, avaliação e formação continuadas demonstram a tendência pós-fordista de não fechar ciclos. Tudo é um processo constante e inacabado, que modula, ao invés de moldar, a vida do indivíduo.

A própria menção ao termo indivíduo se mostra cada vez mais complicada. Para Stuart Hall, com a chegada da modernidade tardia, na segunda metade do século XX, o que ocorreu não foi simplesmente a desagregação do sujeito, mas seu deslocamento, provocado por grandes rupturas no discurso do conhecimento moderno: a releitura dos escritos de Marx na década de 1960, a descoberta do inconsciente por Freud, o estruturalismo de Saussure, os estudos de Foucault acerca do poder disciplinar e o impacto da atuação dos movimentos sociais entre as décadas de 1960 e 1970. A constituição destes movimentos é um retrato da fragmentação identitária da época: agrupamentos de pessoas em torno de características próprias, como o gênero, a cor da pele e a orientação sexual, deixando em segundo plano todos os outros aspectos componentes do ser humano, não mais considerado “indivisível”. (Hall, 2005)

A economia pós-fordista, para além da industrialização de produtos, enfatiza os feitos culturais e simbólicos, ou seja, o *capital imaterial*. Este, para circular e ser consumido, utiliza as redes sociais, tanto na forma de contatos face a face quanto através das redes mediadas por computador (dotadas de importância crescente com a popularização da internet).

“O trabalho imaterial dota a mercadoria de dois conteúdos: informacional e cultural. O primeiro como habilidades envolvendo cibernética e controle computacional, além da comunicação horizontal e vertical. O segundo se evidencia em atividades que fixam no produto, cultural e artístico, modas, preferências, normas de consumo e, mais estrategicamente, a produção de opinião pública.” (Lima, 2004)

Um novo modo de produção determina novas maneiras de consumir. Numa sociedade pautada por valores como a velocidade dos fluxos e a curtíssima vida útil dos produtos, substituídos por novos em questão de meses, a ânsia de satisfação de desejos consumistas tende a ser cada vez mais imediata. Para Bauman,



“o que separa os membros da sociedade de consumo de seus ancestrais é a emancipação do consumo da antiga instrumentalidade que costumava demarcar seus limites. (...) Nossos ancestrais poderiam recomendar o adiamento da gratificação. A sociedade de consumo proclama a *impossibilidade* de gratificação e mede seu progresso por uma demanda sempre crescente.” (Bauman, 2001)

Ao contrário do consumo motivado pela necessidade, a avidez contemporânea por produtos novos num intervalo cada vez menor de tempo revela-se como uma distração para as crises de identidade causadas pela pós-modernidade, desviando-nos de encarar a condição humana finita através da valorização do corpo, das sensações e da novidade. (Andrade e Bosi, 2003, Bauman, 2001).

Com isso, abriu-se espaço para o comércio de experiências e apelos aos sentidos, através do consumo. A aquisição de produtos e serviços se dá, em muitas das vezes, através da satisfação de impulsos momentâneos e até mesmo frívolos, em contraste com o desejo de expressão de certas características pessoais ou de classe social, como acontecia até poucas décadas.

“Estamos vivendo a apoteose da sedução. A publicidade libertou-se da racionalidade argumentativa, pela qual se obrigava a declinar a composição dos produtos, segundo uma lógica utilitária, e mergulhou num imaginário puro, livre da verossimilhança, aberto à criatividade sem entraves, longe do culto da objetividade das coisas.” (Lipovetsky, 2004)

Para isso, “aos consumidores não se deve permitir que ‘acordem’ de seus ‘sonhos’, então os promotores de bens devem ‘trabalhar duro’ para assegurar uma ‘mensagem’ consistente.” (Bauman, 2001) E é nos fluxos da rede mundial de computadores que boa parte deste capital imaterial, ou seja, destas idéias, serviços e experiências, é idealizada, criada, difundida e transformada em material de consumo.

### **Ana e Mia na rede**

A internet, por seu próprio caráter descentralizado e não-regulamentado, tornou-se um meio de comunicação propício ao encontro de pessoas com interesses comuns, dos mais variados tipos. Com isso, abre-se espaço nos fluxos informacionais da rede para os mais diversos tipos de pensamentos, ideologias e grupos, que aí encontram os meios para expressar suas idéias e localizar partidários das mesmas causas em qualquer lugar do mundo.



A alegação da busca de um corpo ideal é um dos motivos citados por milhares de pessoas, na maioria mulheres jovens, que adotam comportamentos classificados pela medicina como transtornos alimentares – particularmente a anorexia e a bulimia – como “estilos de vida”. Dizendo-se adeptas da frase “os fins justificam os meios”, elas praticam a recusa à comida e/ou a purgação do alimento ingerido como formas de atingir um tipo físico compatível com certo padrão de beleza, seja ele o divulgado pela sociedade ou, mais frequentemente, um padrão auto-imposto de magreza extrema.

Protegidas pelo anonimato da rede, as seguidoras da Ana e da Mia (apelidos carinhosos dados, respectivamente à anorexia e à bulimia) encontraram em blogs, fóruns e sites de relacionamento lugares nos quais poderiam falar sobre uma parte de suas vidas que, na maioria das vezes, é vivida em silêncio: a relação complicada com a alimentação e a imagem corporal.

Assim, surgiu o movimento pró-anorexia e pró-bulimia na internet, no ano 2000. Inicialmente difundida nos Estados Unidos e Inglaterra, a tendência não demorou a chegar a outros países, como acontece com quase tudo na atual cultura globalizada. No Brasil, os blogs pró-ana/mia apareceram em 2002. Dois anos mais tarde, com a criação e popularização do site de relacionamentos Orkut, foram criadas comunidades virtuais para reunir as bulímicas e anoréxicas, tanto aquelas que estão em tratamento quanto as que querem continuar nestas condições.

Já na fase inicial de pesquisa em que nos encontramos, algumas características do movimento analisado são delineadas, permitindo-nos identificar um perfil padrão entre as pessoas que acessam os sites pró-ana e pró-mia. A grande maioria é composta de mulheres. A participação de homens nestas comunidades é bastante reduzida, porém existente. Isso reflete a própria estatística dos transtornos alimentares, que revela que, dentre os pacientes, apenas 10% são do sexo masculino. A maior incidência desses distúrbios nas mulheres é atribuída a fatores hormonais, sociológicos, psicológicos, e bioquímicos, como a maior propensão feminina a distúrbios do metabolismo de serotonina.

A maior parte dos acessos é de jovens, particularmente na fase os 13 e os 17 anos de idade. Como, essencialmente, as usuárias destas páginas e comunidades virtuais se apresentam com um perfil falso, para não serem facilmente identificadas por amigos e parentes, esta observação é feita com base na idade informada em seus blogs e perfis. Além disso, indícios de adolescência podem ser verificados na escrita tipicamente “internética”, com diminutivos, abreviações, letras repetidas e formatações destacadas,



como negrito, itálico e fontes coloridas. Com frequência aparecem nos perfis fotografias de ídolos *teen*, particularmente os que já tiveram algum histórico de transtornos alimentares, como a cantora Anahí, do grupo RBD, e a atriz Nicole Richie.

O mundo virtual pró-ana e mia assume, através de algumas práticas, um caráter de sociedade secreta, seguida com afincos quase religioso por alguns. Nas comunidades do Orkut, por exemplo, são comuns as temporadas de *no food* (NF) e *low food* (LF) coletivos, em que as garotas organizam uma rede de apoio mútuo para incentivar as outras durante o tempo de restrição alimentar. Muitas vezes, este é o único apoio com o qual elas podem contar, já que todo o processo ocorre às escondidas da família e dos amigos. Dicas para esconder melhor o problema, aliás, é um dos tópicos mais acessados pelas anas e mias. Sugestões como levar o aparelho de som para o banheiro ou ligar o chuveiro para abafar o som dos vômitos, enviadas por pessoas que passam pela mesma situação, geram um clima de compreensão, conforto e aceitação que geralmente não é sentido no convívio social das meninas.

O padrão de magreza extrema é considerado o ideal pelas anas e mias, embora elas mesmas reconheçam que ele desagrada a muitos. Frases como “não importa o que falem, vou atingir minha meta” são bem comuns nas comunidades virtuais. A opinião de familiares, amigos e parceiros amorosos, de que elas já estariam magras demais, são consideradas meras tentativas de demovê-las de seus objetivos. Nas comunidades pró-ana e mia, ao contrário, tais pessoas encontram exatamente o que gostariam de ouvir: frases como “nunca se está magra demais” e incentivos para deixar “os ossinhos aparecerem” funcionam como combustível para a luta incessante contra a comida. Os objetivos de peso são quase irrealistas. Muitas garotas almejam pesar por volta de 35 quilos. A insatisfação constante é uma marca nos perfis observados. Por mais baixo que seja o peso, uma vez atingido, uma nova meta é estabelecida e a busca continua.

Sintomas como fraqueza, tontura e desmaios são valorizados como indícios de vitória. A comunidade *Estar fraca é ser forte* reúne 260 membros com a seguinte descrição: “Depois de dias de LF, ou (principalmente) NF, bate aquela tontura, você perde o equilíbrio, a vista escurece, dá uma fraqueza... Só mostra o quanto você foi forte por ter agüentado até ali!” A morte, que acomete cerca de 10% dos pacientes diagnosticados com estes transtornos alimentares, é considerada uma consequência indesejada, mas não um empecilho. Pessoas mortas em decorrência de anorexia e bulimia, como a modelo Ana Carolina Reston, falecida em 2006 com peso corporal de 40 quilos, são reverenciadas por muitas como “mártires da causa”. Os tópicos de



discussão demonstram que a grande maioria das anoréxicas e bulímicas tem consciência de que o mesmo pode vir a acontecer a elas, mas a declaração mais freqüente é a disposição para “morrer lutando”.

### **Capital simbólico e ideal de beleza anoréxico**

Nas comunidades virtuais, a anorexia e a bulimia são defendidas como estilos de vida, e não como condições dignas de tratamento médico. A noção de estilo de vida denota a fluidez da sociedade contemporânea, em lugar das identidades mais ou menos delimitadas que marcaram a modernidade.

“Em linhas gerais, o estilo de vida reflete a sensibilidade (ou a “atitude”) revelada pelo indivíduo na escolha de certas mercadorias e certos padrões de consumo e na articulação desses recursos culturais como modo de expressão pessoal e distinção social. (...) É constituído por imagens, representações e signos disponíveis no ambiente midiático e, em seguida, amalgamados em performances associadas a grupos específicos.” (Freire Filho, 2003)

Os padrões de grupo são importantes também para proporcionar conforto e sensação de proteção, em uma época de insegurança generalizada causada pela falta de diretrizes e instituições sólidas. A cultura de maximização do corpo eleva sua importância como valor pessoal, disseminando a idéia de conquista da felicidade através da aquisição da constituição física perfeita. “Assim, o corpo e todo o instrumental utilizado para projetá-lo como símbolo de poder passam a ser perseguidos como bens simbólicos, na tentativa de neutralizar o mal-estar gerado pela fragmentação da identidade.” (Andrade e Bosi, 2003)

O papel de difusores destes ideais é representado, principalmente, pelos meios de comunicação, a publicidade e a indústria da moda. Através do consumo, “os valores e significados de objetos e serviços premeditados pelos grandes agentes econômicos e pelos publicitários são interpretados e assimilados de acordo com as experiências, os sentimentos e a posição social dos usuários ou das audiências” (Freire Filho, 2003) Lipovetsky, contudo, não concorda com a estigmatização da mídia e das classes dominantes como vilãs: “Assim, onde muitos enxergam manipulação e conformismo, pode-se encontrar satisfação, jogo e gosto pela estetização. O consumidor seduzido pela publicidade não é um enganado, mas um encantado.” (Lipovetsky, 2004)



Fato é que as imagens e ideais do mundo da fama e da moda estão presentes em todo o mundo virtual pró-ana e pró-mia. A inspiração por celebridades é um traço marcante nos perfis pessoais e nos diálogos das comunidades. Muitas afirmam que a sociedade lhes impõe que sejam magras, que vêm dia após dia que só as magras conseguem popularidade, respeito, sucesso amoroso e aceitação. Como exemplo disso, estampam em seus espaços virtuais imagens de atrizes e modelos donas de corpos – e, conseqüentemente, de modos de vida – perfeitos. Embora as mulheres idolatradas possam variar um pouco, dependendo da nacionalidade da blogueira, algumas como Angelina Jolie e Victoria Beckham são praticamente unanimidades. Os homens também têm seus “musos” inspiradores: famosos magros como Daniel de Oliveira (especialmente na interpretação de Cazuya, no filme de mesmo nome) e Daniel Radcliffe, intérprete do bruxo Harry Potter no cinema. Popular também é a tatuagem de Angelina Jolie com os dizeres latinos *quod me nutrit, me destruit* – em português, o que me alimenta me destrói. Várias garotas relatam o desejo de tatuar em seus corpos a mesma frase, algumas realmente o fizeram.

Juntamente com as fotografias, os lemas compõem parte importante das chamadas *thinspirations*, as inspirações de magreza postadas na rede. Frases como “se é saboroso, está tentando te matar”, “um minuto na sua boca, a vida toda no seu quadril” e “um corpo imperfeito reflete uma pessoa imperfeita” demonstram, ao mesmo tempo, profunda insatisfação com o corpo que possuem e a obsessão pelo que o corpo pode vir a se tornar, seguindo este estilo de vida. Sentenças como essas viram títulos de blogs, posts, comunidades, e são mescladas a fotografias de pessoas magras em vídeos motivacionais compartilhados online.

Além da “importação” de valores e conceitos do mundo da moda e das estrelas de cinema, TV e música, as anoréxicas e bulímicas fazem circular ainda sua própria produção simbólica. Alguns textos são repassados na internet como “literatura” do movimento pró-ana e mia. Um dos textos mais difundidos nas comunidades é a carta de uma suposta anoréxica hospitalizada, que ilustra o desejo da magreza última, cadavérica:

“Queridas Annas, no momento estou em uma cama de hospital, mal consigo me mover ou falar, porém, gasto minhas últimas energias para que esta carta chegue até vocês! Tenho certeza que minha fiel amiga publicará cada palavra na rede.

Um dia eu tomei uma decisão: ser magra, não apenas ser magra, mas, me SENTIR magra, me sentir leve, pura, limpa. A partir de então comecei uma guerra contra a comida, contra a fome, contra meus instintos, contra minha saúde e contra o amor



dos q estavam perto de mim. A guerra não foi fácil, eu perdi várias batalhas mas sempre me levantei e continuei. No meio de tantas lutas encontrei soldadas que me deram a mão e disseram “FORÇA”, e isso deu-me coragem nos momentos mais críticos. Anos de batalhas se passaram, ate que finalmente obtive o controle em minhas mãos... Ahhh como era bom deitar-me no chão e sentir o mundo girar, como era bom acariciar meu corpo e sentir cada osso, contar cada osso. Me sentia quase um anjo que logo iria voar. Finalmente, eu tinha encontrado minha paz! Ontem trouxeram-me para esta cama tentando desfazer toda minha glória, porem, é tarde para eles, mais nada pode ser feito, finalmente estou quase voando... Nunca me senti tão linda e tão bem com o meu corpo como agora.”

Muito populares também são a *Carta da Ana* e a *Carta da Mia*, repetidas em quase todas as comunidades observadas. Funcionam como uma espécie de “carta de apresentação” da anorexia e da bulimia, mostrando, principalmente às iniciantes, os benefícios que podem proporcionar a quem a elas recorrer: perfeição corporal (Ana) e socorro nos episódios de compulsão (Mia).

Até um objeto de identificação foi criado para que elas possam reconhecer-se umas às outras no meio da multidão. As anas, partidárias da anorexia, usam pulseiras vermelhas, feitas com miçangas, fitas ou qualquer outro material. As mias, favoráveis à bulimia, pulseiras roxas. Os acessórios passam despercebidos para quem não conhece o significado, mas garantem à usuária que, uma vez que aviste no shopping ou na escola alguém com uma pulseira semelhante, pode trocar um olhar de cumplicidade ou até mesmo receber, numa situação difícil, o mesmo apoio tantas vezes encontrado somente no mundo virtual. Outra utilidade atribuída ao acessório é servir como um lembrete do compromisso com a Ana e a Mia. A orientação de algumas garotas é colocar a pulseira na mão usada para abrir a geladeira. Assim, ao olhar para a bijuteria, reafirmariam sua recusa à comida e desistiriam da refeição.

O movimento a favor da anorexia e da bulimia chegou também a sites de compartilhamento de vídeos, como o Youtube. Uma busca simples pelas tags “pro ana mia” no portal de vídeos apresenta cerca de 600 resultados. Entre eles estão reportagens de TV referentes ao tema, vídeos caseiros com opiniões individuais e muitas tentativas de conscientização e alerta para os perigos deste tipo de conduta. A maioria dos vídeos encontrados, porém, se encaixa no que as garotas chamam de *thinspiration*, inspirações magras. São montagens feitas a partir de fotos e vídeos, geralmente combinados com uma música de fundo, retratando mulheres extremamente delgadas. Grande parte das imagens é de modelos e atrizes famosas, consideradas donas de corpos perfeitos. Mas encontram lugar também *thinspirations* baseadas em fotos de pessoas reais, que



funcionam para elas como prova de que, através destes comportamentos alimentares, garotas comuns podem chegar cada vez mais perto do que consideram perfeição.

### **Considerações finais**

O modo de produção contemporâneo pode ser entendido como uma forma de capitalismo centrada no “consumo do ser” e na mercantilização do intangível. Aliado à difusão massiva de valores característicos da cultura ocidental, como a competitividade, a realização imediata de desejos e o culto à juventude, este sistema pode vir a contribuir para o surgimento do círculo vicioso que envolve a satisfação instantânea de vontades alimentares, a comparação com os padrões de beleza veiculados pela indústria cultural e a insegurança da crise identitária inerente ao sujeito urbano do início do século XXI. Tais fatores não são os únicos, mas certamente mostram-se importantes em uma análise das condições denominadas transtornos alimentares.

A disponibilidade da Internet torna visível um fenômeno característico de nosso tempo, em que todos podem ser produtores e divulgadores de conteúdos, com todos os aspectos positivos e negativos que esta abertura acarreta. As experiências e sensações expostas na rede pelos partidários da anorexia e da bulimia encaixam-se na vasta gama de mercadorias circulantes na economia imaterial de nosso tempo. Portanto, demandam análise minuciosa e sem julgamentos de valor por parte daqueles que anseiam entender uma parte da cultura veloz e fluida em que estamos imersos.



## Referências bibliográficas

ANDRADE, Angela; BOSI, Maria Lúcia Magalhães. Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino. In: *Revista de Nutrição*, Campinas, 16(1): 117-125, jan/mar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. Consuming Life. In: *Journal of Consumer Culture*. 2001; 1; 9. Disponível em: <http://joc.sagepub.com/cgi/content/abstract/1/1/9>

DELEUZE, Gilles. Post-scriptum sobre a sociedade de controle. In: *Conversações*. Rio de Janeiro, Editora 34, 1992, p. 219 – 226.

FREIRE FILHO, João. *Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade*. Revista ECO-PÓS. Rio de Janeiro: UFRJ, v. 6, n. 1, p. 72-97, 2003.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna - uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo, Loyola, 1992.

LIMA, F.L.M.D. O imaterial e o afetivo nas mídias digitais: contribuições de Antonio Negri para os estudos de rede. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27. 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.

LIPOVETSKY, Gilles. Sedução, publicidade e pós-modernidade. In: MARTINS, Francisco Menezes, SILVA, Juremir Machado da. *A genealogia do Virtual*. Porto Alegre, Sulina, 2004.

PINHEIRO, Marta. *Resistência na sociedade pós-fordista*. Lumina 9. Juiz de Fora v. 5, n. 2, p. 57-66, jul-dez, 2002.