

ANOREXIA NERVOSA E OS IMPACTOS DA MÍDIA: UMA ANÁLISE PSICANALÍTICA SOB A PERSPECTIVA DA CONSTRUÇÃO DE GÊNERO E INFLUÊNCIA SOCIOCULTURAL

Gabriela Rodrigues Oliveira Campos¹, Pâmela Fantini Rodrigues Soares², Giórgia de Aquino Neiva³

¹Discente do Curso de Psicologia do Centro Universitário Goyazes (UniGoyazes). E-mail: gabriela.campos@unigoyazes.edu.br; ²Discente do Curso de Psicologia do Centro Universitário Goyazes (UniGoyazes). E-mail: pâmela.soares@unigoyazes.edu.br; ³Docente no Centro Universitário Goyazes (UniGoyazes). E-mail: giorgia.neiva@unigoyazes.edu.br

Introdução: A anorexia nervosa é um transtorno alimentar grave caracterizado pela restrição extrema de ingestão calórica, medo intenso de ganhar peso e distorção da percepção corporal. Embora afete indivíduos de todos os gêneros, estudos indicam maior incidência entre mulheres, impulsionada, em grande parte, pela pressão sociocultural relacionada aos padrões estéticos promovidos pela mídia. Comportamentos purgativos, como dietas rigorosas, exercícios excessivos e uso de laxantes, são frequentemente adotados por pessoas acometidas. Neste contexto, este estudo investiga como discursos midiáticos, especialmente aqueles disseminados no Instagram por influenciadoras e figuras públicas, contribuem para a construção de ideais corporais distorcidos que podem influenciar no desenvolvimento de transtornos alimentares, como a anorexia nervosa. **Objetivos:** O objetivo central da pesquisa é compreender como os discursos de influenciadoras digitais moldam a percepção do corpo e reforçam padrões de beleza inatingíveis, com foco na forma como esses conteúdos impactam mulheres cis e transgênero. A intenção é revelar como a linguagem, as imagens e os comportamentos compartilhados por essas figuras públicas influenciam a relação dos seguidores com seus corpos e com a alimentação, contribuindo para o aumento da vulnerabilidade a transtornos alimentares. **Material e Método:** A metodologia adotada baseou-se na análise qualitativa de postagens públicas no Instagram, rede social amplamente utilizada para divulgação de conteúdos sobre beleza e estilo de vida. Foram selecionadas influenciadoras com grande número de seguidores que abordam temas como dietas, emagrecimento e corpo ideal. A análise incluiu tanto as legendas das postagens quanto os comentários dos seguidores, utilizando ferramentas da psicanálise para interpretar os discursos e identificar elementos que reforçam estereótipos corporais prejudiciais. **Resultados e Discussão:** Os resultados preliminares indicam que influenciadoras reforçam padrões de magreza por meio de imagens editadas, relatos de dietas extremas e linguagens que associam corpos magros à felicidade, sucesso e aceitação social. Esses discursos, ao serem amplamente consumidos e replicados, contribuem para a internalização de ideais estéticos prejudiciais, principalmente entre mulheres jovens, aumentando o risco de comportamentos alimentares desordenados. **Conclusão:** Conclui-se que a anorexia nervosa não deve ser compreendida apenas como uma condição clínica, mas como um fenômeno também moldado por fatores socioculturais e de gênero. A mídia desempenha papel central na formação da autoimagem, reforçando estigmas e expectativas irreais sobre o corpo. A pesquisa evidencia a urgência de uma abordagem crítica sobre os padrões de beleza disseminados, além da necessidade de políticas públicas que valorizem a diversidade corporal e combatam a glorificação da magreza como sinônimo de sucesso.

Palavras-chave: Anorexia, Transtorno Alimentar, Gênero, Psicanálise.