



Contemporânea

Contemporary Journal

Vol. 5 Nº. 9: p. 01-23, 2025

ISSN: 2447-0961

Artigo

A CONSTRUÇÃO DO CORPO E SUAS NOÇÕES NA ERA DO CONSUMO: DA IDEALIZAÇÃO À PERFORMANCE

THE CONSTRUCTION OF THE BODY AND ITS NOTIONS IN THE AGE OF CONSUMPTION: FROM IDEALIZATION TO PERFORMANCE

LA CONSTRUCCIÓN DEL CUERPO Y SUS NOCIONES EN LA ERA DEL CONSUMO: DE LA IDEALIZACIÓN AL RENDIMIENTO

DOI: 10.56083/RCV5N9-015

Receipt of originals: 8/4/2025

Acceptance for publication: 8/29/2025

Marcos Eduardo Schmeing

Graduando em Psicologia

Instituição: Centro Universitário Campo Real

Endereço: Guarapuava, Paraná, Brasil

E-mail: marcos.schmeing123@gmail.com

Ana Bela dos Santos

Doutoranda em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Unicentro (PPGE)

Instituição: Centro Universitário Campo Real

Endereço: Guarapuava, Paraná, Brasil

E-mail: psi.anabela3@gmail.com

RESUMO: Com o advento do mundo contemporâneo, impulsionado pelo consumo desenfreado, as noções de corporeidade, influenciadas por preceitos mercadológicos e midiáticos, são constantemente modificadas a fim de se adaptar à norma vigente. Dessa forma, o controle neoliberal intervém sobre os sujeitos, transformando seus corpos em mercadoria, em objetos, impondo a estes comportamentos que visam uma atuação idealizada e performática. Assim, essa pesquisa de cunho bibliográfico, de abordagem qualitativa e objetivo exploratório, parte do estudo do corpo, buscando entender como o viés consumista e de mercado atua sobre os indivíduos, a subjetividade e seus corpos, impondo-lhes ideais e padrões rígidos, responsáveis pelo gerenciamento de conflitos identitários, que os leva ao adoecimento. Neste quesito, foram analisados materiais físicos e eletrônicos do campo da psicologia e outras áreas, como a psicanálise, a



sociologia e a antropologia, o que possibilitou um diálogo entre as diferentes perspectivas teóricas sobre o fenômeno analisado. Considerando esse aspecto, a partir do estudo realizado, pode-se concluir que o corpo na contemporaneidade se constitui como reflexo das normativas consumistas, atuando também enquanto espaço de resistência e expressão do desejo.

PALAVRAS-CHAVE: corpo, consumo, mercadoria, ideal, performance.

ABSTRACT: With the advent of the contemporary world, driven by unbridled consumption, the notions of corporeality, influenced by market and media precepts, are constantly modified in order to adapt to the current norm. In this way, neoliberal control intervenes on the subjects, transforming their bodies into merchandise, into objects, imposing on these behaviors that aim at an idealized and performative performance. Thus, this bibliographic research, qualitative approach and exploratory objective, starts from the study of the body, seeking to understand how consumerist and market bias acts on individuals, subjectivity and their bodies, imposing on them rigid ideals and standards, responsible for the management of identity conflicts, which leads them to illness. In this regard, physical and electronic materials from the field of psychology and other areas, such as psychoanalysis, sociology and anthropology, were analyzed, which enabled a dialogue between the different theoretical perspectives on the analyzed phenomenon. Considering this aspect, from the study carried out, it can be concluded that the body in contemporaneity is constituted as a reflection of consumerist norms, also acting as a space of resistance and expression of desire.

KEYWORDS: body, consumption, merchandise, ideal, performance.

RESUMEN: Con el advenimiento del mundo contemporáneo, impulsado por el consumo desenfrenado, las nociones de corporalidad, influenciadas por los preceptos del mercado y los medios, se modifican constantemente para adaptarse a la norma actual. De esta manera, el control neoliberal interviene sobre los sujetos, transformando sus cuerpos en mercancías, en objetos, imponiendo sobre estos comportamientos que apuntan a una performance idealizada y performativa. Así, esta investigación bibliográfica, con un enfoque cualitativo y objetivo exploratorio, parte del estudio del cuerpo, buscando comprender cómo el sesgo consumista y de mercado actúa sobre los individuos, la subjetividad y sus cuerpos, imponiéndoles ideales y estándares rígidos, responsables de la gestión de los conflictos de identidad, lo que los lleva a la enfermedad. En este sentido, se analizaron materiales físicos y electrónicos del campo de la psicología y otras áreas, como el psicoanálisis, la sociología y la antropología, que permitieron un diálogo entre las diferentes perspectivas teóricas sobre el fenómeno analizado. Considerando este aspecto, a partir del estudio realizado, se puede concluir



que el cuerpo en la época contemporánea es un reflejo de las normas consumistas, actuando también como un espacio de resistencia y expresión del deseo.

PALABRAS CLAVE: cuerpo, consumo, mercancía, ideal, rendimento.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

1. Introdução

O ser humano, desde a antiguidade, é marcado por diversos fatores que interferem e modificam a sua existência e suas relações. Nesse sentido, o patrimônio cultural se faz imprescindível no modo em que o sujeito se constitui e exerce sua subjetividade em todos os contextos em que está inserido. A subjetividade, atravessada por diferentes fenômenos culturais, políticos e midiáticos, se molda consoante os ditames estabelecidos a fim de se adaptar e ser validada socialmente. A corporeidade e os ideais de corpo, também fundamentados por esses preceitos, sofrem modificações que impactam a vida daqueles que exercem e buscam uma vivência funcional, ou seja, baseada no sistema neoliberal que preza pelo hábito consumidor e estimula os seus desejos (Mauss, 2003; Safatle, Junior e Dunker, 2021).

Ademais, este trabalho tem por objetivo compreender, a partir do estudo do corpo (Le Breton, 2013), como o panorama consumista contemporâneo, movido pelas mídias, atua sobre as pessoas e seus corpos, transformando-os em objetos e mercadorias. À vista disso, o corpo contemporâneo é percebido como corpo performático, adaptativo, erotizado e objetificado, pois os indivíduos buscam padronizá-lo, por exemplo, baseados nos ideais de beleza e de consumo (Lipovetsky, 2004). O desejo, dessa maneira, movido pelo mercado, faz do sujeito um prisioneiro entre aquilo que deseja ser (Eu ideal) e o que a sociedade dita e espera dele (Ideal



de Eu).

O corpo desproporcional, fora do padrão formulado, é posto às margens do típico e, por isso, não é desejado. Em contrapartida, o corpo padronizado e concebido como belo passa a ser desumanizado porque, ao ser movido pelo desejo e o consumo, torna-se erotizado e principalmente objetificado.

Nas relações entre os pares de sujeitos, isso se torna bastante visível, dado que, frequentemente, o desejo não é pelo outro, mas sim pelo seu corpo, um corpo reduzido a instrumento de satisfação do outro. Em outros termos, uma mercadoria que, depois de um tempo, pode ser trocada ao perder os traços idealizados (Bauman, 2022). Isso acaba por desencadear crises de identidade, ansiedade, depressão e frustração nos sujeitos, levando-os ao sofrimento e adoecimento. Partindo dessa postulação, essa pesquisa é importante, uma vez que possibilitará uma compreensão, sob o sombreamento da psicanálise, de como esses atravessamentos entre mídia, desejo, beleza e consumo constroem e modificam o corpo, ou as noções de corporeidade, implicando no Eu, na interação entre o sujeito, o outro e a sociedade.

As mudanças que se percebem na atualidade são significativas, pois a busca pela alta performance e pelo corpo saudável são sinônimos de um corpo consumidor. Em outros termos, o corpo que consome também passa a ocupar outra posição, a de objeto, que, ao ser moldado e modificado, consoante as normativas vigentes do que é ou não belo, passa a ser visto como meio de satisfação e desejo. O desejo, dessa maneira, regula as relações humanas, visto que, sem ele, não há relação. Isso quer dizer que, pela ótica do desejo, o ser humano está no mundo e se movimenta para algo em busca do bem-estar.

Com a influência do panorama mercadológico sobre milhões de vidas, o desejo passa a ser gerido e isso acaba por causar grandes impactos sobre as relações e a saúde coletiva. Dessa maneira, a pesquisa ao qual se propõe



esse trabalho é relevante para o meio acadêmico, para a psicologia e a sociedade, possibilitando, uma compreensão de como o mercado, através do consumo, exerce sua atuação sobre o ser humano e seu desejo, modificando sua maneira de se portar frente à vida e às relações que estabelece com os demais sujeitos, visando um exercício performático e padronizado que modifica os corpos e as noções de corporeidade. Este estudo, portanto, busca não apenas compreender as relações entre corpo, desejo e consumo, mas também abrir espaço para discussões futuras que ampliem o campo científico na psicologia.

2. Metodologia

O respectivo artigo foi construído a partir de etapas definidas e delimitadas, seguindo uma metodologia de cunho exploratório e natureza bibliográfica, com objetivo de identificar os fatores que contribuem para a ocorrência do fenômeno apresentado, isto é, de como o viés mercadológico atua sobre os corpos humanos, modificando suas estruturas. Neste quesito, foram analisados materiais físicos e eletrônicos do campo da psicologia e outras áreas, como a psicanálise, a sociologia e a antropologia, o que possibilitou um diálogo entre as diferentes perspectivas teóricas sobre o fenômeno.

Quanto à escolha da bibliografia utilizada, essa se dividiu em duas partes: a primeira composta de autores primários, como Zygmunt Bauman, David Le Breton, Sigmund Freud, Gilles Lipovetsky, Marcel Mauss, etc., que atuaram na base conceitual do trabalho. E a segunda de autores secundários, isso quer dizer que foi pesquisado, em plataformas digitais e científicas - como Google Acadêmico, Scielo e Pepsic: Periódicos de Psicologia - artigos que abordavam a temática em discussão. No critério de seleção, foram priorizados materiais de 2017 a 2025, que fossem relevantes ao estudo e contemplassem como palavras-chave os seguintes conceitos: corporeidade,



corpo ideal, consumo, imagem, psicanálise e contemporaneidade.

3. Desenvolvimento

3.1 A Sociedade do Consumo e o Corpo-Mercadoria

Com o advento da pós-modernidade e os avanços tecnológicos, o ser humano se encontra rodeado pelos diversos modos de existência, pautados em um discurso neoliberal e consumista que impõe ao sujeito um jeito ideal de ser e vivenciar suas experiências. Para Lipovetsky (2004), a pós-modernidade marca a ruptura dos freios tradicionais e institucionais da coletividade, que contrariavam a liberdade individual. Assim, com o desaparecimento dessas estruturas socializantes, surgem perspectivas que legitimam a realização pessoal, a manifestação dos desejos e o amor-próprio. Ao se libertar das normativas tradicionais, a sociedade pós-moderna se volta para o presente e para as novidades. Ela é regida por uma lógica de sedução que visa, nada mais que a hedonização da vida. Isto é, a busca pelo prazer como principal objetivo - prometendo e vendendo esse acesso a todas as esferas sociais.

Sobre essa noção, se instaura o cenário consumista atual e se relaciona o indivíduo com o mundo. Por meio do consumo e do prazer individual, o corpo torna-se objeto de análise. Para Bauman (2022), enquanto o consumo seria uma característica do sujeito, o consumismo estaria como atribuição da sociedade. Este último, deriva das insaciáveis mudanças do desejo e da vontade, tornando-se a força motriz da sociedade. Sobre este fundamento e a influência da era da informação, o indivíduo se depara sem norte frente à vasta gama de possibilidades de satisfação. Desse modo, o mundo acaba por ser dividido entre as coisas a serem escolhidas e os que as escolhem.

Autores como Bauman (2022), Santi (2011), Lipovetsky (2004), Baudrillard (1995) e Safatle, Junior e Dunker (2021) discutem no decorrer



de suas obras como o consumismo desenfreado atua na subjetividade do indivíduo, impactando drasticamente na maneira que este se relaciona com seu corpo, o mundo e seus pares. Implicado nesse viés contemporâneo de que o desejo deve ser satisfeito a todo custo, numa busca de caráter insaciável de sensações e experiências, tudo passa a ser medido e customizado em prol da realização pessoal frente ao coletivo. De acordo com Santi (2011, p. 45), “o consumo tornou-se um modo privilegiado de ganhar reconhecimento social e também um lugar privilegiado para viver a fantasia e o desejo.”

Segundo Santos *et al.* (2019), a sociedade de consumo pode ser entendida como aquela típica do mundo desenvolvido, em que a oferta tende a superar a demanda, os produtos passam por processos de padronização e os hábitos de consumo tornam-se massificados. Os mesmos autores mencionam que, para esse modelo atual de sociedade, nem mesmo o céu se torna um limite. Diante do vasto campo de possibilidades de consumo, o potencial consumidor se depara com a insatisfação. Ao deparar-se com ela, a única solução para supri-la é o descarte do objeto causador, substituindo-o por outro. Acerca disso, Bauman (2022) assevera que na pós-modernidade a durabilidade das coisas é desvalorizada, as coisas se tornam defasadas e ultrapassadas ao mesmo passo que são adquiridas e, por isso, são destinadas ao lixo.

Neste caso, a insatisfação seria o oposto da satisfação, que está relacionada ao suprimento das necessidades de uma pessoa. Segundo Baudrillard (1995), as necessidades estariam para um viés de finalidade única, isto é, dirigidas à felicidade e ao bem-estar. Nesse mesmo sentido, Freud (1930/2010) atesta que a busca da felicidade está implicada em dois vieses, o primeiro se refere à ausência de dor e do desprazer, enquanto o segundo pela experimentação de fortes prazeres.

Neste cenário, a preocupação não está para a ordem da ditadura do prazer, mas para a fragmentação e fragilização das personalidades. Sobre



esse aspecto, Lipovetsky (2004) declara que a cultura hipermoderna pode ser caracterizada pelo enfraquecimento do poder regulador das instâncias coletivas e pela autonomia dos sujeitos em comparação às imposições do grupo, seja no âmbito familiar, religioso, político e de classes. Resultante disso, o indivíduo está cada vez mais aberto, fluido e independente. A questão é que essa mutabilidade demonstra muito mais a desestabilidade do eu. As consequências dessa fragilização se apresentam mediante os sintomas psicossomáticos, que emergem de muitos motivos, como a depressão e a ansiedade que acometem o sujeito contemporâneo que cada vez mais se sente insuficiente, deslocado e sem valor.

Não obstante, o indivíduo, ao estar inserido nessa cultura e principalmente no sistema que a orienta, acaba construindo-se e assumindo papéis aos quais o corpo deve adaptar-se com a intenção de ser aceito socialmente. Para o sociólogo e antropólogo francês Marcel Mauss (2003), em sua obra "*Antropologia e Sociologia*", especialmente na sexta parte em que relata sobre as "*Técnicas do corpo*", os modos como o ser humano se expressa e formula suas relações estão estritamente fundamentados na cultura e nas tradições de cada povo. Tudo é transmitido oralmente e passado para as gerações seguintes. O corpo, neste caso, para o autor, é o principal instrumento técnico utilizado pelo homem e por meio do qual tudo nos é imposto, desde a maneira de falar, sentar, se portar e reagir a determinadas ocasiões e acontecimentos.

Seguindo na mesma linha de raciocínio, como o corpo faz a ponte com o mundo, sendo instrumento pelo qual o homem se expressa. Na sociedade pós-moderna, ele acaba por adquirir caráter mercadológico. Em outros termos, se tornando uma mercadoria, um objeto moldado às exigências internas do indivíduo e externas da sociedade. Consoante ao sociólogo e filósofo Zygmunt Bauman (2022, p. 20), na atualidade - marcada pelo ideal consumista - "ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria." Isso indica que as pessoas devem desenvolver, assumir,



recarregar e performar capacidades que são esperadas e exigidas de uma mercadoria desejável.

Sob esse mesmo aspecto, as relações humanas se formulam por interferência de uma ideia central de utilidade e satisfação, para além das crenças e valores relativos à amizade, ao amor, à devoção ou até mesmo à solidariedade. Aqui surge um modelo denominado por Bauman (2022) como o de relação pura, tal como no panorama mercadológico, onde pares de sujeitos podem tratar-se mutuamente como objetos de consumo. Uma vez que o outro não atende à expectativa e à satisfação esperada na conexão, este pode ser trocado ou descartado. Neste modelo, as parcerias adquirem status de objetos.

Para não serem descartados, os indivíduos moldam seus comportamentos e seus corpos visando a aceitação social, adaptando-se a exigências extremas que os fazem, por vezes, perder os traços de sua individualidade e subjetividade. Um desses exemplos é a pressão estética exercida sobre os corpos, que na atualidade, adquirem ou perdem adereços para atender à normativa vigente. A corporeidade e sua manifestação, articulada à maleabilidade e visibilidade do sujeito, aspiram pelo reconhecimento social.

Baudrillard (1995) assevera que, no contexto do consumo, o corpo ocupa posição central, sendo considerado o objeto mais valorizado e simbólico, superando até mesmo bens materiais como o automóvel. Após séculos de puritanismo, ele é "redescoberto" sob a bandeira da liberdade física e sexual, tornando-se onipresente na publicidade, na moda e na cultura de massas. Associado a um culto à higiene, às dietas, aos cuidados estéticos e terapêuticos, bem como à obsessão pela juventude, pela elegância e pela performance de atributos de gênero, o corpo passa a ser investido de um valor quase sagrado, assumindo a função moral e ideológica antes atribuída à alma.

Acerca disso, o indivíduo, para reduzir o desvio experimentado de si,



modifica seu corpo da maneira que lhe convém, por meio de cirurgias e procedimentos por vezes invasivos. Segundo Le Breton (2013, p. 30), nesses casos, “a vontade está na preocupação de modificar o olhar sobre si e o olhar dos outros a fim de sentir-se existir plenamente.” Ao alterar seu corpo, o sujeito procura mudar sua vida e seu sentimento sobre a própria identidade. Para Lipovetsky e Serroy (2015), a busca pela beleza, alimentada pela estética, tornou-se o eldorado do capitalismo, como também uma obsessão narcísica das massas.

Com relação à adaptação às demandas estéticas de consumo, produtividade e o desejo individual, de acordo com David Le Breton (2012/2013), os corpos são comparados a máquinas (ciborgues) passíveis de correção, modificação e modelação com o objetivo de potencialização das suas capacidades. O domínio do corpo, de tal modo, se torna um empreendimento de valor na sociedade de consumo, podendo ser administrado da maneira que a pessoa desejar. Todavia, respondendo às normativas que norteiam as experiências individuais em prol de um coletivo. Tendo isso em vista, o sujeito pós-moderno - hipermoderno, contemporâneo - não está satisfeito com seu corpo, por esse motivo o submete a modificação de suas bases para se chegar à ideia que dele se deseja e constrói.

3.2 Fundamentos Psicanalíticos do Corpo e do Desejo

Ao entender que o sujeito se constrói por intermédio da relação com seus pares, o mundo e pela sua inserção no campo da linguagem. É necessário compreender qual é sua experiência frente à sua formação enquanto corpo. Para ajudar nesse aspecto, a psicanálise de Sigmund Freud se faz imprescindível para o entendimento do fenômeno. Conceitos como eu ideal, ideal de eu, narcisismo, gozo, entre outros, fornecerão a base para essa elaboração.

Em todo seu percurso teórico, Freud estudou e formulou teorias que



explicassem o desenvolvimento psíquico do ser humano. Considerando que o humano só é humano por estar em sociedade, o discurso social, assim como a cultura, a moral e suas leis, desempenha um papel imprescindível na formação do psiquismo (Leite, 2017). Segundo Freud (1923/2011) em seu escrito "*O eu e o id*", após o nascimento, parte da força pulsional do indivíduo se encontra voltada somente para o próprio corpo. À medida que cresce e se desenvolve, o ego da criança vai se moldando para atender às demandas externas, influenciadas pelas leis e normativas da sociedade, que são transmitidas via linguagem pelos seus cuidadores. Nesta fase, as forças instintivas da criança, controladas pelo ID, são modificadas com base nas percepções e experiências.

Derivado desse autoerotismo, surge a noção de narcisismo. Essa primeira fase, propriamente dita, é chamada de narcisismo primário. No texto "*Introdução ao narcisismo*", Freud (1914/2010) retrata essa concepção, compreendendo que o narcisismo pode ser entendido por meio de duas etapas. A primeira delas, concebida como narcisismo primário, dá início ao desenvolvimento psicosexual do sujeito, é o investimento parcial das pulsões no próprio eu. A segunda, o narcisismo secundário, surge com a passagem da criança pelo complexo de Édipo, onde o sujeito retira o investimento dos objetos externos por conta de um desprazer, reinvestindo no próprio eu. Desse jeito, a construção do eu se dá mediante o afastamento do narcisismo primário e a tentativa de reconquistá-lo. "Tal distanciamento ocorre através do deslocamento da libido para um ideal do Eu imposto de fora, e a satisfação, através do cumprimento desse ideal" (Freud, 1914/2010, p. 37).

Sobre essa ótica do narcisismo, têm-se o aparecimento de outros dois conceitos: o de Eu Ideal e Ideal de Eu. Em psicanálise, o Eu ideal estaria associado à primeira fase do narcisismo, nesta se tem o investimento no próprio eu, ou seja, existe um sentimento de onipotência vivenciado pelo indivíduo acerca do mundo. Ele é o centro e, por esse motivo, os cuidadores



devem atender a todas as suas necessidades. Não existe separação entre o eu e o outro, essa conduta responde à instância do ID. Por conseguinte, o Ideal de Eu, sendo o produto do complexo de Édipo, está associado à introdução das normativas sociais e à moralidade que fazem o sujeito abandonar metas objetivas não aceitas socialmente, devendo sublimá-las para metas passíveis de aceitação, respondendo, desse modo, à instância do supereu (Freud, 1923/2011).

Do ideal surge o “supereu”, uma consciência moral que está presente no próprio sujeito, a culpa surge a partir dessa instância, pelas interdições. Podemos compreender a eterna procura do sujeito ao um ideal, e porque a ideia de felicidade ainda é tão fixa, como pertencente a um estado, pois continuamos em constante procura desse objeto perdido, com a fantasia de reencontrá-lo em vários aspectos, como em amores perfeitos, imagens perfeitas, de corpos perfeitos, alimentando desta forma um ciclo de ‘angústia’ constante (Lima e Caramalac, 2022, p. 22).

Concebendo esse entendimento parcial da teoria freudiana acerca do desenvolvimento psíquico, postulados a partir dos conceitos apresentados, o sujeito contemporâneo elabora seus sentimentos e percepções do mundo. Ainda respaldado por Freud, por exemplo, o desenvolvimento da autoestima se funda na capacidade que a criança possui em lidar com as exigências e frustrações experienciadas no ambiente em que está inserida. Neste caso, a autoestima pode ser concebida como positiva quando o sujeito consegue integrar as suas capacidades reais considerando as demandas externas, em outros termos, entre aquilo que está para o seu ideal e o real (Escobar e Barbosa, 2024).

Dando seguimento, o corpo e suas percepções permitem ao sujeito o manifesto de sua descarga pulsional, tendo o intuito de atingir a meta desejada através da satisfação e o gozo. De acordo com Santi (2011, p. 51), “o desejo está ligado a uma falta. Ele é justamente o movimento que vai de uma falta em direção ao objeto capaz de supri-la.” A busca pelo prazer, pela satisfação de uma necessidade, é a principal força motora do funcionamento



psíquico.

Em virtude da castração, realizada pelo Complexo de Édipo, o corpo do indivíduo construído pela diferenciação entre o eu e outro ganha forma. Movido pela falta e pela busca insaciável do prazer - felicidade - acaba sendo acometido por desprazeres, pelo sofrimento e pela frustração. Freud (1930/2010), em *"O mal-estar da civilização"*, declara que a felicidade emerge da satisfação de necessidades represadas, sendo possível somente como fenômeno episódico. Neste ponto, o autor diz que, quando uma necessidade é atendida pelo princípio de prazer se realizando na realidade - encontrando satisfação parcial - isso resultará em um leve estado de bem-estar.

Ademais, ainda nesta lógica, Freud (1930/2010) menciona que é menos difícil encontrar a infelicidade, visto que o sofrimento - representado pela insatisfação, a frustração, o desamparo e o desprazer - ameaça o sujeito por três vias, sendo: a do corpo, a do mundo exterior e das relações humanas.

Em concordância com Sigmund Freud, Leite (2017) analisa o mal-estar contemporâneo do sofrimento - influenciado pelo consumismo exacerbado - por essas três vias. Quanto ao corpo, a ciência busca mascarar a morte por meio de medicamentos, cosméticos e tratamentos diversos, tentando negar e adiar essa condição que é inevitável. Em relação aos perigos externos, os avanços científicos oferecem hoje defesas contra fenômenos naturais como enchentes, tsunamis, furacões, tornados e terremotos, antes incontrolláveis. Já diante do sofrimento ocasionado pelas relações humanas, muitos jovens recorrem ao uso constante de celulares, redes sociais virtuais e músicas como forma de "apaziguar" a sensação de solidão e desamparo potencializados pelo consumo.

O homem contemporâneo - movimentado pelo desejo - parte em sua jornada existencial tendo por meta a busca pela felicidade. Mediante comportamentos consumistas compulsivos, acham que o consumo de



produtos estéticos, as mudanças corporais por meio de cirurgias, a moda, etc., vão possibilitar a satisfação. Entretanto, à medida que consome, ao invés de obter satisfação, o comportamento é potencializado, colocando o sujeito como refém de um ciclo vicioso que tende cada vez mais a fomentar o surgimento de novas necessidades e mudanças (Lima e Caramalac, 2022).

Ao que tange ao corpo, a procura pelo corpo ideal, tornando-se ele próprio uma mercadoria, passa a ser aceita e validada socialmente, exigindo a adequação do sujeito à normativa. Isso se dá em virtude da comparação social entre os pares. O marketing e a publicidade de empresas ligadas ao ramo estético desempenham grande papel nessa promessa, onde passam a prometer e vender corpos que se assemelham aos dos deuses gregos, associados a uma ideia de completude e sucesso. Essa busca incessante por padrões corporais idealizados, inspirados na estética grega, não conhece limites. Ao corrigir uma característica considerada indesejável, surgem novas demandas de alteração, alimentando um ciclo sem fim. Contudo, em um mundo de corpos reais, os fracassos e as frustrações frente às mudanças estéticas demonstram a desobediência do corpo que vai além de uma estrutura biológica e organicista, mas que está transposto pelo social, pela linguagem, o desejo e o inconsciente (Lucena, Seixas e Ferreira, 2020).

3.3 Análise do Fenômeno: o Corpo Performático

A constituição do sujeito contemporâneo, cerceada pelos padrões impostos socialmente e influenciada pelos modos de consumo, se encontra fragmentada. Visto que, diante da variedade de possibilidades de ser e existir, o indivíduo não consegue se diferenciar do contexto, criando uma vivência autêntica. Ou seja, ele está atravessado por tudo e por todos o tempo todo. Neste mesmo sentido, Le Breton (2012) declara que o homem deve ser compreendido como uma emanção do meio social, onde seu corpo se constitui a partir das interações sociais, não podendo ser considerado



unicamente como algo biológico.

Considerando esse ponto, na contemporaneidade, a busca pelo corpo perfeito e funcional se fundamenta numa imagem irreal, e muitas vezes inalcançável, que visa a validação, o pertencimento social e o bem-estar. Isso, no entanto, acaba por gerar custos altíssimos, tanto financeiros, quanto relativos à saúde, gerando desgaste, estresse e ansiedade frente à insatisfação com o próprio corpo (Soares e Barbosa, 2020). Como mecanismo de propagação da felicidade e da imagem corporal padronizada, as mídias, o marketing e a publicidade se tornam ferramentas importantes para a disseminação de conteúdos voltados para moda, o estético, o tecnológico, entre outras categorias, alcançando e influenciando milhares de pessoas pelo mundo.

Outrossim, as plataformas digitais como Instagram, Youtube, Facebook e TikTok, por exemplo, podem ser consideradas como a principal fonte de conteúdos voltados para o ideal contemporâneo do corpo. Ao consumir conteúdos de influencers digitais e youtubers, o sujeito cria uma idealização de como seu corpo deve ser, a fim de atender aos critérios exigidos de pertencimento manifestos pela figura de influência. Sem levar em conta características individuais, o padrão surge como normativa a ser seguida, aquele que não segue passa a ser estigmatizado e deslegitimado.

Além disso, essas plataformas funcionam como vitrines que reforçam a lógica mercadológica do consumo. Em tal cenário, o corpo se torna objeto de investimento constante, atravessado pela comparação incessante com outros corpos, o que pode gerar sentimentos de inadequação e baixa autoestima. Essa perspectiva pode ser entendida por aquilo que Bauman (2022) vai denominar como sociedade de consumo, onde o próprio corpo se torna uma mercadoria.

De acordo com Baudrillard (1995), as vitrines, em conjunto com a publicidade, focam nas práticas consumidoras dos sujeitos, atuando de modo operativo e consensual pela comunicação. Fazendo com que a sociedade se



torne homogênea, internalizando a lógica da moda através do processo de aculturação. Assim, se o corpo é entendido como um produto de ordem simbólica - alicerçado por uma ideia de transformação, modelação e inserção no mundo - respondente à cultura, ele acaba passando por várias transformações de caráter individual e social, que fazem do corpo um instrumento a ser moldado consoante à norma atual (Le Breton, 2013).

Lipovetsky e Serroy (2015) afirmam que quanto mais se reivindica a autonomia do sujeito, mais se procura se servir das aparências corporais, dos abusos da beleza e da correspondência ao corpo social jovem, firme e esbelto. Sobre isso, os autores ainda mencionam que, ao passo que as exigências hedonistas são legitimadas, reforça-se um padrão de beleza, que impulsiona os sujeitos a aderirem por intervenções tecnológicas e melhorias de aparência. Posto isso, o avanço tecnológico e aumento da procura por cirurgias estéticas ganham visibilidade no cenário pós-moderno. A pressão não se limita apenas à aparência física, mas também à necessidade de performar um estilo de vida considerado saudável e bem-sucedido, transformando a subjetividade em espetáculo.

Pautados nos preceitos anteriores, para atender à necessidade dos sujeitos e visar o lucro, cada vez mais as empresas cosméticas, farmacológicas, a moda, as academias, a medicina estética, além de outros ramos, investem no desenvolvimento de instrumentos que auxiliam o indivíduo nessa busca pelo corpo idealizado, perfeito, performático e funcional. O corpo transformado e melhorado tem por objetivo atender ao desejo daquele que o molda. Todavia, o exagero pelo corpo ideal, ligado ao superconsumo desses serviços e produtos, revela um corpo sempre insatisfeito, que almeja não envelhecer, não engordar, ou adquirir rugas. Neste vício, o indivíduo se encontra sempre vigilante, prevenindo-se os males do corpo e corrigindo o que lhe desagrada (Lipovetsky e Serroy, 2015).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Neves *et al.* (2021), na obra



intitulada “Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico”, organizada por Safatle, Junior e Dunker, retratam que nos últimos 50 anos, iniciando-se por volta de 1970, com o avanço da ciência e da medicina - influenciadas pela lógica neoliberal e a serviço da economia - houve uma passagem da psiquiatria enquanto função terapêutica para a função de aprimoramento (enhancement). Em outros termos,

o enhancement seria a maximização de potencialidades das funções humanas para uma melhor satisfação de demandas sociais, sejam elas de cunho estético, laboral ou esportivo. Assim, o esforço curativo da medicina tende a ser superado por um novo paradigma: a performance (Neves *et al.*, 2021, p. 132).

As respostas do sujeito frente às demandas de adaptação e aprimoramento de si acabam por gerir o seu sofrimento. Para Safatle (2008 apud Neves *et al.* 2021) o sofrimento ocasionado pelo sistema neoliberal e o capitalismo de consumo deve ser interpretado com base na dinâmica do gozo, onde a questão não se refere às normas sociais impostas e na sua adequação, mas sim na autossuperação do indivíduo o tempo todo. Nesse sentido, para superar os próprios limites biológicos e potencializar suas capacidades, o sujeito, sem ser acometido por uma doença devidamente classificada, faz uso de medicamentos - que antes eram usados como forma terapêutica para tratamento de doenças e transtornos - como ferramenta de aprimoramento do corpo.

Le Breton (2013), acerca do uso farmacológico de psicotrópicos para a melhora do desempenho e do controle de si, esclarece que a medicalização do cotidiano está entre a linha do que pode ser considerado normal e patológico. O sujeito, neste caso, não aposta na saúde, que na maioria das vezes não está ameaçada, mas em um exagero com saúde. Com o objetivo de aprimorar e melhorar funções orgânicas das quais não está satisfeito.

Diante do que foi abordado, de acordo com Kehl (2002), o culto ao corpo não é o culto à saúde. Ele resulta de um sistema fechado e tóxico que



prende o sujeito pós-moderno em um ideal ilusório que deve ser buscado a todo custo. A busca constante não traz felicidade e satisfação como espera o sujeito, mas sofrimento, gerando sintomas sociais referentes à drogadição, ansiedade, estresse, depressão e baixa autoestima. Por fim, tudo indica que nessa lógica consumista, desenfreada pelo culto ao corpo ideal, a vida se torna vazia e sem sentido.

4. Considerações Finais

Ao compreender que o sujeito se constitui em sociedade e por suas relações, ao passo que é atravessado por tudo o que lhe orienta, o consumo posto pela pós-modernidade acaba influenciando o modo como constrói sua subjetividade e seu corpo. A corporeidade, de tal maneira, fundamentada na diferenciação entre o eu e o mundo, ganha forma à medida que o indivíduo se desenvolve e se relaciona por meio do desejo, movido pela falta, investindo em suas relações em busca do prazer e da felicidade.

Ademais, esse investimento, respondente à norma consumista, impõe ao sujeito modos de existência. Isto é, para ser validado e aceito socialmente, é necessário que este assuma para si aquilo que é legitimado pela ordem social, ou seja, que consuma desenfreadamente. Diante desse aspecto, pode-se dizer que o corpo, instrumento utilizado pelo homem na sua relação com o mundo, é moldado pelo consumismo, visto que, com o declínio da modernidade e o início da pós-modernidade, pautado no viés hedonista de prazer a todo custo, o sujeito se encontra cercado por uma gama de possibilidades que alimenta cada vez mais um ciclo vicioso na procura de uma satisfação contínua que lhe promete bem-estar, saúde e desempenho.

Partindo da influência do sistema neoliberal capitalista sobre o corpo. Por intermédio das normativas consumistas disseminadas pelo panorama mercadológico, pelas mídias sociais e pelas indústrias como um todo, o corpo



na contemporaneidade se transforma em máquina (ciborgue), uma mercadoria e um objeto a ser moldado, modificado e potencializado com a finalidade de atender ao que se espera de uma mercadoria vendável e útil para si, para o outro e para o mercado. Acerca da sua insatisfação com o corpo, o sujeito recorre a procedimentos estéticos ou ao uso de fórmulas farmacológicas para corrigir os desvios experimentados de si. O corpo é lapidado pelo desejo, pelo ideal que se constrói e fomenta socialmente.

Entretanto, apesar de essa busca pelo corpo perfeito e funcional ser incessante, o corpo real resiste a essa imposição, demonstrando, por meio dos fracassos e das frustrações estéticas, que o corpo, na sua composição, não está somente para a lógica organicista, mas sim transpassado pelo social e pelo desejo. Para além desse entendimento, o uso de medicamentos para potencialização das capacidades e habilidades humanas, tendo por objetivo a performance da superação dos próprios limites do corpo, acaba por desencadear vários problemas relativos à automedicação realizada pelo sujeito, sem que este esteja acometido por uma doença.

Diante das frustrações e inadequações, o sujeito pós-moderno acaba por desenvolver sintomas respondentes ao seu descontentamento com o corpo, como, por exemplo, crises de ansiedade, baixa autoestima, depressão e estresse devido às exigências ditadas pelo mercado e seus limites no atendimento dessas demandas.

A pesquisa aqui realizada teve por objetivo compreender como se constroem ou se articulam as noções de corpo e corporeidade na era do consumo, buscando estabelecer uma crítica frente à objetificação mercadológica dos corpos e das relações humanas entre os pares de sujeitos que fomenta um existir idealizado, funcional e performático. O que acaba por gerar vários problemas sociais, como o sentimento de desigualdade, de deslocamento, de inadequação, insuficiência e invalidação de si e do coletivo em que se está inserido. Para encerrar, pode-se concluir que o corpo na contemporaneidade se constitui como reflexo das normativas consumistas,



mas também como espaço de resistência e expressão do desejo, o que abre espaço para novas pesquisas na área da psicologia e das ciências humanas.



Referências

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Tradução de Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos Ed.; Lisboa: Edições 70, 1995. (Coleção Ciência & Sociedade). ISBN: 85-85772-07-7.

BAUMAN, Z. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2022. ISBN: 978-65-5979-064-7.

ESCOBAR, L. J. B.; BARBOSA, F. C. **Corpos Fragmentados: Uma Análise Psicanalítica da Obsessão Contemporânea Com a Estética Corporal na Era Digital**. **COGNITIONIS Scientific Journal**, [S. l.], v. 7, n. 2, p. e502, 2024. DOI: 10.38087/2595.8801.502. Disponível em: <https://revista.cognitioniss.org/index.php/cogn/article/view/502>. Acesso em: 7 ago. 2025.

FREUD, S. Introdução ao narcisismo (1914). *In: _____*. **Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916)**. Tradução de Paulo César Lima de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. p. 8-42. (Obras Completas, v. 12). *E-book*. ISBN: 978-85-8086-038-2.

FREUD, S. O eu e o id (1923). *In: _____*. **O eu e o id, "autobiografia" e outros textos (1923-1925)**. Tradução de Paulo César Lima de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. p. 13-74. (Obras Completas, v. 16). ISBN: 978-85-359-1872-4.

FREUD, S. O mal-estar na civilização (1930). *In: _____*. **O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias à psicanálise e outros textos (1930-1936)**. Tradução de Paulo César Lima de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. p. 13-122. (Obras Completas, v. 18). ISBN: 978-85-359-1743-7.

KEHL, M. R. **Com que corpo eu vou?** Folha de S. Paulo. São Paulo, 30 jun. 2002. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mas/fs3006200209.htm>. Acesso em: 7 ago. 2025.

LE BRETON, D. **Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade**. Tradução de Marina Appenzeller. 6. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2013. ISBN: 978-85-308-0724-5.



_____. **A sociologia do corpo.** Tradução de Sonia Fuhrmann. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. ISBN: 978-85-326-3327-9.

LEITE, M. C. DA SOCIEDADE DE CONSUMO AO SUJEITO CONSUMIDO. **Revista Psicologia, Diversidade e Saúde**, Salvador, Brasil, v. 6, n. 3, p. 181-194, 2017. Disponível em: <https://www5.bahiana.edu.br/index.php/psicologia/article/view/1440>. Acesso em: 7 ago. 2025.

LIMA, K. S; CARAMALAC, R. A BUSCA POR UM CORPO IDEAL: A ANGÚSTIA COMO UM DOS SINTOMAS DO PROCESSO DE CONSUMO. **Saber Acadêmico**, n. 34, p. 12-34. 2022. Disponível em: <https://publicacoes.uniesp.edu.br/index.php/3/article/view/28/26>. Acesso em: 7 ago. 2025.

LIPOVETSKY, G. **Os tempos hipermodernos.** Tradução de Mário Vilela. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004. ISBN: 85-98233-05-6.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo:** Viver na era do capitalismo artista. Tradução de Eduardo Brandão. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. ISBN: 978-85-359-2569-2.

LUCENA, B. B.; SEIXAS, C. M.; FERREIRA, F. R. Ninguém é tão perfeito que não precise ser editado: fetiche e busca do corpo ideal. **Psicologia USP**, v. 31, p. e190113, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-6564e190113>. Acesso em: 7 ago. 2025.

MAUSS, M. As técnicas do corpo. *In:* _____. **Sociologia e antropologia.** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 399-422. ISBN: 978-85-7503-229-9.

NEVES, A. *et al.* A psiquiatria sob o neoliberalismo: da clínica dos transtornos ao aprimoramento de si. *In:* SAFATLE, V.; JUNIOR, N. da S.; DUNKER, C. (orgs.). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico.** São Paulo: Grupo Autêntica, 2021. p. 125-175. *E-book*. ISBN 978-65-882-3976-6. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786588239766/>. Acesso em: 07 ago. 2025.

SANTI, P. L. R. de. **Desejo e adição nas relações de consumo.** 1. ed. São Paulo: Zagodoni, 2011. ISBN: 978-85-64250-04-8.

SANTOS, M. A. dos. *et al.* Corpo, saúde e sociedade de consumo: a construção social do corpo saudável. **Saúde e Sociedade**, v. 28, n. 3, p.



239–252, jul. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902019170035>. Acesso em: 7 ago. 2025.

SOARES, M. D.; BARBOSA, J. F. O corpo ideal: representação de corpo na subjetividade e contemporaneidade. **DOXA: Revista Brasileira de Psicologia e Educação**, Araraquara, v. 22, n. 1, p. 238–254, 2020. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/doxa/article/view/14131>. Acesso em: 7 ago. 2025.