

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL**  
**FACULDADE DE LETRAS – FALE**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E LINGUÍSTICA – PPGLL**

**Silvana Maria de Barros Santos**

**O DISCURSO SOBRE O CORPO FEMININO COMO  
FETICHE DE CONSUMO NA ATUALIDADE**

**Maceió**  
**2019**

**SILVANA MARIA DE BARROS SANTOS**

**O DISCURSO SOBRE O CORPO FEMININO COMO  
FETICHE DE CONSUMO NA ATUALIDADE**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras e Linguística, da Faculdade de Letras, da Universidade Federal de Alagoas, área de concentração em Linguística, linha de pesquisa em Discurso, Sujeito, História e Ideologia.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Belmira Rita da Costa Magalhães

**Maceió**

**2019**

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

- S237d Santos, Silvana Maria de Barros.  
O discurso sobre o corpo feminino como fetiche de consumo na atualidade /  
Silvana Maria de Barros Santos. –  
2019.  
103 f. : il. color.
- Orientadora: Belmira Rita da Costa Magalhães.  
Tese (doutorado em Linguística) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade  
de Letras. Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura. Maceió, 2019.
- Bibliografia. f. 96-103.
1. Análise de discurso. 2. Imagem corporal em mulheres. 3. Consumo (Economia).  
4. Mídia social. I. Título.

CDU: 81'42-055.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
FACULDADE DE LETRAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA E LITERATURA



## TERMO DE APROVAÇÃO

**SILVANA MARIA DE BARROS SANTOS**

Título do trabalho: "O DISCURSO SOBRE O CORPO FEMININO COMO FETICHE DE CONSUMO NA ATUALIDADE"

Tese aprovada como requisito para obtenção do grau de DOUTORA em LINGUÍSTICA pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura da Universidade Federal de Alagoas pela seguinte banca examinadora:

Orientadora:

  
Prof. Dra. Belmira Rita da Costa Magalhães (PPGLL/Ufal)

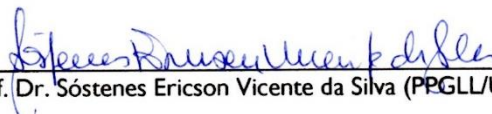
Examinadores:

  
Prof. Dra. Daniela Botti da Rosa (Cesmac)



Prof. Dra. Lídia Maria Marinho da Pureza Ramires (Ufal)

  
Prof. Dr. Helson Flávio da Silva Sobrinho (PPGLL/Ufal)

  
Prof. Dr. Sóstenes Ericson Vicente da Silva (PPGLL/Ufal)

Maceió, 15 de agosto de 2019.

Aos meus pais,  
Esperidião e Theonice (*in memoriam*)

## AGRADECIMENTOS

Ao Leonardo Bittencourt, por me acompanhar nessa jornada árdua para elaborar uma tese de doutorado e por ser sempre companheiro e amável.

Às minhas tias Maria Teônia de Barros (*in memoriam*) e Maria Teomirtes de Barros Malta, por sempre me incentivarem a ter curiosidade em adquirir conhecimento e nunca desistir dos meus objetivos.

Ao meu irmão, José Esperidião dos Santos Filho, e aos meus sobrinhos, Pedro Ivo, Beatriz e Marília, por serem prestativos e atenciosos.

À minha prima Regina Lins de Barros, e às amigas Adenize Acioli e Antonieta Oliveira, por me apoiarem nessa caminhada.

Aos amigos Maria Augusta Nogueira, Ana Amorim, Ninita Martins Accioli, Savana Dantas Salim, Lula Nogueira, Gustavo Lima e Laura Pose, pela amizade.

Aos professores Sóstenes Ericson, Helson Sobrinho, Socorro Aguiar, Maria Virgínia Borges Amaral, Sérgio Ifa e Núbia Faria, pelos ensinamentos.

À minha orientadora, Belmira Magalhães, pelo carinho e atenção em cada etapa deste trabalho.

A minha amiga Lídia Ramires, que sempre foi atenta e sagaz nas as discussões sobre o meu tema de doutorado.

Aos meus queridos amigos de jornada acadêmica, Álvaro Brandão, Cristiane Souza, Danielle Cândido, Roseane Santana, Cecília Aroucha e Samuel Barbosa, pelos momentos de troca de conhecimento e afeto nesses quatro anos.

Aos Revolucionários, meu grupo querido: Niedja do Egito, Flávia Karoline, Islan Lisboa, Felipe Cavalcante, Mayara Cordeiro, Bruno Jaborandy e Mírian Pessoa, pelo carinho e incentivo.

Às amigas psicanalistas Tereza Guimarães, Crisáles Rezende, Cristina Macedo, Prazeres Albuquerque, Gilvaneide Malta, Fátima Amaral, Stela Santana e Joyce Cavalcante, pela troca afetiva e de conhecimento.

Aos amigos do trabalho acadêmico, durante os últimos 30 anos no Cesmac, Valéria Cavalcante, Edvaldo Albuquerque, Sônia Helena Galvão, Francette Moura e Paulo Paixão, que me fizeram olhar a Educação com outros olhos.

A Vera Barbosa, por me mostrar que o caminho da vida não é feito só de obstáculos, e sim de realizações. O encontro psicanalítico nos faz refletir sobre isso.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo o estudo do discurso sobre o corpo feminino, destacando o corpo magro, saudável e jovem, delineado em academias, suplementos, intervenções cirúrgicas e exposto nas mídias sociais como um padrão de beleza da contemporaneidade. Ao refletir sobre o discurso do corpo feminino como fetiche de consumo na mídia impressa e na internet, pode-se dizer, primeiramente, que o discurso do corpo sai do lugar cientificista e relacional que a modernidade concebeu e passa a ser uma vitrine do mercado de consumo, uma mercadoria nos dias atuais. Segundo, que esse corpo feminino magro, saudável e jovem institui um discurso, uma mediação entre o homem e o seu processo histórico, e que tenta desvelar os efeitos de sentido através de dizeres que têm como suporte as contradições existentes na relação corpo e sujeito. Terceiro, que os aspectos sociais, históricos e ideológicos influenciam o papel do feminino ao longo do tempo e sua relação com o corpo. A partir dessas questões, este estudo tenta compreender a exposição desse “corpo feminino perfeito” (magro, saudável e jovem) na mídia, por um lado, e, por outro, busca apresentar a problemática física e afetiva de jovens mulheres decorrente dos transtornos alimentares, especialmente a anorexia, que vem crescendo assustadoramente no mundo inteiro. Nessas representações sobre o discurso do corpo feminino como fetiche de consumo na contemporaneidade, a reportagem da **Revista Veja** (edição 2.346, ano 46, n. 45, de 6 de dezembro de 2013) que se intitula “A Nova Forma de Magreza: a estética do risco” foi de suma importância como fonte de pesquisa, assim como artigos de jornais e os *blogs* das influenciadoras digitais que contribuíram para a análise das sequências discursivas retiradas dessas materialidades. Pode-se relacioná-las aos estudos teóricos de Michel Pêcheux (1990, 1998, 2014), Eni Orlandi (2012, 2013), Maria Cristina Leandro Ferreira (2013, 2015), Belmira Magalhães (2003, 2005, 2011 e 2017) e Ana Maria Gama Florêncio *et al.* (2016), como também às categorias da AD Francesa, como Condições de Produção, Formações Discursivas, Formações Ideológicas, Interdiscurso e Intradiscurso. Ressalta-se que o discurso sobre o corpo feminino como fetiche de consumo na atualidade constitui uma forma de assujeitamento resultante das contradições na relação sujeito e corpo, que é atravessada pela linguagem, pela ideologia e pelo inconsciente.

**Palavras-chave:** Discurso. Corpo feminino. Consumo. Mídias Sociais.

## ABSTRACT

This work aims to study the discourse on the female body, highlighting the thin, healthy and young body, outlined in gyms, supplies, surgical interventions and exposed in social media as a standard of contemporary beauty. By reflecting on the discourse of the female body as a fetish of consumption in the printed media and on the internet, it can be said, first of all, that the discourse of the body leaves the scientific and relational place that modernity conceived and becomes a showcase of the consumer market, a commodity today. Second, that this thin, healthy and young female body establishes a discourse, a mediation between man and his historical process, and that tries to unveil the effects of meaning through sayings that have as support the existing contradictions in the relationship body and subject. Third, that social, historical and ideological aspects influence the role of the feminine over time and its relationship with the body. From these issues, this study tries to understand the exposure of this "perfect female body" (thin, healthy and young) in the media, on the one hand, and, on the other, seeks to present the physical and affective problems of young women arising from eating disorders, especially anorexia, which has been growing alarmingly worldwide. In these representations about the discourse of the female body as a fetish of contemporary consumption, the report of *Veja Magazine* (edition 2.346, year 46, n. 45, December 6, 2013) which is entitled "The New Form of Thinness: the aesthetic of risk" was of paramount importance as a source of research, as well as newspaper articles and blogs of digital influencers who contributed to the analysis of discursive sequences taken from these materialities. They can be related to the theoretical studies of Michel Pêcheux (1990, 1998, 2014), Eni Orlandi (2012, 2013), Maria Cristina Leandro Ferreira (2013, 2015), Belmira Magalhães (2003, 2005, 2011 and 2017) and Ana Maria Gama Florêncio *et al.* (2016), as well as to the categories of the French AD, such as Production Conditions, Discursive Formations, Ideological Formations, Interdiscourse and Intradiscourse. It should be accentuated that the discourse on the female body as a fetish of consumption today constitutes a form of subjectivity resulting from the contradictions in the relationship subject and body, which is crossed by language, ideology and the unconscious.

**Keywords:** Speech. Female Body. Consumption. Social Media.



## RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo estudiar el discurso sobre el cuerpo femenino, destacando el cuerpo delgado, sano y joven, delineado en gimnasios, suministros, intervenciones quirúrgicas y expuesto en los medios de comunicación social como un estándar de la belleza contemporánea. Al reflexionar sobre el discurso del cuerpo femenino como fetiche del consumo en los medios impresos y en Internet, se puede decir, en primer lugar, que el discurso del cuerpo abandona el lugar científico y relacional que la modernidad concibió y se convierte en un escaparate del mercado de consumo, una mercancía hoy en día. Segundo, que este cuerpo femenino delgado, sano y joven establece un discurso, una mediación entre el hombre y su proceso histórico, y que trata de desvelar los efectos del sentido a través de dichos que tienen como soporte las contradicciones existentes en la relación cuerpo y sujeto. Tercero, que los aspectos sociales, históricos e ideológicos influyen en el papel de lo femenino en el tiempo y en su relación con el cuerpo. A partir de estos temas, este estudio trata de entender la exposición de este "cuerpo femenino perfecto" (delgado, sano y joven) en los medios de comunicación, por un lado, y, por otro, pretende presentar los problemas físicos y afectivos de las mujeres jóvenes derivados de los trastornos alimentarios, especialmente la anorexia, que sigue creciendo de forma alarmante en todo el mundo. En estas representaciones sobre el discurso del cuerpo femenino como fetiche del consumo contemporáneo, el reportaje de la Revista *Veja* (edición 2.346, año 46, n. 45, 6 de Diciembre de 2013) titulado "La nueva forma de delgadez: la estética del riesgo" fue de suma importancia como fuente de investigación, así como artículos periodísticos y blogs de influenciadores digitales que contribuyeron al análisis de las secuencias discursivas extraídas de estas materialidades. Pueden estar relacionados con los estudios teóricos de Michel Pêcheux (1990, 1998, 2014), Eni Orlandi (2012, 2013), Maria Cristina Leandro Ferreira (2013, 2015), Belmira Magalhães (2003, 2005, 2011 y 2017) y Ana Maria Gama Florêncio *et al.* (2016), así como con las categorías de la AD francesa, tales como Condiciones de Producción, Formaciones Discursivas, Formaciones Ideológicas, Interdiscurso e Intradiscourse. Cabe señalar que el discurso sobre el cuerpo femenino como fetiche del consumo constituye hoy una forma de subjetividad resultante de las contradicciones en la relación sujeto-cuerpo, atravesada por el lenguaje, la ideología y el inconsciente.

**Palabras clave:** Discurso. Cuerpo Femenino. Consumo. Medios Sociales.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa da Veja.....	21
Figura 2 – Segunda entrevista “Quando o sonho vira doença” .....	22
Figura 3 – Matéria da Veja sobre corpos super-supermagros – (SD1e SD2) .....	25
Figura 4 – Matéria sobre a dieta dos corpos supermagros (SD3).....	26
Figura 5 – (SD5 e SD6).....	28
Figura 6 – Matéria sobre a supermagreza (SD7).....	30
Figura 7 – Publicação no Blog de Carol Magalhães sobre a matéria da Veja (SD7, SD8, SD9 e SD10) .....	32
Figura 8 – Reportagem da Revista Veja – 2013.....	34
Figura 9 – Comentários postados no Blog da Carol Magalhães (SD11 e SD12).....	35
Figura 10 – Capa da Revista Veja – 2013 (SD13).....	72
Figura 11 – Matéria da Veja sobre supermagreza, 2013 (SD17 e SD18).....	76
Figura 12 – Matéria do Portal G1 “Oito em cada dez adolescentes podem ter distúrbio alimentar” .....	78
Figura 13 – Destaque à magreza de Isabel Hickmann na Veja, 2013 (SD21) .....	80
Figura 14 – Destaque a Izabel Goulart (SD24 e SD25).....	84
Figura 15 – Destaque ao perigo da “perseguição da magreza extrema”, na Veja (SD23).....	85
Figura 16 – Destaque a Bella Falconi como precursora do culto à magreza, na Veja – 2013 (SD26 e SD27).....	86
Figura 17 – Destaque ao alerta das especialistas, na Veja 2013 (SD33 e SD34).....	92

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>OS SENTIDOS DO DISCURSO acerca do CORPO FEMININO .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1</b>	<b>Língua, discurso e corpo.....</b>	<b>18</b>
2.1.1	O corpo e os aspectos sócio-históricos .....	36
2.1.2	O inconsciente e o corpo como linguagem .....	40
2.1.3	As contradições na relação entre sujeito e corpo .....	45
<b>2.2</b>	<b>A relação entre o corpo e a mídia na atualidade .....</b>	<b>50</b>
<b>3</b>	<b>MULHER, CORPO E ADOECIMENTO .....</b>	<b>53</b>
<b>3.1</b>	<b>A feminilidade e sua concepção através do tempo .....</b>	<b>54</b>
<b>3.2</b>	<b>O gênero e o corpo feminino no Brasil.....</b>	<b>58</b>
<b>3.3</b>	<b>O adoecimento do corpo.....</b>	<b>65</b>
<b>4</b>	<b>UM CORPO PARA CHAMAR DE SEU.....</b>	<b>69</b>
<b>4.1</b>	<b>Sujeito e corpo – processo de significações .....</b>	<b>70</b>
<b>4.2</b>	<b>Corpo, imagem e identidade.....</b>	<b>81</b>
<b>4.3</b>	<b>O corpo como fetiche de consumo na contemporaneidade .....</b>	<b>87</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>93</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>96</b>

# 1 INTRODUÇÃO

O corpo não é mais um destino ao qual nos abandonamos; ele é um objeto que fabricamos à nossa maneira.

Le Breton (2003, p. 247)

O corpo não se define biologicamente na representação de um arcabouço orgânico que contém ossos, músculos, órgãos, sangue e uma genitália. Ele vai além dessa concepção anátomo-fisiológica, pois constitui uma construção social e psíquica, uma estrutura que abriga os sentimentos, os desejos e o lugar de posse que delimita um corpo do outro. “Um corpo se torna a fronteira que marca a diferença entre o sujeito e o outro num mundo que se configura como um lugar de divisões sociais e culturais” (LE BRETON, 1999, p. 70). De certa forma, o corpo se constitui o lugar suscetível em que o sujeito pode ter certeza de existir, em poder atuar na sociedade e no encontro com os outros.

É importante ressaltar também que cada sociedade ou grupo social na história da civilização, diante de sua visão de mundo, pode definir uma concepção singular sobre o corpo. Há sociedades que não separam o sujeito do seu corpo, outras valorizam a alma como se o corpo só fosse um abrigo temporário e, por fim, há sociedades em que o corpo é valorizado mais do que o sujeito.

Para compreender melhor o corpo como objeto de estudo, é importante situá-lo num processo histórico-social através do tempo. Nesse sentido, pode-se ressaltar que o corpo se configura como uma invenção teórica recente, pois até antes do século XX ele se resumia a um papel secundário; o papel principal pertencia à alma (COURTINE, 2011).

Na Idade Média, os discursos religiosos destacam-se como uma forma de pensamento sobre o corpo, separando-o entre o sagrado e o pecador. O corpo sagrado é o sublime, o glorioso, e o pecador é “o profano, o humano que se entrega às paixões, à orgia, aos vícios, onde o castigo e a tortura são eficazes como punição ao corpo” (COURTINE, 2015, p. 19).

Quanto à Modernidade, pode-se destacar a influência da medicina, significativa para a vida em sociedade devido a ser ela um meio investigativo, de prevenção de epidemias e doenças. Também se instituiu a educação corporal mediante a criação de hábitos higiênicos, tanto individualmente como coletivos. Nota-se ainda que o corpo é alvo de observações, manuseios e cirurgias – um objeto a se observar, em nome do cientificismo da época.

É interessante constatar, também, que a fascinação do corpo belo ou questões relativas à censura, como o rigor das relações sexuais, são valorosas no mundo moderno, mas o corpo não fica restrito só a esses aspectos, pois ele interage com o modo de produção capitalista, que necessitava de um corpo como ferramenta de trabalho. Segundo Cunha (2014), Marx e Engels sustentavam que na Revolução Industrial, o corpo operário, pelo desgaste das condições de vida e do trabalho, na maioria das vezes, tornava-se deformado, mutilado e doente. Por outro lado, há o corpo atlético, definido pelas musculatura com os esportes; é o corpo burguês. As modalidades esportivas eram prazeres da época e se estruturavam a partir de objetivos morais, sociais e ideológicos (CORBIN, 2008).

No tocante ao corpo na contemporaneidade, ele é estimulado a continuar sendo o corpo de classe, mas com outra configuração. O corpo ganha espaço na sociedade, é transformado num ícone de consumo e num ideal contemporâneo que dita estilos de vida, aparência e embelezamento.

No que diz respeito à mulher, pode-se salientar que os aspectos psíquicos são relevantes para a formação da identidade feminina, como também os históricos e ideológicos, pois se vive num sistema capitalista que valoriza o capital acima de tudo, a reduzir as pessoas a trabalhadores e consumidoras. Pode-se considerar que a transição entre submissão e emancipação feminina é sustentada pelas condições de produção do momento histórico e da ideologia vigente. Nesse contexto, muitas mulheres se iludem de que são emancipadas, por terem uma independência financeira, quando de fato ainda são oprimidas no trabalho, sob a exigência de obterem um bom desempenho na profissão, sem que sejam gratificadas por isso. Pagam também um alto preço para serem trabalhadoras, já que sempre foram classificadas como submissas por serem mulheres, sofrendo caladas a violência dos assédios morais e sexuais, como também os ditames da moda e do consumo.

Não convém esquecer que, muitas vezes, o consumo desenfreado a que algumas mulheres submetem o seu corpo, serve para elas se convencerem de que são adequadas aos padrões impostos pela sociedade. Daí decorre a compulsão por exercícios físicos, as dietas mirabolantes, o aumento exagerado do consumo de cosméticos, os procedimentos físicos e estéticos. Dessa forma, elas tentam delinear um corpo perfeito, que é a representação falsa de si mesmas, pois todos nós somos imperfeitos fisicamente e não seremos jovens a vida toda. As constantes insatisfações humanas fazem com que essas mulheres tentem “consertar os defeitos”, de preferência corporais, para se adaptarem ao meio social.

Outro ponto importante a ressaltar é a associação entre o fetiche e o consumo referente ao corpo feminino na atualidade, que pode ser definido, segundo Cunha (2014), como uma

concepção meramente econômica, surgida no tempo através do discurso sobre o luxo, a produção e o consumo. Um dos colaboradores para a expansão do termo “fetiche” foi o desenvolvimento industrial da época, que se alicerçava no excesso de produção e na procura de bens que formalizaram de certa maneira “a mentalidade consumista”. Mais tarde, os meios de comunicação de massa se ligaram ao desenvolvimento industrial para estimular o consumo através de informações veiculadas em jornais, revistas, televisão e, atualmente, nas mídias sociais. Foi depois da Segunda Guerra Mundial que se deu a revolução do consumo propriamente dita, passando a influenciar o modo de vida do indivíduo e da sociedade.

A partir desses conflitos entre o corpo e o sujeito na atualidade, surge o interesse pelo discurso do corpo e do feminino, que se iniciou com as leituras sobre as mudanças sociais e culturais ocorridas a partir da década de 1960. Nesse contexto, tiveram início as transformações históricas, tanto no Brasil quanto em outros lugares, como as reivindicações para um mundo melhor, clamando por uma liberdade de expressão e cidadania. O contexto social nesses anos marca a representação do corpo, especialmente nas reivindicações dos jovens por uma sexualidade livre, nos movimentos feministas pela emancipação da mulher e no domínio do corpo pelo consumo, para uma apresentação da boa aparência não só nas roupas, mas com os cuidados com o corpo e o rosto (CUNHA, 2014).

A tríade beleza-juventude-saúde é um referencial significativo e de interesse para compor esta tese, pois traduz de maneira espetacular, com todo glamour e luxo, a exploração do corpo feminino na mídia e na moda. A valorização do corpo perfeito faz com que a mulher se cobre a todo instante para ter um corpo magro e delineado por instrumentos cirúrgicos e estéticos. Dessa forma poderá conquistar o prazer e a felicidade. Será que todas as mulheres têm condições financeiras ou metabólicas para esse culto ao corpo? Ao tempo que adolescentes e jovens seguem modelos em seus *blogs* e Instagram para dicas de um corpo magro, jovem e saudável, há um aumento considerável dos distúrbios alimentares, como a obesidade e a anorexia. O que se pode compreender dessa contradição entre corpo saudável/ corpo doente?

Esses questionamentos e, posteriormente, os estudos sobre esse objeto de conhecimento sistematizaram, primeiramente, minha dissertação de mestrado, intitulada “A obesidade e o sobrepeso em adolescentes e jovens mulheres na atualidade: um olhar psicanalítico”, relacionada ao cotidiano em consultório, por ser psicóloga e psicanalista. Depois da dissertação, esses questionamentos aumentaram, pois cada vez mais o corpo assume um papel fundamental na contemporaneidade, inclusive quando se pode moldar o corpo ao desejo e há a expectativa de ser belo, jovem e saudável, como também a de ser aceito por amigos e parceiros. O individualismo contemporâneo se caracteriza através dessa estreita relação entre o sujeito e o

corpo, fortalecendo o imaginário narcísico, para o qual a indústria da beleza contribui na construção desse ideal de corpo na atualidade.

Em pesquisas recentes, A *L'Oréal*<sup>1</sup> (2019) publicou uma projeção para o futuro em que se poderia imaginar o corpo humano com uma maior durabilidade e redesenhá-lo com os recursos e instrumentos oriundos da biotecnologia, concentrando as mais variadas atenções para esse corpo individual que reflete uma tendência nesses últimos tempos como ideal de beleza e objeto de publicação e estudo em diferentes cidades e países (SANT'ANNA, 2014, p. 186-187). Nesse contexto, pode-se observar o corpo como mercadoria e valor do desejo, porquanto se vive numa sociedade que promove o consumo o tempo todo, mas se salienta que só pode ser belo o corpo magro.

Dessa maneira, pode-se arguir: como o discurso da beleza, juventude e saúde produz efeitos de sentido que sustentam o corpo como fetiche de consumo na atualidade? Essas questões sobre beleza, juventude e saúde foram significativas como estudo e pesquisa para a tese de doutorado. Esta adotou a linha da Análise do Discurso, doravante AD, de linha francesa, fundamentada na concepção de Pêcheux, para a compreensão do discurso do corpo. Nesse caso, a escolha do tema se configurou na maneira de problematizar a relação entre o sujeito e o corpo na atualidade, referente à tríade beleza-juventude-saúde, pontuando as manifestações da linguagem, através do discurso com relação ao corpo feminino contemporâneo em suportes de mídia e comunicação, a exemplo de: *blogs*, Instagram, revistas etc. Buscou-se analisar sentidos outros desse discurso, visto que, para Orlandi (2013, p. 15), a AD trata do discurso que concebe “a linguagem enquanto trabalho simbólico que medeia homem e mundo; o discurso é atravessado pela ideologia e inconsciente, o que faz com que se compreenda a língua não como estrutura, mas como acontecimento”.

Essas questões constituem o nosso tema de estudo no doutorado, que tem como *corpus* a reportagem de capa da **Revista Veja** (edição 2.346, ano 46, n. 45, de 6 de dezembro de 2013) que se intitula “**A nova forma da magreza: a estética do risco**”, juntamente com alguns comentários das blogueiras citadas e de seus seguidores. Nesse caso, passamos a integrar as redes sociais também dessas jovens, por um tempo determinado (mais ou menos quatro a cinco meses), visando a uma melhor coleta das materialidades discursivas a serem analisadas. Essas jovens são denominadas de influenciadoras digitais, por manterem diários na rede, ditando regras sociais e postando fotos e modos de vida para as pessoas que se vinculam aos seus perfis nos *blogs* e no *Instagram*. O tema central na reportagem citada da revista **Veja**, nos *blogs* e

---

<sup>1</sup> *L'Oréal* – é uma empresa multinacional francesa de cosméticos com sede em Paris.

Instagram das supermodelos, é a obsessão por um corpo magro e musculoso, e como pauta diária os produtos a serem comercializados/consumidos e os conselhos para se alcançar o objetivo proposto, o qual requer investimentos físicos e financeiros vultosos.

Nas seções que constituem este trabalho, foi delineado o modo de ser e pensar do sujeito sobre as questões relacionadas ao corpo na atualidade e como a constituição do sujeito histórico/ideológico/psíquico interfere e concretiza os efeitos de sentido do discurso, como também nas formações discursivas, condições de produção, formações ideológicas, interdiscurso e intradiscurso.

A seção 1 é constituída pela Introdução.

A seção 2, que se intitula **Os sentidos do discurso feminino**, é subdividida em duas subseções: 2.1 – **A língua, o discurso e o corpo**, que aborda o discurso sobre o corpo na modernidade e na contemporaneidade, desvelando os sentidos através do seu papel, lugar e condições de produção na sociedade. O item 2.1. – **O corpo e os aspectos sócio-históricos** – contém um discurso sobre o corpo que ressignifica o já-dito (interdiscurso/intradiscurso), que, ideologicamente, define as formações discursivas num contexto estabelecido que configura os aspectos históricos, linguísticos e psíquicos do indivíduo. O item 2.1.2, **O inconsciente e o corpo como linguagem**, descreve a relação entre o sujeito e o corpo que tem falhas inconscientes e inequívocas da língua. Já o item 2.1.3, **As contradições na relação entre sujeito e corpo**, discute as contradições da relação corpo e sujeito, ao pontuar as contradições físicas, sociais, ideológicas e psíquicas, assim como o papel da mídia. A Seção 2.2, **A relação entre corpo e a mídia na atualidade**, enfoca a influência das mídias sociais na construção do corpo ideal contemporâneo.

Na seção 3, intitulada **A mulher, corpo e adoecimento**, contém a subseção 3.1, **A feminilidade e suas concepções através do tempo**. Nela, examina-se o sentido da feminilidade, termo usado por Birman (2002), que aborda o processo de vivência da mulher ao longo do tempo, a maneira singular de viver que marcou épocas, configurando o gênero feminino e o corpo como elementos tão problematizados e conflituosos no que diz respeito aos desejos e ações da mulher até os dias atuais. Na subseção 3.2, **O gênero e o corpo feminino no Brasil**, dá-se a discussão sobre a relação dos gêneros masculino e feminino e suas diferenças, bem como a construção do corpo feminino no Brasil e a ênfase no corpo magro, instigado por uma sociedade de consumo. Na subseção 3.3, **O adoecimento do corpo**, analisa-se o crescimento de casos de transtornos alimentares e pontua-se a anorexia como lado inverso ao corpo perfeito.



A seção 4, intitulada **Um corpo para chamar de seu**, traz a subseção 4.1, **Sujeito e corpo – processo de significações**, sobre as significações do corpo e como o sujeito lida com isso. Considera-se que o corpo tem vários significados na relação entre sujeito e corpo, mas se constata uma atenção exacerbada à aparência corporal como identidade do sujeito nos tempos atuais. Na subseção 4.2, **Corpo, imagem e identidade**, aborda-se a relação do processo histórico e social na formação da identidade do sujeito, e a imagem e o corpo perfeito são destacados. Na subseção 4.3, **O corpo como fetiche de consumo na atualidade**, ressalta-se o discurso sobre o corpo feminino como objeto de produção e venda, tornando-o um fetiche de consumo.

Na seção 5 há as considerações finais desta tese, partindo do princípio de que foram organizados elementos significativos que podem evidenciar indícios de associação da teoria da AD de linha francesa e as sequências discursivas com o tema proposto: o discurso do corpo feminino como fetiche de consumo na atualidade.

## 2 OS SENTIDOS DO DISCURSO ACERCA DO CORPO FEMININO

### As contradições do corpo

Meu corpo não é meu corpo,  
 é ilusão de outro ser.  
 Sabe a arte de esconder-me e é de tal modo  
 sagaz que a mim de mim ele oculta.

Carlos Drummond de Andrade (2002, p. 13)

Weil (2015) considera que o corpo fala, tem sua própria linguagem constituída como centro de informações ao comunicar algo aos outros. Segundo o autor, as atitudes corporais representam sentimentos ou atos estampados no corpo em posturas assumidas pelo sujeito que podem se caracterizar como conscientes ou inconscientes. Nesse contexto, pode-se dizer, segundo Weil (2015, p. 43), que “[a] sua volta, a linguagem muda das atitudes corporais prossegue, constantemente, com toda a eloquência da própria vida que fala das relações humanas”.

Del Priori (2013) menciona que a relação sujeito e corpo faz parte da sociedade atual, em que se adota a sacralização dos corpos numa concepção da tríade beleza-juventude-saúde, em detrimento da tríade feiura-velhice-doença, pois há um projeto fisioestético para o qual são instituídos investimentos e consumo de produtos que estimulam a mulher e o homem atuais a alcançarem esse padrão de “corpo perfeito”. Dessa maneira, pode-se dizer que se instalou um narcisismo coletivo devido à consagração de um padrão estético cobrado pela sociedade. Há um custo monetário significativo nesse investimento em produtos de beleza, medicamentos para emagrecer e procedimentos cirúrgicos que auxiliam na construção desses “corpos perfeitos”. Considera-se também, no caso da mulher, que ser magra passa a ser um ideal determinante para a maioria das jovens e mulheres de diversas classes sociais e é tido pela mídia como um comportamento valoroso, mesmo que tenha como consequência o adoecimento físico e psíquico.

Florêncio *et al.* (2016) ressaltam que sujeitos e corpos, ao se relacionarem num dado momento social e histórico, tendem a reproduzir discursos que já foram falados, esclarecidos, julgados de várias maneiras em outras épocas e são recorrentes a partir de várias visões de mundo e diferentes pontos de vista. Assim, é possível considerar, segundo Orlandi (2012, p. 83), que o corpo não pode ser pensado sem o sujeito e sua materialidade. E como interligar sujeito, corpo e materialidade discursiva?

Nos dias atuais, as referências para essa interligação se baseiam nas contradições sociais, políticas e econômicas que influenciam um consumo desenfreado, em que tudo passa a ser uma mercadoria a ser valorada e consumida, fazendo com que o sujeito e o corpo sejam atravessados pela ideologia e o inconsciente em formações discursivas produzidas e determinadas num dado momento e lugar. Essas formações discursivas se configuram, atualmente, no discurso midiático que, através das práticas sociais, passa a produzir efeitos de sentido. Um exemplo são as modelos blogueiras que expõem corpos turbinados em seus *blogs* e postam fórmulas mágicas de dietas, exercícios físicos, como também ditam costumes e moda e, dessa forma, atraem milhares de seguidores, especialmente mulheres.

Nessa perspectiva, este estudo se propõe a desvelar sentidos sobre o discurso do corpo feminino como fetiche de consumo na atualidade, interligando sujeito histórico, social e ideológico à influência da mídia, do consumo. A análise tem como fundamento as categorias teórico-metodológicas da Análise do Discurso de linha francesa, tais como: formações discursivas, condições de produção, formação ideológica, intradiscurso e interdiscurso.

## **2.1 Língua, discurso e corpo**

Os mecanismos linguísticos constituem também uma forma de reflexão filosófica que está interligada à articulação da linguística com a teoria histórica dos processos ideológicos e científicos. Pêcheux (2014) afirma que é a partir dos processos linguísticos que se desenvolvem os processos discursivos, que se inscrevem numa relação ideológica de classe.

No texto “Análise Automática do Discurso (AAD-69)”, Pêcheux (1993a) explica que, quando Saussure pensa a língua como um sistema, ele descreve as regras internas de funcionamento; estas provocam uma ruptura na Ciência Linguística, que se dizia antes como homogênea. Esse corte no campo da Semântica na Linguística caracterizou-se pela delimitação entre a língua (social e sistemas de regras) e a fala (individual, concreta e de uso espontâneo). Hall (2016, p. 62-63) considera que mesmo que tenha feito essa distinção entre língua e fala, Saussure valorizava a linguagem como fenômeno social, um sistema de língua que tem a influência da comunidade e cultura, e não do sujeito individual.

Porém, para Orlandi (2013), quando a língua tem o papel de não ser só um código linguístico, um processo de significação ou informação, mas sim uma relação que expressa sujeitos e sentidos afetados pela língua e história, aí está o Discurso. Ele passa a ser uma mediação significativa entre o sujeito, a realidade natural e social, que produz permanência, continuidade, deslocamento e transformação de realidade.

Florêncio *et al.* (2016, p. 63) enfatizam que “consideramos o discurso como práxis, pois, produzido nas relações sociais, em determinado momento histórico, pelas necessidades impostas na produção e reprodução da existência humana, traz em si o histórico e o ideológico, próprios a essas relações”. E assim pode-se constatar que nenhum discurso nasce do nada, mas que é uma resposta a outros discursos com os quais dialoga, discute e problematiza. Não deixa de ser produzido socialmente em um determinado momento histórico. Magalhães (2003, p. 75) comenta que “o discurso enquanto práxis humana só pode ser compreendido a partir do entendimento das contradições sociais que possibilitam a sua objetivação”.

Florêncio *et al.* (2016) acrescentam que essa evolução linguística ocorreu sobretudo depois da Segunda Guerra Mundial, pois com a Guerra Fria começou a se delinear uma nova ordem político-social que enfatizava, evidentemente, a disputa entre dois modelos políticos e econômicos antagônicos: o capitalismo e o socialismo. O desfecho dessa situação fez com que os americanos investissem em novas tecnologias e armamentos na Europa Ocidental, o que gerou o aumento da desigualdade social, a exploração de classe e o aparecimento de movimentos sociais

Essa convulsão social, política, econômica e tecnológica influenciou também o campo de conhecimento, que questionou saberes estabelecidos, principalmente o estruturalismo como corrente filosófica. Nos anos de 1960, estudiosos tentaram buscar uma compreensão melhor sobre os fenômenos da linguagem, fazendo com que a língua configurasse um sistema de signos ideologicamente neutro, como descrevia Saussure. Tentaram assim evidenciar a importância das relações entre fala, sujeito e relações sociais para as discussões linguísticas da época. Em 1969, Pêcheux elege o discurso e não a língua como seu objeto de estudo, e com relações com a linguística, o materialismo histórico e a psicanálise.

Orlandi (2013, p. 20) afirma que o discurso “não se reduz ao objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela Teoria Marxista, e tampouco corresponde ao que teoriza a Psicanálise”. A AD tenta trabalhar a relação entre língua, psicanálise e materialismo histórico para elaborar um novo recorte no campo do conhecimento. Pode-se dizer que não há um discurso neutro, pois o sujeito como ser social constrói valores, crenças e visões de mundo embasados numa relação imaginária dos indivíduos com as relações sociais e de produção.

Na Análise do Discurso, o discurso é concebido como mediação entre os sujeitos e a realidade social; constitui-se como base na qual se materializam as práticas discursivas que produzem sentido entre os sujeitos. No tema estudado, “O discurso sobre o corpo feminino como fetiche de consumo na atualidade”, é interessante pontuar qual o tipo de discurso que se constitui sobre o corpo feminino na atualidade e indagar também se o corpo feminino representa

novas formas de assujeitamento e é atravessado pela linguagem, ideologia e inconsciente que sinalizam um corpo em construção.

Os estudos sobre o tema estudado, neste trabalho, partiram de uma reportagem da revista **Veja** sobre as blogueiras que se apresentam saradas e malhadas e que incentivam outras mulheres a se tornarem assim. Essa matéria de capa impressa da revista **Veja** (edição 2.346, ano 46, nº 45, de 6 de dezembro de 2013) intitula-se “**A nova forma de magreza: a estética do risco**”, e descreve a magreza como um padrão de beleza ideal e recente na história da humanidade – uma magreza saudável como resultado de dietas, exercícios e suplementos.

Primeiramente, é importante considerar a rápida veiculação das postagens dessas modelos famosas que vivenciam em seus *blogs* e ganham dinheiro ao emprestar seus nomes para divulgar roupas, produtos de beleza ou comparecer aos eventos. Segundo, ao cultuar corpos definidos e esculpidos, ao tornar esses corpos torneados e magros, estimula-se, na verdade, o consumo de produtos e serviços relacionados ao comércio *fitness*; e, terceiro, ao tempo que há novas formas de magreza propagadas pela mídia, a relação sujeito e corpo se torna contraditória pelas transformações ocorridas na sociedade atual, pois além da construção de novos valores, ideais imediatistas presentes nos avanços tecnológicos e sociais que proporcionam um melhor cuidado com a saúde e o corpo, verifica-se aumento desenfreado dos distúrbios alimentares entre jovens e adultos.

O título da capa da **Veja** é relevante e composto por uma primeira e uma segunda reportagens. Apresenta assim um contraste, pois a primeira reportagem destaca o corpo musculoso e magro como fetiche de consumo, com a apresentação das supermodelos, enquanto as consequências sociais e psíquicas estão na segunda parte. Hernandez (2000) acrescenta que as manchetes secundárias da **Veja**, no caso as reportagens que abordam as consequências sociais e psíquicas, tendem a ter um destaque bem menor do que a matéria que aborda o tema da capa.

Nessas circunstâncias, segundo Orlandi (2013), o texto produz efeitos de sentido num determinado momento através das condições materiais da produção do discurso que traduzem o conflito e as contradições vividas por tais situações. Na AD, os dizeres não são apenas mensagens, mas efeitos de sentido produzidos num determinado momento. O analista do discurso busca compreender esses sentidos, promovendo uma relação com as condições de produção, a formação ideológica do sujeito, o interdiscurso e intradiscursos.

As questões relacionadas ao corpo na atualidade concernem à constituição de um sujeito histórico/ideológico/psíquico que concretiza os efeitos de sentido do discurso. Esse sujeito se inscreve no histórico, num processo simbólico afetado pela ideologia e o inconsciente, que

constitui o discurso e cuja materialidade é a língua, com as possíveis e inúmeras interpretações. Nesse contexto, as formações discursivas são provenientes de formações ideológicas que sedimentam essa relação entre língua e discurso.

Orlandi (2013, p. 43) afirma que “as palavras mudam de sentido, segundo as posições daqueles que a empregam”, e se inscrevem numa formação discursiva que representa no discurso as formações ideológicas, sendo os sentidos determinados ideologicamente. Florêncio *et al.* (2016, p. 69) assevera que a relação entre o sujeito e a sua história abre um espaço aos discursos “que põem à mostra as posições em que os sujeitos se colocam/são colocados”.

Figura 1 – Capa da Veja



Fonte: Veja, 2013.



Figura 2 – Segunda entrevista “Quando o sonho vira doença”

**Saúde**

## QUANDO O SONHO VIRA DOENÇA

As vítimas de distúrbios alimentares se conectam na rede em um mundo sombrio no qual encontram estímulo para se manter deitadas

**T**entar alcançar o peso e as medidas das musas magras e saradas é difícil, trabalhoso, em geral frustrante, mas quase sempre inofensivo. A partir de certa fronteira, porém, a busca da magreza extrema esbarra em um mundo muito mais sombrio e aterrorizante: o das vítimas de distúrbios alimentares, uma espécie de comunidade secreta, que cada vez mais usa a internet como um canal interno de comunicação. Ao contrário do entardecer Instagram, esse não é um lugar de gente bonita — as meninas têm o rosto emaciado, cabelos quebradiços, costelas a moerem. Mesmo assim, cada quilô perdido é postado e divulgado em fotos que revelam a triste realidade de quem sofre de bulimia (comer muito e vomitar em seguida) e anorexia (deixar de comer). Não possui dizer que ficou doente por causa do Instagram, mas com certeza ele entrou na fórmula que me levou a ser internada no Hospital das Clínicas. Há um ano, com apenas 30 quilos. Cada vez que espanto meu corpo emagrecido como um troféu, eu aplaudo por gente doente (minha eu!), conta a publicitária paulista Amanda Melo, de 28 anos, 1,58 metro. Ela convive com a anorexia desde os 14, passou três meses hospitalizada no ano passado e até hoje tem acompanhamento semanal com psiquiatra e nutricionista.

de agulhadas para magro, velo para ficar, não tanto porque pouco peso é bonito, mas sim porque é saudável. Se acontecer, a virada vai tirar então a magreza do rol das mudanças culturais aceitáveis — um peso (eço) que carregou em razão dos exageros cometidos em seu nome. O ideal de magreza já nasceu extremo. Twiggy, a personificação original, era uma figura meio andrógina, sem curvas, o caso oposto do padrão vigente, como era regra naqueles tempos de supervento de costumes. Nas poses das modelos, sendo a inglesa Kate Moss sua expressão típica, a magreza foi ficando cada vez mais enfiada, com olheiras, depressiva. A virada da família negativa com o abdômen trincado nasceu nas passarelas juntamente como uma reação da própria indústria da moda às críticas de que as meninas do mundo todo estavam alienadas, influenciadas pelo que se considerava não apenas de estilo “*heroin chic*”. Diante da grã, alguns países estabeleceram limites para a magreza nas passarelas (todos sabidamente desobedecidos), e os contornos preferenciais das modelos inflaram um pontinho. Gisele Bündchen tornou de Kate o posto de rainha. Holly Woodlawn levou as formas invejáveis de Jennifer Aniston e Cameron Diaz, e o corpo magro e musculoso chegou a ser o sonho de cada mulher.

“Ao perseguir magreza extrema e musculatura avançada, o corpo vai se desestruturar”, avisa o endocrinologista Alfredo Halperin, do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo. Já a família emita o ideal de magreza, o poderoso argumento de que o ser humano não foi programado assim e, agora, precisa conviver com a condição entre uma cachaça que quer perder peso e um coelho que quer acumular reservas para os tempos difíceis. No mundo de hoje, poucas pessoas são mais invejadas do que aquelas que têm no DNA a fórmula de comer de tudo e não engordar. Isabel Cluaret, 29 anos, e deslumbrante modelo de próteses ramosas e ungo da Victoria's Secret, quando criança, em São Carlos, foi levada pela mãe ao médico. “Ela queria saber por que eu comia tudo e continuava magra. Ele disse que era meu bixiço”, lembra Isabel. Agora a grande e urticada abertura radical da estroica é desistir a genética e conquistar um bixiço. ■

**COLABOROU HELENA BORGES**

92 | **SAÚDE** | veja

Fonte: Veja, 2013, p. 92.

Um aspecto importante a enfatizar sobre as formações discursivas é que elas regulam, de certa forma, o que pode ser dito ou não no discurso. Para Pêcheux (1990, p. 172), numa dada formação ideológica cabem diversas formações discursivas; isso quer dizer que as palavras, frases ou textos podem ter diferentes sentidos, a depender da ideologia vigente. “A interpelação do sujeito do indivíduo em sujeito do seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina”.

Para Orlandi (2013), a noção de formação discursiva ainda é “polêmica”, mas muito importante para a AD, pois tenta compreender os sentidos do discurso em relação à ideologia vigente. É importante considerar os estereótipos que determinam certos comportamentos

sociais do indivíduo em relação a determinadas palavras que podem expressar uma positividade, por exemplo, “branco” e “esposa”, ou negatividade, como “preto” e “amante”.

No que diz respeito à categoria Condições de Produção, ela se configura como essencial para a forma como os discursos são compreendidos, como os sentidos se processam em relação à realidade. Ramires (2017, p. 53) salienta que as Condições de Produção “fazem história, polemizam e transformam as relações sociais, e que atuam ainda na reprodução e na estabilização da sociedade em que se produzem”.

Dessa forma, a autora considera que o conceito de Condições de Produção está relacionado com as determinações históricas e ideológicas do discurso. Enfatiza o momento histórico e tenta compreender quais os sentidos que alteram ou transformam a realidade conforme as questões ideológicas estabelecidas. Podem-se estudar as Condições de Produção em dois sentidos: o estrito, que se constitui como o sentido imediato, é onde e quando ocorre o dizer; e o amplo, relacionado aos contextos histórico e ideológico.

Para exemplificar melhor a categoria de Condições de Produção, é importante relacioná-la com os dizeres da reportagem da **Veja** (2013). Pode-se considerar como sequência discursiva 1, SD1: *A internet, mais exatamente o serviço de troca de fotos pelo celular, o Instagram, é o ponto de encontro dessas super-supermagras* (VEJA, 2013, p. 86). Destaca a magreza como ideal de beleza, que se utiliza das mídias sociais como veículo de propagação. É importante frisar que as mídias desempenham o papel de mediadoras entre o sujeito e a realidade. Gregolin (2007, p. 16) enfatiza: “O que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta”. Sobre as Condições de Produção Estrita, Azevedo (2014, p. 100) afirma que “As imagens do corpo que se produzem e circulam na *Web*, em sua forma determinada pela mídia, passam a compor um universo de evidências de sentidos que se naturalizam certas significações para os corpos dos sujeitos, a partir das formações ideológicas”.

Na SD2: *É ali que elas, num nicho chamado Instafit, comparam medidas e se gabam de terem menos gordura corporal e perfil mais delgado do que outras. [...] (VEJA, 2013, p. 86).* É importante ressaltar que a representação simbólica no que diz respeito ao corpo mostra o quanto ele deve ser moldado, atendendo às expectativas de investimentos maciços em produtos *diets*, cosméticos e intervenções cirúrgicas. O corpo se torna assim uma mercadoria a ser exposta e vendida. Considera-se o sentido amplo das Condições de Produção, pois é apresentado o corpo magro, jovem e bonito como ideal na mídia, num contexto sócio-histórico e ideológico que se reflete não só nas comparações de medidas e na gordura corporal expostas



na internet, mas num movimento de sentidos em relação a esse corpo do sujeito, configurando assim um processo de inclusão e exclusão.

As questões relativas à exclusão e à inclusão nessas duas sequências discursivas descritas neste texto constituem uma contradição das práticas sociais que conduzem o sujeito a um sistema ideológico inscrito nas formações discursivas que representam o contexto capitalista atual. A contradição passa a ser o ponto central da relação sujeito e corpo. Por um lado, evidencia-se o individualismo, a competitividade e o narcisismo nos *clicks* e postagens do corpo perfeito nas mídias sociais e, por outro, há o adoecimento e a dificuldade financeira em investir no corpo ideal.

Outra sequência discursiva interessante a ser descrita da revista *Veja* é a seguinte: SD3: *Entre academias, balé, boxe e corrida, as supermagras suam todos os dias uma, duas horas, de domingo a domingo. Sua dieta compensa com sucos (verdes) e muitos e variados suplementos vitamínicos, a ausência de doces e gorduras e a ínfima quantidade de carboidratos* (VEJA, 2013, p. 88). Nesse sentido, é possível compreender que as Formações Ideológicas perpassam pela relação entre o sujeito e a sua história; esta abre um espaço aos discursos “que põem à mostra as posições em que os sujeitos se colocam/são colocados” (FLORÊNCIO *et al.*, 2016, p. 69). Isso revela quanto o sujeito tenta investir nessa tríade “beleza, juventude e saúde” para que o corpo alcance esse ideal, inclusive as modelos supermagras (blogueiras, influenciadoras digitais), para exporem o corpo magro e malhado nas mídias sociais.

Na sequência discursiva SD4: *Carol Magalhães, Carol Buffara e Gabriela Pugliese ganham para recomendar produtos, ganham para aparecer em eventos, ganham para emprestar o nome a roupas e alimentos e ganham presentes – muitos presentes* (VEJA, 2013, p. 88). Essa formação discursiva traz sentidos outros, provocando uma intencionalidade social. Por isso, numa sociedade capitalista, dividida em classes, a formação social e o lugar que o sujeito ocupa socialmente definem seus atos de linguagem estruturados dentro de uma esfera dominante e dominada, na qual ocorre a reprodução de discursos na escrita, na fala ou, virtualmente, a visão de uma lógica capitalista.

O ideal de beleza pregado pela mídia é fortalecido pela lógica capitalista em que a indústria da beleza ganha milhões. Outro dado importante a mencionar e que perpassa pelo interdiscurso como algo já dito antes em outro lugar é o quanto a mulher é tratada como objeto sempre, e os sentidos que ela tece à vida, aos filhos, à profissão, à arte. Exige-se da mulher em evidência que ela seja perfeita, completa, com uma dieta *fitness* que valorize e conserve a beleza do corpo.

No que diz respeito ao corpo feminino magro, saudável e jovem, pode-se dizer que a exposição das imagens das blogueiras em redes sociais não se constitui como algo que seja humano ou estético, e sim, de mercado, pois o corpo passa a ser uma mercadoria à venda, por seu valor social e simbólico como capital físico que detém um discurso que caracteriza um estilo de vida numa sociedade de consumo, como mostram as figuras abaixo.

**Figura 3 – Matéria da Veja sobre corpos super-supermagros – (SD1e SD2)**





Figura 4 – Matéria sobre a dieta dos corpos supermagros (SD3)



Fonte: Veja, 2013, p. 88.

Para a AD, é importante frisar que o corpo surge como novas formas de assujeitamento por estar relacionado com o modo de se ver o sujeito, sua historicidade e cultura. “Podemos nos arriscar a dizer que o corpo seria o lugar de simbolizações onde se marcariam os sintomas sociais e culturais desses equívocos tanto da língua quanto da história” (FERREIRA, 2013, p. 78).

Na sequência discursiva SD5: *A magreza como ideal de beleza é padrão recente na história da humanidade. Bem antes dele, começando pela Vênus de Milo, passando pelos nus renascentistas e desembocando na voluptuosa figura de Marilyn Monroe, a mulher sempre se aceitou como portadora de curvas pronunciadas* (VEJA, 2013, p. 85). Os padrões de beleza sempre foram marcados por um tempo e lugar e se constituíram como novas formas de relações sociais de exploração ao se referirem às figuras femininas de cada época sujeitas aos padrões estabelecidos.

Na sequência discursiva SD6: *As pernas e os braços finíssimos da modelo Twiggy, no começo dos rebeldes anos 60, subvertem esse padrão e instituíram a obrigatoriedade de ser magra, que progrediu para ser supermagra e, agora, super-supermagra. Sim, com músculos* (VEJA, 2013, p. 85). Segundo Sant’anna (2014, p. 157), “malhar o corpo” em parques, academias e grandes avenidas tornou-se o evento principal da década de 80, que é quando se começa a delinear o corpo magro, jovem e saudável. A partir disso, as modalidades físicas foram ampliadas para ginásticas localizadas, musculação e *cooper*, que contribuíram para o culto ao corpo e a massificação do estilo esportivo. A divulgação foi ampla, com recomendação médica, exposição em filmes publicitários e novelas; as roupas esportivas se tornaram vestimentas do dia a dia.

As figuras femininas das sequências discursivas 5 e 6 estão submetidas à lógica da mercadoria; há uma relação entre os discursos formulados (interdiscursos) que permitem dizeres (intradiscursos) já ditos, pré-construídos. Dessa forma, o interdiscurso incorpora elementos pré-construídos que podem provocar a interligação com outros discursos provindos de outro lugar, abrindo a possibilidade para novas formas de sentido que se configuram no discurso enquanto, no intradiscorso, “os discursos são produzidos em determinadas condições, em dado momento” (FLORÊNCIO *et al.*, 2016, p. 79).

Figura 5 – (SD5 e SD6)

**Saúde**

do em seu blog. As blogueiras contam que têm acompanhamento médico constante. Isso é, de fato, obrigatório, visto que se equilibram no limite da magreza — um escorregão, e podem resvalar para o tormento dos distúrbios alimentares (veja a matéria da página 92).

Um novo levantamento da Secretaria da Saúde de São Paulo mostra que, a cada dois dias, uma pessoa é internada por anorexia ou bulimia nos hospitais públicos do estado. “E o número deve ser bem maior, porque nessa conta não entram os atendidos em instituições privadas”, diz Lara Natacci, especialista em nutrição clínica. As magras musculosas das redes têm na ponta da língua a avaliação positiva de seu IMC, de sua taxa de gordura e do seu metabolismo basal (índice que mede a necessidade de energia para desempenhar tarefas do dia a dia) — os três parâmetros mais usados para avaliar se a magreza é saudável ou passou do aceitável. A fronteira entre saúde e doença às vezes é assustadoramente tênue. Nos Estados Unidos, calcula-se que uma em cada vinte mulheres — ainda não doentes — vomite de vez em quando como tática para emagrecer.

Nos últimos anos a ciência tem desviado seu foco da obesidade, o mal do século, para aquilo que, afinal, pode ser sua solução: os mecanismos que fazem com que os magros sejam magros. O conhecimento acumulado sobre o metabolismo já permite saber, por exemplo, que a adoção de certos hábitos torna possível pôr o corpo para trabalhar em prol da queima de calorias. As maiores esperanças de chegar a uma fórmula de emagrecimento natural e saudável recaem sobre o chamado tecido marrom, as células envolvidas na manutenção da temperatura corporal. Quando entram em ação, num processo chamado termogênese, elas consomem altas quantidades de calorias; estimuladas a se reproduzir nos seres humanos, poderiam contribuir para a manutenção do peso adequado. “Estamos debruçados sobre o desafio de aprender como manter o volume e reconstituir esse tipo de célula, que escasseia com a idade”, diz o pesquisador italiano Saverio Cinti, que lidera um grande estudo, feito em parceria com Harvard, que acaba de iniciar experimentos com humanos.

Pesquisas desse tipo indicam que a mudança do padrão estético,



**AO ESTILO MILITAR** Aula de bootcamp, modalidade que surgiu nos Estados Unidos e chegou ao Brasil: treino puxado e disciplina máxima se combinam para queimar até 1 000 calorias por hora



**PASSADO DISTANTE** Da Vênus de Milo (à esq.) à voluptuosa figura de Marilyn Monroe (acima), a mulher sempre se aceliou como portadora de curvas pronunciadas: a geração magra enterrou de vez o modelo

90 | 6 DE NOVEMBRO, 2013 | veja

Fonte: Veja, 2013, p. 90.

Outra sequência discursiva interessante é SD7: *Não é uma magreza de documentários sobre a Ásia e África antes da revolução Verde. Não é uma magreza doentia, de quem passa fome ou está desidratado. É magreza por comer dosagens corretas de alimentos escolhidos associados a suplementos e malhação específica* (VEJA, 2013, p. 85). A sequência discursiva SD7 apresenta a possibilidade de uma relação entre a magreza saudável e a magreza doentia. A magreza saudável é estampada num corpo bonito, jovem e com o bem-estar físico; já a magreza doentia é estampada com os corpos esqueléticos, fracos e famintos. Ambos os tipos de magreza se referem às repetições no discurso, as quais constituem as contradições sociais e ideológicas. “A contrariedade das relações sociais em sua complexa totalidade é o que sustenta e faz materializar os discursos” (SILVA SOBRINHO, 2018, p. 74).

Essa relação entre a magreza doentia e a magreza saudável mostra como essas representações traduzem o agir das práticas sociais e ideológicas na estrutura psíquica do indivíduo, pois a “magreza doentia” é da Ásia e da África (regiões subdesenvolvidas), onde ainda hoje as pessoas passam fome e são desnutridas; já a “magreza sadia” está relacionada com as dietas de baixas calorias, exercícios físicos que moldam o corpo ideal de saúde, juventude e beleza. “O caráter material dos sentidos é também marcado pelo caráter material dos conflitos e antagonismos sociais” (SILVA SOBRINHO, 2018, p. 75).

Não esquecer que a “Revolução Verde” constitui algo revolucionário e digno de países desenvolvidos, um programa de inovação tecnológica no setor de agricultura cujo objetivo é aumentar a produtividade por modificação de sementes, fertilização do solo, utilização de agrotóxicos e mecanização do campo, o que satisfaz ao sistema capitalista. Começou no México em 1950. Supostamente, a Revolução Verde se constitui como um fato que contribuiu para diminuir a fome, especialmente na África, porém utilizando o agrotóxico como instrumento para o aumento da produtividade de alimentos (CURADO, 2019).

O mesmo fragmento da sequência discursiva (7) aborda que essas produções de sentido produzem efeitos histórico-sociais a partir da consciência que os sujeitos têm de sua existência. A linguagem refinada e bem estruturada do discurso desencadeia efeitos simbólicos para uma discussão social e ideológica. O discurso compõe um movimento dialético, dinâmico e contraditório, desvelando sujeitos e sentidos com o propósito da reprodução e transformação da sociedade burguesa.

Para Pêcheux (1990), a língua está relacionada com as práticas sociais, pois não é um código fechado; ela sofre a intervenção do papel da história, da ideologia na sua comunicação, refletindo o modo econômico e político de uma sociedade. A memória discursiva se associa, nessa sequência discursiva, ao apresentar o corpo feminino através do tempo, em dizeres já-ditos e ressignificados na atualidade, como também as contradições sociais e históricas que produzem efeitos sobre as relações sociais.



Figura 6 – Matéria sobre a supermagreza (SD7)



Fonte: Veja, 2013, p. 85.

As três próximas sequências discursivas foram retiradas de um comentário de Carol Magalhães em seu *blog*, sobre a reportagem da **Veja** que reafirma que o corpo magro e saudável é o ideal de beleza, mesmo tentando contornar o efeito de sentido atribuído pelo título da reportagem “**A nova forma de magreza: a estética do risco**”, o qual ela mesma assume ser assustador; entretanto, avalia que a reportagem “é legal” (*Blog* de Carol Magalhães, 2 nov. 2013). Seus dizeres, neste comentário, funcionam como algo sempre familiar; para ela,

conseguir hábitos alimentares mais saudáveis não é tão difícil assim. Segundo Cunha (2014), esse padrão de beleza da magreza dita “sadia” passa a ser estabelecido, mas nem sempre as mulheres alcançam esse ideal de aceitação social, mesmo fazendo investimentos altos em produtos dietéticos, *fitness*, cosméticos ou cirurgias plásticas.

Na Sequência discursiva SD8: *Oi, gente, Bom dia, Gostaria muito que vocês comprassem a revista **Veja** dessa semana, onde (sic) a reportagem é sobre como ser magra e saudável. Estou na capa da revista e o título assusta um pouco, mas o conteúdo da matéria é bem legal.* (Blog da Carol Magalhães, 2 nov., 2013). Nas questões relativas ao corpo como mercadoria, exploradas na reportagem da **Veja**, pode-se dizer que essas supermodelos são produtoras ou constroem o corpo magro, musculoso e malhado em exposição, e os consumidores são os seus seguidores. É interessante notar também que os discursos veiculados na mídia constituem um conjunto de saberes que se articulam e postulam dizeres do que as pessoas devem fazer de seu corpo e de sua vida, como se fossem conhecedores do que é o melhor para cada sujeito.

Para Gregolin (2007, p. 15), “os efeitos de sentido se materializam no texto que circulam em uma sociedade”, o que significa que ninguém compreende o texto em sua totalidade, nem todos os sentidos produzidos, pois o interdiscurso não é transparente, e muito menos o sujeito é a origem dos sentidos. Numa construção discursiva, o sujeito pode interpretar uma parte dessa rede de sentidos nos discursos, especialmente os midiáticos. Gregolin (2014) afirma que a mídia evidencia um recurso discursivo que se constitui na criação de uma ilusão, que permite ao leitor simbolizar diferentes representações de sua relação com a realidade concreta.

Na sequência discursiva SD9: *Para fazer essa reportagem a **Veja** passou um dia inteiro comigo aqui em São Paulo, acompanhando meu dia a dia, minhas reuniões, compromissos com meu filho, ida à academia, como me alimento, e acho que pôde ver um pouco de perto o que é ter uma vida* (Blog de Carol Magalhães, 2 nov. 2013). No caso da blogueira Carol Magalhães, que é capa da revista em que está contida a reportagem estudada, o convívio da equipe de reportagem com a modelo foi tranquilo e informal, visto que os jornalistas passaram o dia todo com a modelo para obter informações sobre como ela lida com o corpo perfeito e as obrigações de dona de casa, mãe e profissional. Sua intenção é ser uma influenciadora digital que se comunica com centenas e até milhares de seguidores, todos os dias, através do estilo de vida, opiniões e hábitos que adota.

Pode-se enfatizar que o sentido informal que a **Veja** conferiu à reportagem com a modelo Carol Magalhães tem o objetivo de retratar algo sério, como a obsessão por um corpo



ideal, de modo banal, pois demonstra que o cotidiano da modelo é parecido com o de qualquer mulher de classe média que trabalha, tem filhos, alimenta-se saudavelmente e vai à academia.

Na sequência discursiva SD10: *onde (sic) você não precise se sacrificar pela busca de um corpo perfeito, e que sim mudando alguns hábitos aos poucos se chega lá. Leiam e me contem! Super beijo e um ótimo final de semana para vocês!!!* (Blog de Carol Magalhães, 2 nov. 2013). É possível pontuar que essas supermodelos como influenciadoras digitais passam a ser produtoras do próprio corpo, quer dizer, constroem um corpo físico ideal para atender um público que consome o que se pode chamar de nicho estético, o qual compreende academias, produtos *diets*, cosméticos, roupas e procedimentos estéticos, uma verdadeira indústria da fisioestética.

É interessante notar como a mídia influencia a produção de identidades nas Formações Discursivas, criando modelos que estabelecem estereótipos que traduzem maneiras de agir e pensar e que são impostos socialmente. Para tanto, conta com os *blogs*, *sites* ou Instagram, que criam verdadeiros mitos e seguidores; estes são pessoas que, na maioria das vezes, não possuem formação especializada para ditar normas e regras sobre como as pessoas devem se alimentar, fazer exercícios, enfim, cuidar do corpo, considerando as especificidades de cada indivíduo. Nos discursos midiáticos há a construção, a reconstrução e a reprodução de modelos (GREGOLIN, 2007).

**Figura 7 – Publicação no Blog de Carol Magalhães sobre a matéria da Veja (SD7, SD8, SD9 e SD10)**

Menu  
 #carlmacalhães  
 • São Paulo  
 • Gourmet  
 • Looks  
 • Moda  
 • Beleza

**Revista Veja**

Buscar no blog  
 Carol Magalhães  
 /  
 2 novembro, 2013

Oi gente ,

Bom Dia ,

Gostaria muito que vocês comprassem a revista Veja dessa semana , onde a reportagem é sobre como **ser magra e saudável** . Estou na capa da revista e o título assusta um pouco , mas o conteúdo da matéria é bem legal . Para fazer essa reportagem a Veja passou um dia inteiro comigo aqui em São Paulo , acompanhando meu dia a dia , minhas reuniões , compromissos com meu filho , ida a academia , como me alimento e acho que pode ver um pouco de perto o que é ter uma vida onde você não precise se sacrificar pela busca de um corpo perfeito , e que sim mudando alguns hábitos aos poucos a gente chega lá . Leiam e me contem ! Super beijo e um ótimo final de semana para vocês !!!!!

Fonte: Blog da Carol Magalhães, 2 nov. 2013.

As próximas sequências discursivas estão relacionadas aos comentários dos seguidores referentes à reportagem da revista **Veja** (2013). Na sequência discursiva SD11: *Oi Carol, sou sua xará e comecei a te seguir no Insta logo que vi a propaganda da capa da Veja. Seu Insta me trouxe o seu site e já devorei vários posts, mas não achei onde vc começa o #metacarolmagalhães* (ANA CAROLINA, 3 nov. 2013, 22h15). Primeiramente, aborda a identificação e a interação da seguidora com a blogueira, começando pelo nome: são xarás e a relação que as une, mesmo virtualmente, é sobre ser bonita, magra e saudável.

Segundo, pode-se observar que na referida reportagem e capa da revista **Veja**, a seguidora, além de mencionar que é xará da modelo, aproximando-se mais ainda daquela que o efeito midiático a faz admirar, devora os *posts* e o *site* da blogueira como se fosse um produto ou alimento, mas ainda assim solicita à blogueira que explique como seguir sua meta, pois não encontrou detalhes no diário digital.

É importante frisar que o alimento na história da civilização não só constitui um valor nutritivo, de sobrevivência do corpo físico, mas uma função significativa nas relações culturais e sociais, passando a ser um modo de vida relacionado à quantidade e qualidade, aos aspectos estéticos da sociedade contemporânea, a revelar a forma de interação da pessoa consigo própria e com o mundo (SANTOS, 2013). O alimento em questão a ser devorado e consumido são as *postagens* e o *site* que exibem o corpo magro e musculoso de Carol Magalhães. Magreza, obesidade e alimento fazem parte da tríade beleza, juventude e saúde.

Na sequência discursiva SD12: *Já comprei a revista e li, e tenho certeza que depois dessa reportagem seu Insta e blog vão bombar ainda mais. Assim que puder contar pra quem está chegando agora um pouco da sua história, eu agradeceria. Bjs e sucesso* (Ana Carolina, 3 nov. 2013, 22h15). É possível considerar que o aparato ideológico dá suporte às supermodelos e provoca o assujeitamento à lógica do capital através da identificação e da interação entre blogueira e seguidora.

No entanto, esse *marketing* de vivências corporais, principalmente feminino, faz com que a estética corporal passe a ser uma ética que se tenta traduzir a partir da constituição desse sujeito histórico como resultado de uma formação ideológica sobre sua estrutura psíquica. São idealizações dos padrões estabelecidos pela sociedade e que nos dias atuais reforçam a representação do corpo magro e musculoso como corpo perfeito. Muitas jovens se submetem a tudo para alcançar esse objetivo.

As questões histórico-sociais e ideológicas que envolvem o corpo feminino são antigas, como a revista mostra, pois é possível considerar que o corpo feminino traz em sua bagagem imagens e memórias que transformam esse arcabouço de células e músculos numa construção

social e psíquica. As transformações ocorridas entre essa estreita relação da sociedade e do corpo, ao longo do tempo, manifestam-se no discurso.

Figura 8 – Reportagem da Revista Veja – 2013



Fonte: Veja, 2013.

### Figura 9 – Comentários postados no Blog da Carol Magalhães (SD11 e SD12)

Oi Carol, sou sua xará e comecei a te seguir no insta logo que vi a propaganda da capa da Veja. Seu insta me trouxe a seu site e já devorei vários posts, mas não achei onde você começa o #metacarolmagalhaes. Já comprei a revista, li e tenho certeza que depois dessa reportagem seu insta e blog vão bombar ainda mais, assim se puder contar pra quem está chegando agora um pouquinho da sua história, eu agradeceria. Bjao e sucesso!

3 de novembro de 2013 - 22:51

[Comentar](#)

3.

**Shirlei Couto**

E como boa fã que sou, atendi seu pedido e comprei a Revista Veja. Não deu outra: adorei a matéria e muitas dúvidas que tinha sobre o assunto foram sanadas! Vi que tenho o mesmo peso, altura e quase a mesma idade (tenho 27) da Carol Buffara (28); e que ao contrário do que os outros me dizem, apesar de ser magrinha, minha saúde anda em alta... E mais importante, que é possível sim ser magra, linda e saudável como vc! Bjinhos.

4 de novembro de 2013 - 11:01

[Comentar](#)

4.

**marceloceticomarcelo**

Que mulher linda. Pena que está muito magra para os meus padrões, mas se ela se sente bem e está com saúde quem sou eu para querer julgar se ela deve engordar ou emagrecer mais.

4 de novembro de 2013 - 22:14

[Comentar](#)

#### Look Fitness



[Look Mulher Elástica](#)

Fonte: *Blog da Carol Magalhães*, 2013.

### 2.1.1 O corpo e os aspectos sócio-históricos

O homem vive e sofre o mundo cada vez mais como produto de seu produto. Converte-se em insignificante diante da exuberância da mercadoria multiplicada e das forças cada vez mais misteriosas que as põem no mundo.

Chasin (1987, p. 37)

O discurso sobre o corpo considerado saudável tem um valor significativo na contemporaneidade que faz com que ele se torne, muitas vezes, narcísico por cultuar princípios como o individualismo, o imediatismo e a ilusão onipotente, típicos da atualidade, pois sua meta é transformar-se num objeto perfeito, delineado pelo progresso tecnológico da medicina estética e cirúrgica. Não se deve esquecer que o sujeito e o corpo sofrem do mal da transitoriedade: nada é belo, perfeito sempre e infinito. Pode-se dizer que a angústia da finitude é negada ou “apagada”, devido à substituição promovida pelas dietas mirabolantes, pelos exercícios físicos intensos, pelos procedimentos cirúrgicos nessa desenfreada busca do corpo ideal e perfeito.

Com o tempo foi possível compreender que o olhar como diagnóstico se tornava restrito para dar conta das significações e representações do corpo, cedendo lugar à observação da linguagem do corpo e dos afetos do indivíduo, que resultaram no processo das relações entre as funções orgânicas e o inconsciente. Com isso, fez surgir a psicanálise, que se constitui na compreensão da relação entre os afetos e o corpo, num processo inconsciente. São fundamentais as sensações e as emoções corporais para a nossa constituição.

O corpo passa a ser um objeto de conhecimento, solidificando-se como um projeto de vida, segundo Shilling (2000), depois da II Guerra Mundial. Ele se constituiria como uma parte da identidade do indivíduo, o chamado *Body-building*<sup>2</sup>. Os cuidados e tratamentos corporais se tornaram benéficos para o prolongamento da vida e o bem-estar do indivíduo; conseqüentemente, houve o aumento do consumo de produtos de beleza e o investimento maciço da mídia em corpos expostos nas revistas, na televisão ou em *outdoors* (CUNHA, 2014).

Ferreira (2013, p. 77) afirma que “corpo e discurso andam próximos no campo teórico da Análise do Discurso”; ressalta que o corpo é uma linguagem, um objeto discursivo numa rede que envolve linguagem, história e ideologia. Nesse sentido, pode-se observar o quanto o

---

<sup>2</sup> *Body-building* – palavra inglesa que significa “corpo em construção ou aperfeiçoamento” (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2018).

objeto de conhecimento “corpo”, desde a modernidade até os nossos dias, constitui-se mediante significações, simbolizações, contradições e embates.

No que diz respeito às questões relacionadas ao discurso, sujeito e corpo, pode-se considerar, primeiramente, a importância do papel da ideologia, que consiste na “condição para a constituição do sujeito e dos sentidos” (ORLANDI, 2013, p. 47), pois esses sentidos evidenciam uma relação entre sujeito, língua e história. Segundo, há o modo como as relações sociais se inscrevem na história da sociedade capitalista e faz com que seja determinado o lugar do sujeito no grupo social. O papel da ideologia é capaz de produzir evidências e justificá-las diante das condições de existência do sujeito.

Pode-se dizer também que o ideal numa sociedade capitalista leva a uma razão histórico-social cuja representação está fundamentada na própria visão de classes sociais e exploração do homem pelo homem, sendo isso evidenciado pelo papel ativo das ideias na consciência humana. A Revolução Francesa é um exemplo e se caracterizou pela predominância das ideias para a compreensão da humanidade, pois a história passa a ser escrita pelos homens e sua evolução de ideias. Marx enfatiza que é pelo trabalho que o ser humano transforma a natureza, criando novas possibilidades e necessidades objetivas. O trabalho é, portanto, a categoria fundante do ser social (LESSA; TONET, 2011, p. 34-37).

Essa capacidade de trabalho e produção é a maneira plausível de se conectar com o mundo, com os indivíduos, e que determina o papel do sujeito na sociedade. Porém, muitas vezes essa força de trabalho é reduzida a um processo de reificação ou coisificação que caracteriza “o desenvolvimento das relações sociais que apenas contemplam aquilo que pode ser comprado e vendido: sua força de trabalho” (LESSA; TONET, 2011, p. 67).

As primeiras sociedades concretizaram a relação entre os sujeitos como sendo de exploração, haja vista as castas indianas e os mandarins chineses que se apropriaram da riqueza produzida nas aldeias. As sociedades escravagistas (as principais foram a grega e a romana) fizeram o mesmo e instituíram a divisão de classes entre senhores e escravos (LESSA; TONET, 2011).

A partir desse contexto, surge o feudalismo como uma organização da produção agrária que servia também como fortificação militar para a defesa, os chamados feudos. O trabalho agrário era feito pelos servos, que se diferenciavam dos escravos por serem proprietários de suas ferramentas e de uma parte da produção, embora a maior parte ficasse com o senhor feudal. Esse tipo de produção agrícola se destacou como algo inovador, pois os servos utilizavam a parte da produção que lhes cabia em investimentos em novas técnicas e, conseqüentemente, foram desenvolvidas novas formas de organização do trabalho coletivo. A produção cresceu a

tal ponto que se tornou insustentável, fazendo com que existissem mais servos no feudo do que era necessário, como também se produzia mais do que se consumia.

Com a crise, os senhores feudais romperam o acordo com os servos e expulsaram os que estavam sobrando. Estes, sem emprego e sem meios para viver, começaram a roubar ou a trocar mercadorias por outras. Como se produzia mais do que o necessário, havia sempre mercadorias para trocar, o que determinou o florescimento do comércio. Com o ganho na troca de mercadorias, as rotas comerciais e as cidades renasceram e prosperaram, fazendo com que surgissem duas classes sociais importantes: os artesãos e os comerciantes, os chamados burgueses (LESSA; TONET, 2011).

É importante destacar que as rotas comerciais começaram a ser significativas na comercialização de mercadorias que levaram à ascensão das cidades como Veneza, Florença e Gênova. Aquino (1980) ressalta que as rotas comerciais apareceram com as Cruzadas nos séculos XI e XII, quando foi reaberto o Mediterrâneo para as embarcações ocidentais, no intuito de dinamizar e facilitar as relações mercantis entre Ocidente e Oriente, contribuindo assim para o enriquecimento da burguesia.

Os burgueses tinham sua base material na riqueza representada pelo dinheiro e na busca do lucro, pois necessitavam de altos investimentos para suas viagens comerciais. Dessa maneira, aliaram-se aos reis, que se tornaram patrocinadores das suas transações comerciais e, em contrapartida, os burgueses apoiavam a realeza em suas pretensões centralizadoras e absolutistas.

Em meados do século XVIII, a sociedade europeia ocidental passou por um conjunto de transformações que marcaram o estabelecimento do sistema capitalista como modo de produção predominante. Esse sistema econômico se configurou, em sua essência, como uma forma de exploração do homem pelo homem; sua característica principal é a produção de mercadorias.

A transição do feudalismo para o capitalismo caracterizou-se pelo processo de acumulação de capitais, liberação de mão de obra e troca de mercadorias. O sistema capitalista resulta numa divisão da sociedade em classes. A transformação da natureza cabe aos trabalhadores e o que é produzido tem como finalidade enriquecer a classe dominante.

Com a Revolução Industrial foi possível representar um modo de produção capaz de avançar além das forças produtivas na produção de riqueza, mesmo não garantindo as necessidades materiais e sociais dos trabalhadores. O capitalismo deu origem a uma sociedade individualista em que o coletivo está subordinado ao enriquecimento privado, ao acúmulo de bens pela burguesia e às precárias condições de vida do trabalhador (LESSA; TONET, 2011).

Le Breton (2003) explica que numa sociedade em que a preocupação e a ascensão individual são significativas, as pessoas redobram as atenções com o corpo, cuidando dele ou cultuando-o. O corpo passa a ser um símbolo de poder e um fetiche.

Nesse sentido, Florêncio *et al.* (2016, p. 58) argumentam que “todas as dimensões da individualidade estão submetidas à lógica da mercadoria, fazendo com que desde a forma material, em que a estrutura psíquica se manifesta, o corpo do indivíduo, e suas ideias e práticas, inclusive a discursiva, estejam a ele subsumidas”.

Nessa mesma perspectiva, Florêncio *et al.* (2016, p. 45) asseveram que “o sujeito é sempre o sujeito do seu tempo e de sua sociabilidade. Esse sujeito será construído através das práticas sociais e da ideologia que darão base ao sujeito psíquico”. Essas evidências percebidas e experimentadas fazem parte da relação entre o sujeito e seu processo social. As relações sociais são significativas na formação psíquica do sujeito.

Após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e a crise gerada pela Depressão de 1929, estabeleceu-se um modelo de estado intervencionista que possibilitava ao Estado intervir em períodos de crise, gerando o aumento de investimento e o consumo. Era o *Welfare State*<sup>3</sup>, tendo John Maynard Keynes (1883-1946) como um dos seus fundadores. Posicionava-se contrariamente aos investimentos improdutivos como as aplicações financeiras e estimulava as atividades produtivas. Era um pensador liberal, comprometido com os interesses burgueses e do capital.

Com a crise de 1973, estabeleceu-se um novo modelo econômico que estimulava o livre mercado, pois a concorrência de mercado proporcionaria o desenvolvimento da economia e a desigualdade social, ao tempo que diminuiria a responsabilidade do Estado (RAMIRES, 2017).

Perez Gomez (2001) considera a contemporaneidade como uma condição social da vida que se caracteriza pela globalização da economia, pela hegemonia dos meios de comunicação e pelas informações instantâneas a todos os cantos da Terra. O consumo se torna primordial para todos os segmentos da vida social a partir da metade do século XX. É justamente mais difundido na construção da imagem corporal, pois influencia o sujeito em seu estilo de vida, seu cuidado com o corpo, fazendo com que se torne um signo de *status* (MAISONNEUVE; BRUCHON-SCHWEITER, 1981). A aparência e a apresentação do corpo são centrais na construção da identidade do sujeito contemporâneo.

A relação entre o corpo e os aspectos sócio-históricos se constitui na ideologia pelas contradições que se estabelecem nas formações discursivas; estas produzem sentidos e mostram

---

<sup>3</sup> *Welfare State* – Estado do Bem-Estar Social.



o lugar onde os sujeitos se colocam e são colocados. Tais contradições estão arraigadas ao discurso sobre o corpo: como ser magro e musculoso *versus* corpo obeso; corpo belo e turbinado *versus* corpo esquelético e feio; ou corpo produtor, representado pela exposição do corpo das blogueiras na *web*, *versus* corpo consumidor, representado pelas seguidoras das blogueiras. “Assim, a ideologia tem em si a função de estabelecer um mecanismo estruturante do processo de significação que acontece nas relações sociais, e é no discurso que as formações ideológicas se materializam” (FLORÊNCIO *et al.*, 2016, p. 72). As formações ideológicas asseguram os dizeres, produzindo sentidos que podem camuflar conflitos e contradições.

Desde que o indivíduo nasce, ele é moldado por padrões sociais necessários para que ele possa viver em sociedade. Essas práticas ideológicas agem na estrutura psíquica do indivíduo, fazendo cada sujeito filiar-se a uma determinada Formação Discursiva a partir da sua posição social e ideológica. São formas de identificação e identidade de cada sujeito.

Pêcheux (1998) afirma que o funcionamento da ideologia burguesa de exaltação à autonomia, que aprisiona todos os aspectos da subjetividade, inclusive o discursivo, tenta apagar o processo de subordinação-assujeitamento, fazendo com que os sujeitos do discurso se julguem fontes de seus discursos e afirmem a transparência da linguagem. (FLORÊNCIO *et al.*, 2016, p. 60).

Esse processo de subordinação-assujeitamento na contemporaneidade está relacionado, primeiramente, às práticas ideológicas que marcam a estrutura psíquica do sujeito desde a tenra idade e que são reproduzidas inconscientemente na relação com a sociedade; segundo, não se pode esquecer que essas formas de moldagem fazem parte do processo de identificação de cada sujeito ao filiar-se a determinadas Formações Discursivas que traduzem a posição social do Discurso.

### 2.1.2 O inconsciente e o corpo como linguagem

O corpo não seria, assim, um *a priori*, uma dádiva da natureza, mas o resultado de um processo de construção que se dá pelo discurso e no discurso. Daí ser efeito de linguagem, ou ainda, efeito de discurso.

Lacan (1992)

Para Laplanche (1967), o inconsciente freudiano se constitui como tópica e dinâmica que exprime um conjunto de conteúdos que não estão presentes na consciência. Seus conteúdos são representados pelas pulsões (o somático e o psíquico), os sonhos, os desejos e os traumas

psíquicos. Garcia-Roza (1984) descreve a pulsão como o instinto que se desviou dos objetivos específicos; Zimerman (1999) acrescenta que a descontinuidade entre instinto e pulsão transformou o somático em psíquico, representado pelas sensações das experiências primitivas que faz com que o sujeito construa o seu mundo interno.

Freud, ao falar sobre o inconsciente, descreve-o como uma instância psíquica ou um sistema psíquico que se contrapõe ao sistema pré-consciente ou consciente. O inconsciente se constitui por lacunas em que o sentido está recalcado, mas suas representações só vêm à tona através de um sintoma como doença ou através da fala com seus lapsos, atos falhos e chistes (GARCIA-ROZA, 1984). A fala produz troca de nomes, esquecimentos que escapam à nossa memória, remetendo a dizeres que muitas vezes não são nossos.

“O que define, portanto, o inconsciente não são os seus conteúdos, mas o modo segundo o qual ele opera, impondo a esses conteúdos uma determinada forma” (GARCIA-ROZA, 1984, p. 175). É importante compreender a relação entre o inconsciente e o simbólico dentro de um contexto ideológico que determina a relação entre sujeito e sociedade.

Lacan (1978) salienta que o simbólico é o constituinte do sujeito humano, pois através da função simbólica o sujeito constitui sua objetivação, sua percepção e seu discurso, isto é, sua maneira de ser no mundo, pois o simbólico se torna o mediador da realidade e torna o indivíduo humano. O psicanalista também descreve a função simbólica como constituinte do ser humano, já que o significante é algo sem denominação, é uma imagem ou um objeto, enquanto o significado é a denominação, o nome dado ao que vimos como objeto ou imagem.

Lebrun (2001) aduz que a linguagem faz o sujeito, quer dizer, no movimento da fala, o ser falante se comunica e se torna sujeito em relação ao outro. Esse processo para o sujeito é a passagem “do contínuo do seu ser ao descontínuo do seu falar” (LEBRUN, 2001, p. 175); ele se inscreve como um sujeito não mais pleno e contínuo, e sim com falhas. Daí resulta que o instinto não é mais o propósito humano; para os seres da linguagem humana, deve-se falar em pulsão.

A noção freudiana de inconsciente surge a partir do desejo e se caracteriza com as primeiras vivências do bebê, que quando não está satisfeito, mobiliza o outro a satisfazê-lo. É o investimento do outro sobre o sujeito, na formação da sua constituição psíquica. Essa relação de investimento se inicia na estreita ligação entre o bebê e o corpo da mãe como fonte de alimento e amor. Essas ações relacionais entre mãe e filho ou entre família e bebê produzem marcas afetivas e sociais que propiciam o desenvolvimento do sujeito e sua inserção no mundo. É possível considerar que o desejo é fonte de satisfação como também de falta, porque nem sempre ele é satisfeito.

É o que Lacan (1960) diz sobre o desejo, pois mesmo sendo ele um dos referenciais centrais da teoria psicanalítica, regido pelo processo primário<sup>4</sup>, difere da necessidade, que tem uma concepção biológica, física, que é satisfeita. O desejo se realiza em objetos, mas não se satisfaz com eles, sempre constituindo a falta de algo para ser preenchido. Como afirma Lacan (1960, p. 25), “o desejo do homem é o desejo do outro”, isto é, o desejo se reconhece no outro e pelo outro.

A partir dessas reações de investimento primitivas entre mãe e bebê, Freud (1923, p. 270) ressalta que “o ego é antes de tudo um ego corporal”, pois ele não é só visto como uma noção psicológica, mas topográfica e somática, pela interação entre excitações externas e internas que podem ser prazerosas ou não, escolhendo, dessa maneira, o corpo como possibilidade de projeções resultantes da realidade psíquica do sujeito e do seu desejo.

Segundo Freud (1926), o bebê na primeira infância não está de fato equipado para dominar psiquicamente as grandes quantidades de excitação que chegam do exterior e interior do seu corpo, por isso a necessidade do outro como referência. Winnicott (1936) acresce que o desenvolvimento do bem-estar do bebê está no asseguramento afetivo da mãe com a criança, pois a partir dessa vivência a criança começa a se reconhecer como pessoa e a diferenciar-se da mãe.

Freud (1915) afirma que o inconsciente é individual, mas perpassa as relações interpessoais que internalizam as determinações sociais vigentes. Nesse sentido, é importante considerar que para se viver “civilizadamente” na sociedade ocidental, o sujeito se molda aos determinantes sociais desde o nascimento ou antes, uma vez que a ideologia se utiliza dos processos inconscientes para tentar fazer com que os sujeitos passem a pensar que são donos do seu próprio discurso, já que cada sujeito elabora a forma de significação das suas palavras.

A partir do que foi explicado sobre a relação entre a estrutura psíquica do sujeito e as determinações sociais vividas por ele, pode-se considerar que o sujeito e o seu corpo fazem parte também de todo esse conjunto que engloba os aspectos ideológicos, sociais e o inconsciente. Não há como separar corpo e sujeito. O corpo é considerado um objeto discursivo, além de somático e psíquico; ele é atravessado pela ideologia. O inconsciente inscreve-se em alguns escritos de Michel Pêcheux, mas esse autor enfatiza o quanto é necessária a presença do sujeito inserido no corpo.

As duas menções sobre o corpo feitas por Pêcheux fazem com que Ferreira (2013) analise duas proposições sobre o corpo num contexto referente à AD Francesa. A primeira

---

<sup>4</sup> Processo primário: é o modo de funcionamento mental do indivíduo; o sistema inconsciente (LAPLANCHE, 1967).

afirma que a língua, a história e o corpo são sujeitos à falha, pois os equívocos da língua e da história se materializam na ideologia, mas podem ser simbolizados no corpo, representados por adoecimentos ou procedimentos estéticos provenientes do mal-estar na cultura; a segunda constitui-se no corpo e passa a ser uma nova forma de assujeitamento, associado à ideologia. É interessante considerar que essa “moldagem” ressignifica o sujeito e suas relações interpessoais, ocorrendo assim várias formas de significação que o sujeito elabora e com que se identifica.

Ferreira (2013) concorda com a concepção lacaniana de pulsão como manifestação de falta que se manifesta através dos objetos de desejo e que se aproxima mais dos estudos da AD Francesa. Acrescenta que o corpo passa a configurar uma outra ordem do real que não é a da língua, do inconsciente ou da ideologia, e sim a do corpo.

Esse corpo que fala, falha e goza está relacionado ao que Birman (2012, p. 70) descreve sobre o corpo nos dias atuais; ele assevera que o corpo é o único bem do cidadão, “todos os outros desaparecem ou foram relativizados no seu valor”. Afirma, ainda, que as consequências dessa valoração ao corpo consistem num mal-estar permanente do indivíduo, por estar incluído num contexto social que explora cidadãos, estabelecendo mais deveres do que direitos e cobrando um investimento alto sobre sua aparência, mediado por uma indústria de consumo e pelos meios de comunicação.

Quanto às questões sobre o papel que ocupa o corpo feminino na civilização, sabe-se que é antigo e mutável com o tempo, pois a mulher não representa mais um dote a ser pago no contrato de um casamento medieval, nem ela desempenha mais com tanta destreza o papel de mãe e esposa delineado na modernidade. Na atualidade, a constituição da psique feminina é representada como se algumas mulheres vivessem uma situação em que o corpo se constitui como um prolongamento de sua identidade e que tem como regra uma ornamentação com grifes de roupas, sapatos, procedimentos cirúrgicos e cosméticos, revelando a dificuldade feminina para lidar com a “feiura”, as formas desproporcionais e o envelhecimento.

Um ponto importante a ressaltar é que, na modernidade, com a descoberta da psicanálise, a escuta freudiana contribuiu para nomear e entender o mal-estar que afligia as mulheres e seus corpos, que se contorciam para expressar a angústia vivida. Para Freud, a importância do seu legado sobre a feminilidade concentrou-se no falocentrismo<sup>5</sup>, na mulher castrada que precisava de um parceiro ou de um filho para se sentir completa, correspondendo assim ao ideal estabelecido socialmente na modernidade.

---

<sup>5</sup> Falocentrismo – a centralização do falo como constituinte psíquico (LAPLANCHE, 1967, p. 225).

Lacan, especialmente quando ele escreve **O Estádio do Espelho** (1949) como formador do eu, enfatiza que a relação sujeito, corpo e desejo se sedimenta num sistema de representações entre o imaginário, o simbólico e o real. Para ele, o imaginário se constitui pelo registro da relação dual entre mãe e bebê, como se estivessem fusionados um com o outro; essa completude só se rompe com a entrada da criança no mundo simbólico, o mundo da linguagem. O simbólico é designado por um sistema de representações baseado na linguagem, na simbolização dentro de um processo consciente ou inconsciente do significado, e de um processo sócio-histórico na constituição do sujeito. Através da Lei do Pai, a criança supera sua relação fusional com a mãe, torna-se sujeito e adquire subjetividade. Quanto ao real, pode-se dizer que ele é caracterizado como o impossível e resistente à simbolização, pois os registros do imaginário e do simbólico tentam se adaptar ao real, suportando a falta.

Esse conhecimento do sujeito sobre si mesmo na fase do espelho é importante na constituição da feminilidade, no envolvimento da menina com sua mãe desde os estágios precoces do seu desenvolvimento infantil. Passa pela fase edipiana, quando ressurgem com toda força os sentimentos de identificação, amor, raiva e fantasia sobre as pessoas e os lugares que a cercam. Nessa relação entre o concreto e o imaginário na puberdade, e com mais intensidade na adolescência, a garota começa a ter atitudes mais sedutoras, mais vaidosas, achando-se bonita ou não, sendo o espelho o companheiro dessa trajetória. Ao desenvolver suas qualidades femininas expostas como regra social, ela tenta conferir aos olhos do pai a segurança do êxito de seu investimento.

Kehl (1998) comenta que, ao longo de sua vida, Freud não sistematizou uma concepção do que deveria ser uma mulher. Suas investigações na escuta das histéricas desvelaram a neurose, a infantilidade na sexualidade e a bissexualidade, mas não foram além disso, pois ao abordar o desejo feminino como enigmático, definiu a mulher como um continente cinzento. Em 1937, Freud evidencia a feminilidade como desamparo do sujeito, que depende da força pulsional, mas essa se apresenta frágil e incompleta.

Kehl (1998, p. 242) esclarece:

O complexo de castração, embora tenha ressonâncias diferentes para meninos e meninas, indica que a percepção de alguma coisa faltando no corpo da mulher fez a criança ressignificar as experiências de perda vividas até então (o útero materno, o seio, as fezes). Freud é explícito e claro: é porque a descoberta da falta no corpo feminino coincide com o primado do falo que ela faz ressignificar todas as perdas anteriores sob o signo da castração.

Como foi mencionado, o desejo nunca é satisfeito. A falta é constitutiva para homens e mulheres. Neste trabalho, é importante ressignificar a falta na mulher e sua relação com o corpo.

Soler (2015) acrescenta que antes a mulher representava o desejo do homem, pois ela se inscrevia na relação com o homem no lugar correlato a esse desejo (a proposição fálico-castrada de Freud), já que ser castrada é sentir falta de algo que a complete. O complemento é o homem. Nas palavras da autora, “[...] como vemos, definem a mulher relativa ao homem e não dizem nada sobre seu possível ser em si, mas apenas sobre seu ser para o Outro” (SOLER, 2015, p. 29).

Pode-se afirmar que o mundo ocidental se transformou desde o século XX. A mulher mudou o seu papel da sociedade, mesmo que a maioria ainda esteja subjugada ao machismo. A falta fálica tão mencionada na castração não se restringe, nos dias de hoje, a ter o complemento só do homem, mas dos mais variados substitutos. O corpo feminino pode ser um desses substitutos, pois é possível que essa relação entre corpo e mulher se constitua como uma forma narcísica de viver. Assim, ao se considerarem belas, podem amar a si mesmas e ao seu corpo com uma intensidade similar à do amor dos homens por elas. O corpo passa a ser cultuado por essas mulheres e ornamentado com grifes de roupas, sapatos, cosméticos e intervenções cirúrgicas como se fosse um prolongamento de sua identidade

No entanto, essas mulheres descritas acima são representantes da classe média brasileira. Muitas vezes, têm uma jornada tripla de trabalho e não se acham no parâmetro fálico-castrado, em que precisam de um homem para completá-las, pois são mais instruídas, reivindicam seus direitos, assumem mais sua sexualidade e suas escolhas na vida; porém continuam reféns, não propriamente só dos homens, mas do consumo. É necessário um investimento alto para cultivar o corpo.

Os padrões estéticos vigentes de uma sociedade consumista estendem-se a todos os gêneros e classes sociais. Instala-se um mal permanente que toma conta das mulheres, a fim de que elas correspondam ao ideal de beleza instigado pela mídia. Trata-se de um investimento alto, porque requer um gasto significativo com cosméticos, dietas, exercícios físicos; ademais, resulta num desgaste afetivo, porque essas mulheres, ao adorar seus corpos perfeitos, dada a necessidade de exibição ou a obsessão em estarem sempre belas, não se sentem satisfeitas plenamente, pois não é preenchido o vazio existencial da vida.

### 2.1.3 As contradições na relação entre sujeito e corpo

Birman (2012) observa que, na contemporaneidade, os atos do sujeito passam a ser regidos pelo presente, que é inconstante, imprevisível; os resultados não correspondem, muitas vezes, às expectativas esperadas. Esse autor afirma que, nas últimas décadas, iniciou-se uma

nova ordem social, política, econômica e cultural que fragmentou o indivíduo e tornou-o centrado em si mesmo. Esse processo de individualismo provocou mudanças no sujeito, no seu modo de agir, pensar e sentir.

Minerbo (2017) comenta que as instituições que se sedimentam como base para a civilização entraram em crise. Para ele, “[a] falência do modelo único típico da modernidade pode ser vivida como libertação, o laço simbólico que soldava um significante a um significado tornou-se frágil e corredeio” (MINERBO, 2017, p. 3). Os sentidos, as artes, as regras e as normas se relativizaram.

Essa fragmentação do sujeito teve como uma das consequências o destaque e a valorização do corpo, pois o corpo passa a ter um papel estético e perfeito a cumprir em relação às formas e aos músculos que o delineiam como existência, moldado por padrões da sociedade espetáculo<sup>6</sup>. É o culto ao narcisismo que exalta essa elevação ou endeusamento do corpo, pois, como conta a lenda de Narciso<sup>7</sup>, ele se apaixonou pela própria imagem refletida no rio. Por isso o narcisismo é traduzido como o amor a si mesmo.

Nos dias de hoje, o que se pode observar na relação corpo e sujeito e que se configura como um padrão a ser seguido é uma valorização pela imagem e pela aparência. As questões narcísicas entre sujeito e corpo passam a ser consequências desse mundo individualista que enfatiza a competitividade, a centralização do sujeito em si mesmo, em detrimento aos aspectos coletivos da sociedade.

A preocupação superficial com a “qualidade de vida” dos sujeitos pode ser constatada ao se fazer um contraponto entre a modernidade, que apostava num corpo dito “normal”, com disciplina em exercícios e alimentação dentro de um contexto de programação eugênica (higienismo) para fins de uma população sadia com possibilidade de reprodução social, e o corpo submetido às dietas rigorosas e aos exercícios físicos que tornam o sujeito magro e musculoso, como uma proposição social aceitável e de culto às aparências. Nesse sentido, os critérios do que é normal ou patológico se inscrevem ideologicamente na sociedade através dos padrões estéticos determinados em cada tempo.

Dessa forma, são criados determinantes sociais a ser seguidos para o ideal de beleza do corpo, fazendo com que, muitas vezes, essa relação entre sujeito e corpo seja contraditória. A primeira contradição se baseia na relação entre o corpo sadio *versus* o corpo doente, que pode

---

<sup>6</sup> Sociedade espetáculo – os registros do olhar, da visibilidade, da cena de exibição se destacam na configuração de novas modalidades de sociabilidade (DEBORD, 1973).

<sup>7</sup> Lenda de Narciso – segundo Ovídio, Narciso era um rapaz plenamente dotado de beleza. Dias antes de seu nascimento, seus pais resolveram consultar o oráculo. A revelação do oráculo foi que ele teria uma longa vida, desde que nunca visse seu próprio rosto.

ter causas como as questões metabólicas, investimentos em dietas, exercícios físicos, cosméticos e intervenções cirúrgicas ou, ao contrário, dificuldade em emagrecer, devido a um metabolismo genético que impossibilita alcançar o corpo magro ou as somatizações corporais que ocorrem em razão de transtornos alimentares, especialmente o que se refere à anorexia. Pode ser também a possibilidade (ou não) de investir monetariamente em dietas, remédios, exercícios físicos e cirurgias bariátricas.

A segunda contradição considera que o corpo, especialmente o feminino, passa a ser produtor e consumidor na sua exposição midiática nos tempos atuais. É esse o ponto central do nosso trabalho e uma das contradições mais significativas na relação corpo e sujeito. Para analisar o corpo como consumidor, remete-se o leitor ao título deste trabalho: “O discurso sobre o corpo feminino como fetiche de consumo na atualidade”. A partir dos dizeres do título, destaca-se o corpo como um “fetiche de consumo”. Não se deve esquecer que a palavra “fetiche” foi usada por Freud nos **Três Ensaios sobre a Sexualidade** (1905) e tem como significado uma parte do corpo ou objetos do amado (a) como prazerosos e desejáveis.

A associação entre o fetiche e o consumo referente ao corpo feminino na atualidade define uma relação significativa, pois, como se sabe, o termo “fetiche” está relacionado, nos dias de hoje, a um componente econômico ligado ao luxo e consumo.

É importante frisar que em meados do século XX, o corpo se despiu, fazendo com que a magreza turbinada em academias substituísse a gordura passiva e ingênua das mulheres do Renascimento. Atualmente, o corpo com suas formas perfeitas passa a ser exposto na mídia com frequência, enaltecendo a sensualidade e banalizando a sexualidade. Nesse contexto, os corpos passam a ser moldados por aparelhos cirúrgicos ou produtos de beleza, decorrentes dos avanços da medicina.

Um dos maiores tormentos da mulher contemporânea é envelhecer. Envelhecer é ser invisível ao mundo que cultua a sacralização da beleza e do corpo. “A velhice representa ao mesmo tempo o sucesso da medicina, capaz de prolongar vidas, mas também seu fracasso, pois não consegue deter o quinhão de dependência e sofrimento” (DEL PRIORE, 2013, p. 262). Ser velho é não ter importância, não ter valor, é ser considerado como mercadoria sem serventia numa sociedade capitalista (SILVA SOBRINHO, 2007). O retrato da velhice feminina no Brasil segue diferentes caminhos, a depender das camadas sociais. Caso a mulher disponha de recursos financeiros, terá uma melhor assistência médica e social, o que lhe proporcionará uma velhice bem cuidada, o que não é viável para uma mulher dependente e sem recursos financeiros.

Pode-se dizer que, com o tempo, o desenvolvimento da indústria de serviços surge e ganha robustez numa economia global que contribui para essa transformação no estilo de vida



do sujeito. Nesses termos, a centralização é a satisfação pessoal, o prazer individual que faz crescer o consumo, passando o corpo a ser um símbolo de representação não só econômica, mas social e cultural. O corpo se torna um signo de *status* que valoriza o estético, mas nega o envelhecimento e as doenças físicas e psíquicas.

Outra característica do corpo como consumidor remete a outro título, que é a entrevista da capa da revista **Veja** (edição 2.346, ano 46, nº 45, 6 de dezembro de 2013), “**A nova forma de magreza: a estética do risco**”, que pertence a uma parte importante do *corpus* deste trabalho. Os dizeres do título da entrevista de capa da **Veja** formalizam um discurso sobre o corpo magro e musculoso como saudável, mas traz em suas entrelinhas outro exemplo de contradição entre sujeito e corpo, quando aborda as questões de inclusão e exclusão.

Nesse contexto, pode-se traduzir inclusão como um grupo de mulheres capazes de investimentos altos na indústria da beleza ou que nasceram com um bom metabolismo orgânico que as ajuda a delinear o corpo; e exclusão, como o grupo de mulheres que não têm um poder aquisitivo para tais investimentos e que se sentem frustradas por não se enquadrarem no padrão estético estabelecido ou que tendem a adoecer física e psiquicamente pela obsessão em serem magras. É essa realidade o resultado dos padrões estéticos estabelecidos socialmente.

Quando se especifica o corpo como produtor, intenta-se salientar que o corpo como instrumento de trabalho e exploração é simbolizado pelas modelos femininos, que em grande parte são pagas para atrair o consumo nos tempos atuais. São sujeitos femininos que ganham dinheiro para expor o corpo perfeito em *outdoors*, revistas, *Instagram* e *blogs* como produção de trabalho, vendendo o seu corpo para garantir uma ilusão da felicidade. Isso ocorre no patamar da publicidade, sendo o público-alvo a classe social abastada. De certa maneira, a exploração e a venda do corpo parecem um tipo de prostituição formalizada pela *web*. Nesse sentido, a lei da mais-valia<sup>8</sup> permanece, não importa a quantia do salário. O preço nunca é justo para pagar o empregado.

É preciso remeter-se ao modo de produção capitalista para compreender essa relação entre corpo e consumo. Vale lembrar que a força de trabalho de cada indivíduo é o que ele tem de mais essencial como humano e que isso reflete na sua capacidade de produzir o desenvolvimento humano. É preciso compreender que o valor humano dado às atividades intelectuais ou materiais de produção do indivíduo constitui uma “força de trabalho que é

---

<sup>8</sup> Lei de mais-valia – é uma expressão criada por Karl Marx que significa parte do valor da força de trabalho despendida por um determinado trabalhador na produção e que não é remunerado pelo patrão (**O Capital**, 2016, p. 74).

negada pelo capital ao reduzi-lo a simples mercadoria”. Marx e Lukács denominam esse processo de reificação ou coisificação (TONET, 2014, p. 40).

Marx (1818-1883) anota que “as mercadorias são coisas puramente sociais e sua forma de valor deve, portanto, reverter em uma forma de valorização social” (MARX, 2016, p. 58). No tocante ao corpo, ele se tornou uma mercadoria por representar um valor social e simbólico como capital físico que detém um discurso de exploração como corpo trabalhador na modernidade. Nos dias atuais continua essa exploração, só que representada por um estilo de vida, um ícone de consumo que faz a indústria da beleza prosperar.

Pode-se considerar que “o efeito básico do processo da mais-valia, Marx nomeou de fetichismo da mercadoria” (MAGAHÃES, 2017, p. 2). Na contemporaneidade, esse papel cabe ao corpo, no contexto de uma sociedade de consumo.

Del Priore (2013, p. 240) acrescenta:

Esse culto ao corpo é instigado por uma indústria de consumo que formaliza “um corpo de classe” que se caracteriza como um corpo que possui um capital para poder frequentar academias, utilizar produtos dietéticos ou de *fitness*, enfim um corpo com condições ideais para a lógica capitalista.

O culto ao corpo institui uma linguagem que se constitui na mediação histórico-social, pois “os dizeres não são apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentido que são produzidos em condições determinadas” (ORLANDI, 2013, p. 30). É importante salientar que Pêcheux compreende a produção de sentidos de um determinado discurso devido a sua inscrição nas relações sociais e aos seus efeitos de sentido entre os interlocutores. As palavras são produzidas numa conjuntura histórica determinada pela classe social (SILVA SOBRINHO, 2011).

A marca da contradição do corpo feminino em ser produtor e consumidor torna-se mais evidente no imaginário feminino ao lidar com a dicotomia entre o corpo bonito e saudável que, como produtor, se expõe na mídia e segue padrões rigidamente estabelecidos; como consumidor, expõe-se mediante o investimento em produtos de beleza, academias, roupas *fitness*, procedimentos cosméticos e cirúrgicos que fazem com que a indústria da beleza prospere.

Dessa forma, “os corpos tornam-se objetos a serem comprados e vendidos de acordo com a moda” (CUNHA, 2014, p. 73). Essa relação do corpo como produtor e consumidor está condicionada ao consumo, que é referência fundamental para a construção da imagem corporal ideal. Por um lado, as supermodelos tendem a produzir ou construir esse corpo ideal (magro e musculoso) para ser vendido através da vigilância do peso, dos exercícios intensos na academia,

enfim, de uma disciplina espartana para se promoverem socialmente, expondo o corpo esculpido na internet; por outro lado, há o consumidor ou seguidor que tenta saciar seus desejos com a compra de mercadorias que possam promovê-lo ao estilo de vida ditado pela indústria da moda e da estética (CUNHA, 2014).

O sujeito nessa sociedade torna-se, portanto, individualista e competitivo. Nesse contexto, considera-se que as dimensões do sujeito estão submetidas a uma lógica capitalista que compromete sua estrutura psíquica, seu corpo, suas ideias e práticas.

A sujeição ao fetichismo nos envolve de modo mais profundo, faz parte mesmo de nossa estruturação psíquica. Esta precisão pode ser melhor (sic) esclarecida se consideramos que a fórmula mercadoria, da qual decorre o fetichismo, é a forma de todas as mercadorias, inclui também a mercadoria força de trabalho. Esta, como vimos anteriormente, constitui-se num conjunto de disposições e habilidades que envolvem cérebro, músculos, nervos, etc..., portanto, materializa-se no próprio corpo e na estrutura psíquica dos sujeitos. (SILVEIRA, 1989, p. 74).

Para que essa “moldagem do sujeito” seja eficaz, é necessário estimular práticas ideológicas desde o nascimento sobre a sua estrutura psíquica, para que o inconsciente de cada sujeito seja um resultado da fala ideológica que determina o lugar e o tempo dessa ação (FLORÊNCIO *et al.*, 2009).

## 2.2 A relação entre o corpo e a mídia na atualidade

Costumamos pensar que os meios de comunicação são essenciais à democracia, mas, atualmente, eles geram problemas ao próprio sistema democrático, pois não funcionam de maneira satisfatória para os cidadãos. Isso porque, por um lado, se põem a serviço dos interesses dos grupos que os controlam e, por outro, as transformações estruturais do jornalismo – tais como a chegada da internet e a aceleração geral da informação – fazem com que os meios sejam cada vez menos fiáveis ou menos úteis à cidadania.

Ignacio Ramonet *apud* Dênis Moraes (2013, p. 53)

Um dos suportes para que o corpo possa ser produtor e consumidor, na atualidade, é o desempenho do papel da mídia. Considera-se que a mídia constitui uma corporação, um poder que invade, penetra e interfere na formação da opinião pública através de meios impressos e digitais. Fixa ideologias como forma de traduzir as necessidades de uma sociedade e opera para “reproduzir a ordem do consumo e conservar hegemonias constituídas” (MORAES, 2013, p. 21).

A mídia escrita, falada e virtual se configura como o quarto poder, um termo cunhado no período da Revolução Francesa para se referir aos meios de comunicação que, na época, eram rudimentares, mas com essa denominação passariam a ser o poder do cidadão, a vigiar os outros três poderes: Executivo, Legislativo e Judiciário. No entanto, com o passar do tempo e o desenvolvimento econômico em alta, a mídia deixa de ser o poder do cidadão para vincular-se ao poder econômico e político, desempenhando um papel sofisticado e potente na formação da opinião pública nas sociedades democráticas neste século XXI (SERRANO, 2013).

O sistema desempenha um papel como representante da globalização<sup>9</sup> e tenta propagar estilos, valores ou modos de vida relacionados ao mercado e aos padrões sociais estabelecidos, como também é um agente econômico que domina um conglomerado empresarial de informação e entretenimento.

Esse complexo sistema midiático nos dias hoje favorece a era da digitalização, que incrementou a circulação de informações devido aos recursos tecnológicos e às exigências do mercado, viabilizando o aproveitamento do produto em várias plataformas midiáticas. Essa situação alavanca os negócios e atrai patrocinadores, fornecedores, fabricantes e anunciantes. Ramires (2017) ressalta que a imprensa atualmente tem como objetivo a observação do cotidiano da sociedade, na qual se produzem os discursos e as manifestações ideológicas que se estruturam na formação social do capital.

É importante enfatizar que a mídia é representada por corporações que, com seus suportes de comunicação televisiva, falada, impressa e virtual, condensam nesse contexto midiático uma vida social que se caracteriza por notícias relativas aos processos culturais, pesquisas científicas, padrões de sociabilidade, acontecimentos políticos, modismos etc.. Trata-se de um objeto de estudo privilegiado para os analistas do discurso quanto ao papel de mediação que a mídia exerce entre seus leitores e a realidade, tornando-se assim o principal dispositivo discursivo na contemporaneidade (GREGOLIN, 2007).

Pode-se dizer que por exercer o papel de mediação entre seus leitores e a realidade, a mídia não oferece a “realidade concreta”, e sim uma “construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação de sua relação com a realidade concreta” (GREGOLIN, 2007, p. 16). Pode-se constatar que a mídia formata a notícia ou acontecimento à sua maneira, produzindo um modelo estereotipado e imposto socialmente para ser difundido.

---

<sup>9</sup> Globalização – é a lógica do livre mercado levada às últimas consequências. Supõe, inevitavelmente, a globalização da economia de modo que se dissolvam as barreiras e travas continentais, nacionais ou regionais ao livre intercâmbio de mercadorias, capitais e pessoas (GOMES, Perez, 2001).

Segundo Ramonet (2013), os poderes midiáticos foram confiscados pelo poder financeiro. Os meios de comunicação tendem a se ampliar, sobretudo virtualmente. A internet é um exemplo que proporciona um meio de expressão próprio, no qual se criam *blogs* e *sites* como forma de comentários e críticas sobre os mais diversos assuntos. São pessoas das mais variadas profissões que se tornam formadoras de opinião. Evidentemente, essa exposição da beleza do corpo e seus produtos para torná-lo mais belo é algo antigo, vem desde os comerciais de rádio nas décadas de 1940 e 1950, passando pelos comerciais de televisão e os cuidados com a beleza em revistas femininas na década de 1960 a 2000, até, ultimamente, os *blogs* das supermodelos que expõem seus corpos perfeitos e esculpidos (SANT'ANA, 2014).

Entretanto, os discursos se confrontam na circulação que permite movimentos interpretativos ou não, e alguns dizeres podem ser apagados ou silenciados, assim como retomados com outros sentidos. Por isso, a mídia tenta formalizar esses comportamentos identitários, uma vez que representam formas ritualizadas de pensar, agir e sentir do sujeito. É uma forma de controlar, classificar e ordenar os acontecimentos e as posições que os sujeitos ocupam no discurso (GREGOLIN, 2007).

“O discurso sobre o corpo como fetiche de consumo na atualidade” propõe criticar a moldagem do corpo para atender a determinados padrões sociais através de anúncios, *sites*, *blogs*, postagens e *Instagram*. Nesses casos, a mídia articula enunciados que resultam em representações identitárias a serem seguidas e internalizadas.

O sujeito é “moldado” a partir dessas representações que circulam na mídia. A partir desses acontecimentos cria-se um mal-estar que é contemporâneo, pois a circulação incessante desses anúncios e propagandas faz o indivíduo vivenciar uma tensão entre o que se configura como ser o que é ou o que deve ser. A insistência de modelos identitários veiculados na mídia visa determinar como o sujeito que deve agir, pensar e sentir, sempre conforme o que é imposto socialmente. São as chamadas “identidades clones” (GREGOLIN, 2007).

Tudo isso se desdobra na “cultura do espetáculo” (DEBORD, 1967), que se configura com a exibição de si mesmo e a *performance* de imagens perfeitas do sujeito e do corpo como palco de cena e adoração do outro pelo que é exposto. A mídia se destaca como elemento fundamental e instrumento ideológico para a exaltação do sujeito e da cultura da imagem, chamada também de “cultura da estetização” (BIRMAN, 2016).

### 3 MULHER, CORPO E ADOECIMENTO

Olha  
 Será que ela é moça  
 Será que ela é triste  
 Será que é o contrário  
 Será que é pintura  
 O rosto da atriz  
 Se ela dança no sétimo céu  
 [...]  
 Olha  
 Será que é de louça  
 Será que é de éter  
 Será que é loucura...

**Beatriz**, canção de Francisco Buarque de Holanda (1982)

A mulher não se constitui pelo sexo feminino biologicamente determinado; ela é singular, possui marcas históricas como resultado da transformação dos papéis femininos ao longo do tempo. Del Priori (2013) considera que há alguns anos a mulher saiu à rua, deixou a casa, tornou-se visível, sustenta famílias, cuida da alma e do corpo, ama, odeia e consome. Quebrou tabus e tradições, entrou no mercado de trabalho, tomou pílula, queimou sutiã; mesmo que ainda continue subjugada ao homem e convivendo com o aumento da violência doméstica, essa mulher contemporânea se divorcia, assume outras relações heterossexuais ou bissexuais, constitui rupturas que a ajudaram “a expandir todas as possibilidades, a se fortalecer e a conquistar” (DEL PRIORI, 20013, p. 7).

Mas não só de rupturas vive essa mulher, como afirma Del Priori (2013); ela vive de permanências que apontam fragilidades, provenientes de uma educação machista e patriarcal. Mesmo independente, muitas vezes, sente-se culpada por deixar o filho em casa e ir trabalhar, tentando assim equilibrar-se na tripla jornada de trabalho (mãe, esposa e profissional). Outras vezes, culpa-se pelos quilos a mais que dificultam o ideal de corpo perfeito, cobrado pelos ditames sociais, e, por último, anseia ser aceita pelo outro, mesmo que tenha de adoecer física ou psiquicamente. Enfim, ela deseja o sonho e a realidade, de preferência, de mãos dadas. É o ideal de vida da mulher perfeita.

Para compreender melhor esse ideal de mulher contemporânea, pode-se dizer que ele não ficou restrito só à independência financeira, pessoal e social; outros requisitos foram importantes e básicos. Um deles foi a beleza, quer dizer, as formas de se embelezar, que constituíram, nos últimos tempos, uma preocupação comum aos homens e mulheres, gordos e magros, novos e velhos, hétero e homossexuais, ricos e pobres. A partir de 1950, o

embelezamento se tornou um “gênero de primeira necessidade” (SANT’ANA, 2014, p. 10). Ainda hoje ocorrem mudanças profundas no comportamento de homens e mulheres e em seus papéis sociais relacionados à beleza, pois se constata as transformações do corpo pelo investimento maciço na indústria de cosméticos, *fitness* e procedimentos cirúrgicos, que é ancorada na mídia para propagar esse culto ao corpo como um *status* mais importante do que o foi outrora.

Nas sociedades ocidentais e contemporâneas, a beleza feminina depende da época e é sempre competitiva, como mostram os concursos de beleza, os desfiles de moda e, ultimamente, os *sites* de supermodelos. O florescer da indústria da moda se deve aos modelos femininos, pois é uma constante as mulheres ocidentais exercerem maior pressão em relação ao seu corpo e à sua imagem (CUNHA, 2014).

Desde a década de 1960 surgem as modelos extremamente magras como Twiggy e, recentemente, Kátia Moss, Adriana Lima e Gisele Bündchen, que são da era da mídia. Com a exposição dessas modelos bem magras em desfiles de moda, eventos, revistas e televisão, começou a se verificar na população de jovens mulheres uma crescente prevalência de perturbações alimentares como a anorexia ou a obesidade; em contrapartida, a divulgação de um corpo saudável, mais turbinado e atlético – “apesar de continuarem a imperar as noções de que o belo é o magro” (CUNHA, 2014, p. 88).

### 3.1 A feminilidade e sua concepção através do tempo

As relações de produção, que durante tantos séculos mantiveram a mulher trancada em casa e submetida ao marido que a sustentava são as mesmas que, ao arrancar as correntes enferrujadas que a aprisionavam, impelem a mulher frágil e inadaptada à luta do cotidiano e a submetem à dependência econômica do capital.

Alexandra Kolontai (2011, p. 11)

É interessante pontuar nesta seção do trabalho que descreve “A Mulher, o Gênero e o Adoecimento”, a diferença entre feminino, feminismo e feminilidade como processos de vivência da mulher ao longo do tempo. Tiburi (2018) ressalta que a submissão e a docilização das mulheres contribuíram para a violência, a misoginia e o feminicídio, pois quando as mulheres se rebelavam ou eram indesejáveis, eram perseguidas ou mortas, e isso repercute até os dias de hoje. Esse modo de ser da mulher é chamado de “feminino”, um termo usado para



“salvaguardar a negatividade que se deseja atribuir às mulheres no sistema patriarcal” (TIBURI, 2018, p. 50), que se diferencia do termo adotado por Birman (2002) ao considerar o termo “feminilidade” como uma experiência constitutiva da mulher. A autora acrescenta que o sistema patriarcal é um sistema enraizado na cultura e que estabelece verdades produzidas em discursos e ações que ressaltam ser o sexo masculino o ser superior, e o feminino, inferior.

Tiburi (2018, p. 13) afirma ainda que há o feminismo como luta pela emancipação feminina e que não se pode citá-lo sem pensar no trabalho num contexto capitalista que leva muitas mulheres a uma jornada tripla de trabalho: braçal, intelectual e com os cuidados e a educação dos filhos. Assim, “o feminismo organiza um impulso perigoso à ordem dada como natural. Por isso conservadores constantemente se apropriam do feminismo, tentam capturá-lo e transformá-lo em mercadoria” (TIBURI, 2018, p. 27). A sociedade cria modos e estilos de vida diversos para domesticar os impulsos mais complexos do ser humano.

Dois importantes conceitos são ressaltados sobre a questão da feminilidade e do feminino em épocas distintas (modernidade e contemporaneidade): a primeira, relacionada à representação da mãe-esposa num contexto social burguês; e a segunda, bem mais atual, é a relação da mulher com seu corpo, exaltando a magreza musculosa como ideal de beleza e estilo de vida. São formas constitutivas de ser da mulher, mas também há uma forma de exploração e submissão.

Na primeira proposição, a família e a maternidade passam a ser referências na sociedade, num contexto histórico traçado após o advento do capitalismo e a ascensão da burguesia. Nesse sentido, as identidades de gênero foram produzidas como papéis determinados e limitados socialmente.

Um ponto importante a salientar é que no século XIX, algumas mulheres sentiam-se divididas entre continuar submissas, obedecendo à ordem familiar burguesa ou não, seguindo suas aspirações, pois se verificava uma pequena emancipação feminina. Para as mulheres que tinham o desejo de emancipação, esse conflito era um sofrimento psíquico; padeciam de uma angústia existencial que se constituía como uma expressão de um sofrimento feminino na cultura da razão. Foram chamadas de histéricas pela clínica da hipnose de Charcot e, depois, pela escuta de Freud, na tentativa de compreender o que a mulher sentia em sua interioridade. As histéricas somatizavam seus problemas (ROUDINESCO, 2016).

A escuta freudiana contribuiu para entender os conflitos femininos da época em que as mulheres adoeciam por não seguirem o que era estabelecido pela sociedade vigente. Os sintomas corporais femininos se caracterizavam como uma forma de protesto desesperado por

liberdade, de escapar de uma prisão que considerava a mulher como o estereótipo da reprodutora e da intelectualmente incapaz.

É importante considerar que as concepções de Freud sobre as mulheres foram reavaliadas com o tempo. No princípio, em **Três Ensaios sobre a Sexualidade** (1905), ele descreve que há duas polaridades (ativo-masculino e passivo-feminino) tanto em homens como em mulheres, e uma bissexualidade constitucional. Sob a influência do ambiente familiar e dos objetos de amor (o pai e a mãe), a criança formava sua identidade sexual e afetiva através do Complexo de Édipo e do Complexo de Castração. Posteriormente, nos **Estudos sobre o Masoquismo** (1924), Freud fundamenta um conceito de feminilidade relacionado ao fim da concepção de masoquismo como um problema de mulheres, e a formulação da segunda teoria das pulsões e do problema econômico do masoquismo. Em **Análise terminável e interminável** (1937), ele afirma a existência de homens e mulheres masoquistas, como também considera a problemática da castração para homens e mulheres.

No século XX, o livro **O Segundo Sexo**, de Simone de Beauvoir (1949), passa a ser uma das obras precursoras do aparecimento do feminismo contemporâneo. O feminismo, ao contrário do feminino, tenta desconstruir a herança do patriarcado, as verdades absolutas que dividem homens e mulheres. O texto de Beauvoir se situa num momento histórico em que as mulheres tinham um acesso mais amplo à educação e ao trabalho renumerado, pelo menos na Europa e nos Estados Unidos (BIROLI, 2017).

Outra importante obra a citar neste trabalho são os textos escritos por Aleksandra Kolontai, feminista socialista que, nas décadas iniciais do século XX, tratou sobre as desigualdades entre mulheres. Isso é comprovado porque atualmente, no sistema neoliberal em que se vive, as mulheres sofrem impactos significativos, pois além de trabalhar o mesmo número de horas que os homens, seus salários são menores, e também ocorre a desigualdade entre as mulheres de classes sociais e etnias diferentes. As mulheres brancas, de classe social mais abastada e acesso maior à educação, são mais qualificadas e alcançam uma posição de destaque e poder, enquanto as mulheres negras, pobres e sem acesso à educação são destinadas a trabalhos mais precários e mal remunerados (BIROLI, 2017).

A segunda proposição, pode-se dizer que é enfatizada no decorrer do tempo, principalmente no século XX, em que ocorreram transformações nas relações de gênero, especialmente para as mulheres, não só no âmbito da sexualidade, mas na divisão de trabalho, no acesso ao conhecimento e à pesquisa, devido ao ativismo feminista. Nesses novos tempos, as mulheres tendem a reivindicar direitos sobre o corpo e a sexualidade, com o aparecimento da pílula anticoncepcional e a legalização do aborto, assim como resgatar suas imagens de rosto

e corpo do sistema econômico vigente, que as transforma em mercadorias para o consumo. Constata-se que existem mulheres subjugadas não só ao homem, mas a toda uma parafernália social e midiática que escraviza seus desejos e corpos para que vivam uma ilusão de felicidade ao investirem potencialmente num corpo perfeito.

Diz Nunes (2002, p. 56):

A feminilidade parece ser um precioso legado para a tarefa de pensar as diferentes formas de subjetivação de homens e mulheres. Sua riqueza reside sobretudo no fato de Freud ter, com ela, escapado de uma concepção universalista. Isso permitiu à psicanálise não só reconhecer outras formas de subjetivação que não aquelas pensadas a partir do binômio fálico-castrado, como também deslocou a questão da sexualidade humana do paradigma da diferença sexual para um outro, centrado na ideia de singularidade.

A citação acima destaca um fragmento de texto que se constitui na relação entre feminilidade e suas formas de subjetivação e, dessa forma, ressalta os aspectos psíquicos. Mas é possível englobar os aspectos sociais, biológicos e históricos nas formas de subjetivação feminina. Nesse caso, volta-se aos estudos de Freud, especialmente às questões edípicas que contribuíram para a formação da identidade feminina.

O modelo fálico-castrado, definido nos primórdios da psicanálise, tenta compreender a importância psíquica da castração feminina cujo complemento era o homem. Dessa maneira, o papel social da mulher se definia no casamento e na maternidade. Não se pode esquecer que a teoria da sexualidade freudiana foi elaborada numa época em que predominavam fortemente as relações de domínio entre homem e mulher.

Lacan, no quesito feminilidade e suas formas de subjetivação, concebe duas premissas: na primeira, ele concorda com Freud e explica que o Complexo de Édipo e de Castração não tratam o pênis como representante fálico, mas do “falo, ou seja, de um significante que, como todo significante, tem um lugar no discurso do Outro” (SOLER, 2003, p. 27); já a segunda reformula sua teoria e propõe uma transformação no que Freud afirma sobre o feminino, frisando que não existe um significante apropriado para nomear a mulher no desenvolvimento feminino e colocando a sexualidade na posição feminina e masculina que independe do sexo e que vai além das diferenças anatômicas (SOLER, 2003, p. 28-29).

Nesses termos, Lacan descreve, no Seminário 20 (1972-3), que a mulher não se restringe à falta do “falo”, ao binômio fálico-castrado (época freudiana), mas é configurada com um ser desejante na relação sexuada com o homem ou a mulher. Dessa maneira, há um espaço para a mulher que não está reduzido ao poder do falo, nem à existência de um outro.

Falar da feminilidade, nos dias de hoje remete às condições contraditórias que a mulher vivencia através dos tempos em relação ao seu sexo, corpo e psique. São as contradições vividas por ela, como, por exemplo: pureza e pecado, passividade e desejo, fertilidade e erotismo, fazendo com que essas características sofram a interdição da cultura que resulta na construção social, histórica e psíquica que demarca um lugar feminino no mundo. Na atualidade, a subjetivação feminina vai além da falta fálica, da castração ou da maternidade, que são elementos constitutivos da mulher (ALVES, 2015, p. 54), pois os desejos, nos dias de hoje, são outros e diversos no universo feminino.

### 3.2 O gênero e o corpo feminino no Brasil

O corpo, no Brasil contemporâneo, é um capital, uma riqueza, talvez a mais desejada pelos indivíduos das camadas médias urbanas e também das camadas mais pobres, que percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social. É fácil perceber que a associação “corpo e prestígio” se tornou um elemento fundamental da cultura brasileira.

Goldenberg (2014)

Ao se definir o gênero, é necessário compreendê-lo como uma categoria histórica que representa símbolos culturais, organizações e instituições sociais e identidade subjetiva (SCOTT, 1988), da mesma forma que as características e representações próprias nas relações homem-mulher, homem-homem ou mulher-mulher, sendo assim uma construção social do masculino e do feminino (SAFIOTTI, 1997).

Para Butler (2016), a construção política do sujeito está relacionada a certos critérios de legitimação e exclusão, pois o gênero não se constitui como algo determinado; ele estabelece relações com “as modalidades sociais, classistas, étnicas, sexuais e regionais de identidade” (BUTLER, 2016, p. 21), por isso não se pode separar a noção de gênero das interações políticas e culturais. Além disso, a distinção sexo/gênero é descontínua, porque nem sempre o gênero masculino está relacionado ao corpo masculino e o gênero feminino está relacionado ao corpo feminino.

Biologicamente, ser do sexo feminino é ser o resultado da fecundação entre um óvulo e um espermatozoide que determina o par de cromossomos XX, que define geneticamente esse sexo. Para esmiuçar melhor essas questões biológicas, Boff (2010, p. 37) anota que quando somos embriões, somos andrógenos, porque possuímos a possibilidade de ser do sexo feminino

e masculino. O que vai diferenciar é que, na oitava semana, se um cromossomo Y penetrar no óvulo feminino mediante o hormônio androgênio, a definição é masculina e, caso haja ausência desse hormônio, a definição sexual é feminina.

Pode-se dizer que a origem básica do bebê no útero é feminina devido à mãe que o nutre e o carrega por nove meses de gestação. Assim, é possível afirmar que os órgãos sexuais masculinos e femininos são feitos do mesmo tecido orgânico (materno), mas ao se desenvolverem, formam os grandes lábios na mulher e a bolsa escrotal no homem. Pode-se acrescentar também um aspecto orgânico importante sobre os bebês masculinos: eles são mais propensos às doenças neurológicas e metabólicas como o Autismo, TDAH, Síndrome de Tourette, e morrem muito mais no primeiro ano de vida que os bebês femininos (BEE, 2003).

No que diz respeito às questões sociais e culturais, Safiotti (2015) considera que as relações patriarcais com suas estruturas de poder contaminam toda uma sociedade, do público ao privado. A dominação do homem sobre a mulher resulta de um pacto original que é sexual e social – “isto é, o contrato cria o direito político dos homens sobre as mulheres –, e também sexual no sentido do estabelecimento de um acesso sistemático dos homens ao corpo das mulheres” (SAFIOTTI, 2015, p. 57).

Nesses termos, o patriarcado se configura como um poder hierárquico que invade todos os espaços, por meio de uma ideologia que se torna natural na relação de dominação do homem e da exploração da mulher, segundo Pateman (1993)<sup>10</sup>. Isso está relacionado ao sexo, ao trabalho e à vida em sociedade.

Há uma crença até os nossos dias de considerar a mulher um ser inferior, desprovido de qualquer talento ou pensamento, prevalecendo o poder do homem. Os exemplos são os mais diversos, como a deficiência intelectual – estudiosos afirmavam ser o cérebro da mulher menor que o do homem; a fragilidade feminina representada pelo papel submisso exercido pela mulher; ou até mesmo os fatores religiosos, que pregavam que a mulher deveria ser domesticada por possuir seus demônios internos, como a sedução (KEHL, 1998).

A partir disso, podemos fazer uma relação entre as transformações sociais, históricas e psíquicas que as mulheres vivenciaram ao longo do tempo e as questões sobre a mulher, corpo e sociedade no Brasil. Nessa perspectiva, é importante descrever a história do corpo feminino na sociedade brasileira, tendo em vista que nosso objeto é o discurso sobre o corpo como fetiche de consumo na contemporaneidade; o *corpus* é extraído das blogueiras brasileiras que ganham uma fortuna expondo seus corpos, com milhões de seguidores no *Instagram* e uma

---

<sup>10</sup> A primeira edição é da *Polity Press*, em colaboração com *Blackwell Publishers*, em 1988: *The Sexual Contract*.

reportagem sobre o assunto na revista **Veja**. Faz-se necessário considerar a mistura de etnias e culturas na América portuguesa, que resultou num tipo de mulher com seu corpo curvilíneo e formas perfeitas, cultuado ainda hoje.

Um ponto importante a salientar são as questões relativas ao preconceito, principalmente de etnias e sexo, uma situação presente até hoje no Brasil. Os dados históricos confirmam isso e revelam que os corpos femininos das mulheres indígenas, julgados como formosos, limpos e de uma sexualidade inocente, foram submetidos à escravidão, estupro e morte pelos brancos. O mesmo aconteceu com as mulheres negras, estereotipadas e subdivididas nos escritos de Gilberto Freire (1933), em *Casa-Grande & Senzala*, quando descreve os papéis atribuídos a elas: “A negra [preta] servia para trabalhar” e a “A mulata [a negra parda] para fornicar”.

A ocorrência desse preconceito pode ser explicada pelo processo histórico de colonização do Brasil, pelo período de escravidão dos negros e pela dominação dos territórios indígenas, passando os negros africanos e os indígenas a ocupar a base da pirâmide social no que se refere aos padrões de beleza, à capacidade criativa e ao nível de civilização. Eram as chamadas etnias inferiores aos olhos do branco colonizador. Fatos demonstraram que a anunciada e cultivada degenerescência social (principalmente das mulheres negras) estava ligada a esses preceitos de inferioridade na miscigenação das raças (FRANÇA PAIVA, 2011).

É plausível que a descoberta do Novo Mundo remeta ao corpo nu, à sexualidade livre dos indígenas, depois dos negros, e como a moral do homem europeu lidava com isso nas ações de interdição, discriminação e hierarquia. Os indígenas e os escravizados eram submetidos ao homem branco e à sua preponderância como raça branca e colonizadora. Era esse o cotidiano das Américas espanhola e portuguesa. A cor da pele e o sexo passaram a ser uma marca importante para a identificação e a classificação dos indivíduos, bem como a origem geográfica e as crenças religiosas (FRANÇA PAIVA, 2011).

Essa prática da identificação e classificação dos indivíduos, principalmente pela cor da pele, difundiu-se e foi chamada de “calidad” ou “qualidade”, para diferenciar o grupo social que era composto por brancos, negros, pretos, crioulos, mestiços, pardos, mulatos, mamelucos e caboclos (FRANÇA PAIVA, 2011). Essa mistura de corpos e culturas foi um fator significativo na colonização da América e na construção de uma mestiçagem que não extinguiu seus conflitos entre os grupos, até porque prevalecia o poder da etnia branca no perfil do colonizador católico que ditava as normas, as leis e os preceitos religiosos. A miscigenação teve uma influência cultural além do esperado e se acha presente ainda hoje nos conhecimentos tradicionais, na culinária, nas vestimentas, na estética do corpo e na sensualidade de viver, mas

ainda persiste o preconceito velado na comparação referente às diferenças da cor de pele (FRANÇA PAIVA, 2011).

A partir dessas descrições históricas, é possível salientar que nos tempos do Brasil Colônia, um outro fator foi significativo, o qual levou à construção de um padrão de beleza feminina e brasileira. Não se comparava esse padrão ao modelo renascentista da época, pois a “morenice” e a robustez com curvas e ancas grandes representavam a mulher brasileira e firmavam um padrão de beleza feminina que encantava os estrangeiros. Estes descreviam a mulher brasileira como possuidora de belos cabelos lisos e castanhos, olhos de jabuticaba, grandes, escuros, e com um comportamento doce e afável, diferente da europeia branca, magra e loira (DEL PRIORE, 2013).

Del Priore (2013) enfatiza o contraste que existiu entre a pobreza material na vida diária dos brasileiros no Brasil Colônia e o controle da Igreja no quesito vaidade da mulher. Para a religião católica, o corpo feminino bem cuidado era um instrumento de pecado. Isso lembra os velhos preceitos sobre a mulher na Idade Média. “Apesar de tantas advertências, a mulher sempre quis ser ou fazer-se bela. Se a Igreja não lhe permitia tal investimento, a cultura a incentivava a forjar os meios para se transformar” (DEL PRIORE, 2013, p. 187).

Nesse contexto, os tratamentos de beleza eram um requisito importante para a mulher almejar a beleza desejada. Na época, eles provinham de especiarias comercializadas entre o Oriente, a América e a Europa, e tinham como finalidade tratar males físicos, mas podiam beneficiar também a beleza feminina (como os cosméticos). Certos tratamentos de beleza utilizavam excrementos de animais; ao serem cozidos, depurados ou destilados, serviam como produtos de beleza (DEL PRIORE, 2013).

Aos cuidados com a beleza do corpo e do rosto somaram-se os relativos às vestimentas. No Brasil Colônia, as indígenas e as mulheres negras escravizadas vestiam-se com camisas e saias de algodão grosso para que não ficassem nuas, “mas podiam andar seminuas, já que podiam transformar a nudez em objeto estético” (DEL PRIORE, 2013, p. 198). A nudez de “índias e mulatas” no Brasil era pintada em quadros artísticos; eram objetos estéticos. Com a vinda da Família Real em 1808, foram introduzidos hábitos sociais e urbanos de influência francesa nos modos e costumes, especialmente no Rio de Janeiro.

No começo do século XX, o corpo nu, tão caracterizado e retratado pelas “mulatas e índias” brasileiras, cede lugar às vestimentas sensuais das prostitutas francesas e brasileiras retratadas na imprensa carioca, sobretudo num jornal com humor malicioso ou de duplo sentido,

como o Rio Nu<sup>11</sup>. A principal característica desse periódico consistia no chamado “gênero alegre” carioca, direcionado especialmente aos homens, com a “intenção explícita de divertir e excitar sexualmente seus leitores com gravuras e textos caracterizados por seus autores como ‘sugestivos’ e ‘maliciosos’” (SHETTINI *apud* DEL PRIORE, 2011, p. 317).

O *savoir-faire* carioca, provindo dos tempos da Coroa, traduzia um panorama do Rio de Janeiro alegre e favorável para abordar temas sexuais num contexto de humor malicioso típico da literatura da estética francesa (*Belle Époque*). Nesse sentido, o conteúdo do jornal **Rio Nu** tendia a ser “muito mais social e politicamente conservador que os textos pornográficos do século XVIII” (SCHETTINI *apud* DEL PRIORE, 2011, p. 319). Pode-se dizer que os autores expressavam uma visão hierarquizada das relações sociais, calcada em preconceitos de classes sociais e sexistas. As ilustrações de mulheres expostas nesse periódico são referências às histórias clássicas de pornografia que circulavam na Europa e foram plagiadas.

Nos anos de 1960, a Bossa Nova, na voz de Vinícius de Moraes e Tom Jobim, mencionava em suas letras o corpo da mulher brasileira, especialmente a mulher carioca na praia de Ipanema, onde ocorriam os encontros de jovens de uma elite formada por intelectuais e artistas da boêmia carioca. Era um lugar de transgressão cultural; as mulheres posavam com biquínis minúsculos em seus corpos delineados ou revolucionários, como Leila Diniz, atriz, grávida e de biquíni nas areias de Ipanema.

Segundo Goldemberg (2014, p. 44), Leila Diniz “contribuiu para tornar reconhecido e legitimado um modelo de ser mulher que não é só, nem principalmente, esposa e mãe. O corpo de Leila Diniz simbolizou a nova mulher que nascia no Brasil, em meio à repressão, ao controle e à censura política”. Com isso, “[o] reconhecimento que Leila Diniz conquistou está ligado à correspondência entre seus comportamentos efetivos e seus discursos” (GOLDEMBERG, 2014, p. 43). Com o tempo, Ipanema deixa de ser esse bairro boêmio, artístico e transgressor, e passa a expor um estilo mais sofisticado, tornando-se um lugar luxuoso e atraente aos investidores (GOLDEMBERG, 2014).

Maurice Halbwachs (1990) procurou mostrar a importância dos marcos espaciais para a elaboração das memórias de indivíduos e de coletividades. Segundo esse autor, quando um grupo humano vive durante algum tempo em um lugar adaptado a seus hábitos, seus pensamentos são regulados pela sucessão de imagens que representam os objetos exteriores. Por meio dessa noção, o autor demonstra que o espaço representa muito mais do que um dos itens presentes nos pensamentos e nas memórias individuais. É somente porque estão ancoradas

---

<sup>11</sup> Villafior, D. O efeito da leitura, o **Rio Nu**. Surgido como um desprezioso jornal de humor “cáustico”.



em uma referência espacial que as memórias podem se formar (GOLDEMBERG, 2014, p. 59-60).

Na Ipanema e Barra da Tijuca de hoje, os estilos de vida sofisticados se tornaram não só ornamentos de beleza como também colaboraram para a existência de melhores procedimentos cirúrgicos e cosméticos, para que a beleza dos corpos e rostos desses lugares seja marcada como celebrações na mídia brasileira.

É interessante constatar que a tirania da perfeição física atualmente é patrocinada pela mídia que ignora que o Brasil é um país mestiço. “Nossos corpos são o resultado de uma longa história biológica em que se misturam índios, negros, brancos de várias procedências, além dos amarelos” (DEL PRIORE, 2013, p. 232). No final do século XX e no começo do século XXI, a beleza brasileira não se definiu só pela “morenice” e pelo corpo curvilíneo dos tempos da Colônia, e sim ostentando um corpo perfeito, retocado por cirurgias plásticas, cosméticos, suplementos e academias, como também por uma cabeleira loira artificial em corpos morenos, como uma forma de rechaçar o negro e seguir o padrão branco de beleza (DEL PRIORE, 2013).

Quanto ao perfil da mulher atual no Brasil e na América Latina, considera-se que ela tem mais acesso à educação e ao trabalho remunerado, como também é a maioria quando se fala de educação formal e ensino superior nos últimos tempos. Mesmo assim, o grau significativo de profissionalização e formação educacional não garante as mesmas oportunidades para homens e mulheres (BIROLI, 2017).

No que diz respeito ainda às diferenças sociais entre as mulheres e os cuidados com o corpo, os desejos femininos relativos aos bens de consumo são acessíveis para poucas mulheres. O poder aquisitivo feminino faz a diferença e constitui assim uma marca do lugar de cada mulher na sociedade – mesmo que as diferenças sejam, aparentemente, silenciadas pela mídia, porque esta propaga os bens de consumo materializados em roupas de grife, de *fitness* e procedimentos cirúrgicos que podem ser consumidos por todas as mulheres, independentemente de etnia e classe social.

As concepções de diferenças entre etnias, religião e sexo remetem aos estudos de Freud sobre o assunto. O seu artigo “O narcisismo das pequenas diferenças”, que se encontra em **O tabu da virgindade** (1918), afirma que sempre houve estranhamento, hostilidade e intolerância entre etnias, credos, sexos e classe social. Isso se resumia às questões de dominação, em que o dominante impõe o seu poder através da sua cor, credo ou sexo, e o dominado é considerado inferior.

O narcisismo das pequenas diferenças se caracteriza como uma hostilidade nas relações humanas. São as diferenças entre os sexos, as etnias, as religiões e as classes sociais que provocam inimizade e distância entre os indivíduos.

Contardo Calligaris (2011, p. 50) escreve:

Cada etnia costuma ser pouco sensível às diferenças de fisionomia das outras – tanto individuais quanto coletivas. Em São Paulo, onde vive uma grande comunidade de imigrantes japoneses, qualquer oriental, chinês ou coreano é um “japa”. Em Nova Iorque, quando um branco tenta descrever um rosto de um negro, em geral não consegue dizer nada além dos traços que valem para a imensa maioria dos negros (pele escura, nariz largo, lábios espessos).

Atualmente, as diferenças são consideradas mínimas entre homens e mulheres na sociedade devido ao desenvolvimento feminino ocorrido na metade do século XX. Isso se torna explicável porque houve uma mudança significativa do papel social feminino. Mesmo que ainda sejam comuns as relações hierárquicas entre os sexos, é possível observar, em determinados casos, que algumas mulheres encaram a conquista de atributos “masculinos” como um direito seu, como algo que lhes pertence e lhes foi tomado, além de alguns homens rejeitarem todo tipo de feminização, pois essa é sentida como uma perda ou ameaça (KEHL, 2015).

Kehl (2015) considera que essas diferenças não são tão mínimas assim nos dias atuais, pois mesmo que as mulheres sejam mais absorvidas pelo mercado de trabalho e também hajam ocorrido alguns avanços quanto à educação e sexualidade, os conflitos, insatisfações e questionamentos relacionados ao sexo e ao amor na relação homem e mulher ainda persistem, bem como nas relações sociais e de trabalho.

Dessa forma, pode-se deduzir que os aspectos históricos e ideológicos são relevantes para a formação da identidade da mulher, mas os psíquicos também, pois se vive num sistema que valoriza o capital acima de tudo, que reduz as pessoas a trabalhadores e consumidores. Pode-se considerar que a transição entre submissão e emancipação feminina é sustentada pelas condições de produção do momento histórico e da ideologia vigente da época.

Nesse contexto, muitas mulheres se iludem julgando-se emancipadas por terem uma independência financeira, mas ainda são oprimidas no trabalho, na exigência de ter um bom desempenho na profissão, e não são gratificadas por isso. Pagam também um preço alto por serem trabalhadoras, porque sempre foram classificadas como “submissas” por serem mulheres, sofrendo caladas a violência dos assédios morais e sexuais, como também os ditames da moda e da sociedade de consumo.

Todo esse processo ocorre com o corpo feminino também, pois não se separa corpo e sujeito. Orlandi (2015) considera que o corpo está relacionado aos aspectos existenciais, econômicos e sociais. Nas questões discursivas, esse corpo sofre interpelações ideológicas “nos moldes de sua materialidade, e nos moldes de sua individuação que presidem seu processo de identificação” (ORLANDI, 2015, p. 24). A partir desse contexto, observa-se que o ideal de magreza feminino, com um corpo magro, jovem, belo e saudável, tende a se configurar como uma concepção de feminilidade nos dias atuais (DEL PRIORI, 2013).

### 3.3 O adoecimento do corpo

Hoje,  
Trago em meu  
corpo as marcas do meu tempo  
Meu desespero, a vida num momento  
A fossa, a fome, a flor, o fim do mundo

Hoje,  
Trago no olhar imagens distorcidas  
[...]  
Ah, sorte!  
Eu não queria a juventude assim perdida  
Eu não queria andar morrendo pela vida

Taiguara (1968)

O corpo belo, jovem e saudável se constitui como um estilo de vida contemporâneo que simboliza a preocupação com a saúde e com a aparência. Esse corpo trabalhado é também uma referência que se traduz na imagem da autossuficiência e do sucesso como ideal (CUNHA, 2014).

O corpo como o rosto feminino são mais visados pela moda, campanhas publicitárias e filmes como um objeto de desejo e sedução. Essas pressões sociais sobre as mulheres fazem com que possa ser consolidado um cotidiano feminino relacionado aos cuidados com o corpo e com a aparência. A ideia de magreza da atualidade contribui para a construção dos ideais de beleza, para fixar padrões às modelos em campanhas publicitárias, como também visando propagar esse padrão para tantas outras mulheres, como uma forma de serem aceitas socialmente.

Cunha (2014, p. 124) afirma que “a sociedade de consumo ocidental requer de uma mulher que ela combine os principais traços tradicionais com características que eram apanágio dos homens, e ainda com padrões de beleza valorizados”. Por um lado, os meios de consumo

pedem das mulheres que elas sejam independentes e profissionais, e por outro, infantis, maternais, jovens, brancas, lindas e magras, para que possam aparecer em anúncios publicitários, revistas, televisão etc.

Toda essa publicidade sobre o corpo faz com que as influenciadoras digitais (blogueiras) ditem normas e regras, como também anunciem produtos para as consumidoras ficarem com um corpo magro, turbinado e sempre belas. Nesse sentido, é interessante considerar que há mulheres jovens que não se enquadram nos moldes de um corpo magro e perfeito. Essas jovens se acham gordas, mesmo estando bem magras ao se olharem no espelho. É o que chamamos de distorção corporal, que pode ser proveniente de uma insatisfação com a imagem corporal associada à baixa autoestima e ao aparecimento das perturbações alimentares, especialmente bulimia e anorexia. Essas jovens que sofrem esses transtornos não fazem uma distinção entre a imagem do corpo real e a imagem do corpo ideal. Elas brigam todo tempo com a imagem distorcida que reflete o quanto são gordas e impõe a necessidade de emagrecer (CUNHA, 2014).

São as jovens anoréxicas as apresentadas na segunda parte da reportagem “**A nova forma de magreza: a estética do risco**”. São adolescentes e jovens que se expõem a perder peso significativo, os cabelos quebradiços, o rosto magro e emaciado, as costelas à mostra, que repetem em discursos desconexos, mas postados, o sofrimento de quem não come ou vomita a comida, porque se acham deformadas no espelho. São postagens colocadas numa comunidade secreta que usa a internet como canal de comunicação. Muitas dessas garotas são internadas ou morrem.

A anorexia é consequência dessa obsessão pelo corpo perfeito e do investimento nesses aparatos estético e dietético. São jovens insatisfeitas consigo mesmas, perfeccionistas e inseguras, em que o corpo é o centro do prazer e um fetiche. Trata-se de um comportamento destrutivo e simbiótico que simboliza todo um medo de o sujeito se individualizar. A anorexia acomete, de preferência, adolescentes e jovens mulheres entre dez e 30 anos de idade; a taxa de mortalidade é altíssima (FRANÇA, 2011, p. 249).

A palavra anorexia deriva do grego *ann* – prefixo negativo que significa “sem” – e *orixs* – que designa apetite ou desejo. Não quer dizer que essas jovens com anorexia nervosa tenham falta de apetite, elas têm um controle alimentar rígido devido ao medo de engordar. “Essas pacientes perdem mesmo o apetite quando estão em estados de ‘caquexia física’”<sup>12</sup> (BARBOSA SILVA, 2005, p. 55-56).

---

<sup>12</sup> Caquexia física – má nutrição, falta de nutrientes suficientes no corpo (Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br>>. Acesso em: 5 jan. 2019).

A anorexia é um transtorno alimentar que acomete o físico e o psíquico do indivíduo, constituindo um dos males da contemporaneidade. Retorna-se à psicanálise, novamente, para notificar que Freud, em 1893, registrou os primeiros escritos da psicanálise sobre os problemas alimentares, especialmente quando ele tratava de uma paciente que desenvolveu um processo anoréxico depois do nascimento de cada um dos três filhos. Depois de cada parto, ela ficava impossibilitada de amamentá-los devido aos vômitos, distúrbios gastrointestinais e depressão. Freud denominou esse caso de “Histeria de Ocasão”, enfatizando a dimensão melancólica. A ilustração desse caso clínico evidencia a relação entre as questões da feminilidade, maternidade e função alimentar desempenhada pelo corpo da mulher.

Com o tempo, as transformações na teoria freudiana foram acontecendo, tanto que Freud, mais tarde, introduziu nos estudos sobre os problemas alimentares a importância das adições, inclusive na bulimia e na obesidade, como forma de defesa contra o sofrimento, porém classificando os transtornos alimentares como perturbações narcísicas. Posteriormente, outras contribuições psicanalíticas foram importantes, como a dos pós-freudianos, para a compreensão dos problemas alimentares.

Um dos estudos importantes da psicanálise sobre os transtornos alimentares foi a teoria do desenvolvimento primitivo infantil de Donald Winnicott, psicanalista e pediatra inglês que aprimorou os estudos de Melanie Klein. Suas concepções se referem às trocas afetivas na primeira infância, sendo a mãe o ambiente facilitador do desenvolvimento, da maturação do indivíduo; o alimento é considerado um dos pontos de interligação nessa relação primária (WINNICOTT, 2000).

As concepções winnicottianas sobre o ambiente primário, a relação mãe e bebê, possuem uma relevância significativa no estudo dos distúrbios alimentares. As falhas decorrentes desse processo primário podem acarretar nas adolescentes dificuldades de percepção da imagem corporal, sinalizando que essas meninas-moças podem estar presas aos estágios precoces do seu desenvolvimento e ligadas à mãe, escondendo, dessa forma, seus desejos e sexualidade, e burlando o sentir e o pensar a dor, sem encarar o seu desenvolvimento. Winnicott prioriza o ambiente em que a criança vive, seus primeiros contatos afetivos e seu desenvolvimento social.

A anorexia relança, nos dias atuais, o enigma da feminilidade e da sexualidade feminina, como a histeria nos levou há algum tempo atrás a entender a feminilidade. A anorexia é uma forma atualizada de traduzir a revolta à submissão dos padrões ditos “femininos”. Enquanto a histeria se configurava como um teatro do corpo, em que as paralisias e dores predominavam

como sintoma, a anorexia priva esse corpo de alimento, como uma forma masoquista de obter prazer.

As mulheres que sofrem de anorexia tentam obsessivamente ser magras e investem no aparato de cosméticos e dietas; ao final, adoecem. Carvalho, Amaral e Ferreira (2009) ressaltam a importância das atitudes sociais direcionadas ao corpo no que se refere à preocupação com a aparência, que podem direcionar os transtornos alimentares.

Um ponto importante a destacar é que, na modernidade, a histeria surge na Europa, quando a mulher começa a ter uma instrução maior, a não querer ficar submissa ao homem; isso coincide com a entrada no mercado de trabalho. Quanto aos transtornos alimentares, são doenças do contemporâneo, em que as mulheres já estão inseridas no mercado de trabalho e vivem atreladas ao consumo.

É fundamental pontuar que essa magreza exagerada pela perturbação alimentar nada tem de glamorosa; é um transtorno afetivo e social que passa a ser estigmatizado e a ser mostrado como falta de saúde. Dessa maneira, há uma separação entre a magreza ideal do corpo que se apresenta como desejável, e a outra, a magreza da anorexia, que é marginalizada. Tudo que tem a marca de desfiguração ou incapacidade física ou mental é estigmatizado em nossa sociedade, pois o que impera é o corpo perfeito, saudável e jovem, determinado socialmente e propagado como ideal de felicidade.

#### 4 UM CORPO PARA CHAMAR DE SEU

Jovens, muito jovens, altas, magras, ombros largos, pernas longas e uma pele de cetim. A voga esportiva desenvolveu-se ao sabor de um ideal de beleza com mulheres medindo 1,70 m de altura e com ombros retos, muito diversos dos ombros das misses e de vedetes dos anos 1950.

Denise Sant’Ana (2014)

A mulher sempre sofreu “marcas de exclusão e inferioridade. Cristalizada pelas formas de pensar de uma sociedade masculina” (DEL PRIORE, 2013, p. 177), por um lado, a subordinação da mulher fazia e faz com que ela se apresente como inferior, reprodutora e débil; por outro, a mulher se apresenta como a senhora da beleza e sensualidade. Ultimamente, as mulheres estão ligadas freneticamente aos cuidados com a beleza do rosto e do corpo, pois a tirania da beleza física a levou a buscar uma identificação com blogueiras, anúncios de beleza ou conselhos sobre uma boa alimentação, e não uma identidade, a ser senhora de si mesma, capaz de escolhas e de atitudes. Observa-se que a mulher está sempre ligada à tirania masculina ou ao do consumo num contexto de dominação e exploração.

Nesse sentido, o patriarcado e seus resquícios caracterizam-se como uma ideologia de uma sociedade não igualitária em termos de gênero, fazendo com que a mulher conviva com uma engrenagem de pressão e exploração. Defende-se a existência de dois sexos: o masculino, reservado aos homens que detêm o poder, e o feminino, reservado às mulheres, considerado inferior e submisso. Nesse caso, os homens têm pleno acesso sexual, moral e social sobre as mulheres (TIBURI, 2018).

O projeto de vida saudável feminino, o valor da aparência de um corpo magro, musculoso e sua exposição na mídia no século atual não destoam do papel de esposa como suporte da família burguesa e da maternidade. Mesmo sendo contraditórios esses papéis sociais, são representações das vivências femininas e destacam a subordinação da mulher à sociedade. Isso se configura como uma produção de sentidos que caracteriza a relação entre a linguagem, o mundo das coisas e a constituição do sujeito. Este sujeito é afetado pelo inconsciente e interpelado pela ideologia (MARIANI; MAGALHÃES, 2011).

Essas contradições fazem o estilo de vida feminino. A preocupação com a beleza do rosto e do corpo é mais um item marcado no imaginário da mulher brasileira há muito tempo, só que recentemente esse estilo se acha mais evidente devido à exposição do corpo da mulher na mídia e, também, ao crescimento da indústria de cosméticos e *fitness*. Os concursos de beleza

feminina, as conselheiras de beleza que invadiram a imprensa nas décadas de 1950 e 60, juntamente com o discurso higienista tão ativo nos anos de 1920 e 1930 instigaram a noção de corpo como algo a ser cuidado para manter-se saudável. O belo rosto e o corpo bem cuidado constituíram o protótipo da mulher nos séculos XX e XXI (DEL PRIORE, 2013).

A formação da identidade feminina na atualidade é configurada a partir do rosto e do corpo de várias mulheres; não há uma singularidade, pois se estabelece que devem seguir um padrão socialmente estabelecido. É o desafio maior dessas mulheres possuírem um único rosto e um corpo para chamar de seu. As cirurgias plásticas condicionam esse padrão de rosto e corpo único sem levar em conta as nuances físicas e os desejos de cada mulher.

O corpo feminino, segundo Baudrillard (1982), sob o signo da libertação física e sexual, passa a ser o objeto mais precioso, deslumbrante, expoente máximo da publicidade, moda e cultura de massa, como também de vida saudável, prática de exercícios físicos e dietas para a melhoria do corpo.

#### **4.1 Sujeito e corpo – processo de significações**

O corpo moderno é de outra ordem. Ele implica o isolamento do sujeito em relação aos outros, em relação ao cosmos e em relação a ele mesmo.

Le Breton (2013, p. 9)

É importante salientar que o corpo é o corpo do sujeito e esse sujeito se acha num contexto sócio-histórico e ideológico. Nessa situação, a relação sujeito e corpo concebe o ser humano como ser simbólico e o corpo do sujeito é investido de sentido e significados. “Se podemos dizer que sujeitos e sentidos dão corpo à linguagem (formulam), também podemos dizer que eles se dão corpo na linguagem. Corpos são formulações dos sujeitos em diferentes discursos” (ORLANDI, 2012, p. 92).

O sujeito contemporâneo está submetido ao “Sujeito do Capital, portanto, a dimensão da subjetividade envolvida em sua relação alienada e estranha com os outros é aquela em que o próprio sujeito se encontra como trabalhador, quer dizer, como força de trabalho, como mercadoria” (SILVEIRA, 1989, p. 52). Esse estranhamento do trabalho nas sociedades capitalistas implica estar voltado para si próprio, indiferente ao outro, buscando usufruir o máximo do consumo. Nesse sentido, a subjetividade é influenciada pela lógica da mercadoria



e faz com que as ideias e o discurso do sujeito estejam submetidos ao aparato ideológico atual. Isso resulta no conflito entre sujeito e corpo (CUNHA, 2014).

Pode-se fazer uma relação entre o sujeito, o corpo e o discurso na entrevista “**A nova forma de magreza: a estética do risco**” (VEJA, 2013). A entrevista destaca o esforço das supermodelos para tentarem ser supermulheres com o corpo magro e musculoso, belas e jovens que vendem produtos e serviços que fazem a alegria de muitas seguidoras, e como outras tantas, adoecem.

Na sequência discursiva nº 13 (**SD13**), que representa os dizeres da capa da *Veja* (2013) – **A estética do risco** – *As dietas, suplementos e malhação específicos das mulheres que desafiam o senso comum e levam o corpo ao limite da magreza saudável*, pode-se verificar que o discurso provoca equívocos, contradições entre “estética do risco” e “magreza saudável”, marca imposições e determina o lugar ideológico do sujeito e do corpo.

Deve-se pensar na relação corpo e sujeito. “Não podemos pensar o sujeito sem ideologia, e a ideologia sem a materialidade, a história e os processos de vida social e política” (ORLANDI, 2012, p. 85). Dessa forma, nosso interesse é pelo corpo discursivizado que se caracteriza como um processo de significação que remete às condições de produção, ao sujeito, aos sentidos e à importância da ideologia.

Através das formações discursivas manifestam-se as formações ideológicas, que estabelecem o que deve ser dito. No texto, observa-se uma contradição no título “A estética do risco – as dietas, suplementos e malhação específicos das mulheres que desafiam o senso comum e levam o corpo ao limite da magreza saudável”. Por um lado, a magreza pode levar a um adoecimento físico e psíquico, por outro, isso não pode ser dito, é silenciado e, em seu lugar, é evidenciada a magreza saudável (?), com suas dietas, suplementos e malhações. A própria reportagem da **Veja** (2013) menciona que antes o índice de massa corpórea, o IMC, quando ficava abaixo de 20, era um sinal de alerta, mas atualmente as jovens e blogueiras referem um índice corporal de 9% ou 8%. “Estão na zona de perigo, aquela em que a obsessão pela forma minimalista desafia o bom-senso e produz a cegueira ao risco” (VEJA, 2013, p. 86).

Figura 10 – Capa da Revista Veja – 2013 (SD13)



Fonte: Veja, 2013.

Na sequência discursiva nº 14 (SD14) – **Secura com altivez** – *Aos 34 anos, Carol Magalhães já não tem o rosto redondo da adolescência quando começou a trilhar o caminho da fama. O corpo – 49 quilos, 1,67 metro e 14% de gordura – ela conquistou servindo generosas refeições aos outros, e bem minguadas a si* (VEJA, 2013, p. 84). O comentário leva a concluir que a modelo é uma mulher linda, muito magra para os padrões, mas saudável. É a crença de que ser magro é ser feliz e saudável, pois a magreza é vendida como bem-estar. As agências de modelo e patrocinadores exigem mulheres cada vez mais magras, e é quase impossível que elas hajam nascido assim, mas para ficar no mercado, ganhar uma quantia

volumosa de dinheiro por mês, submetem-se a qualquer coisa, inclusive a situações prejudiciais à saúde. Mas isso não se vê nas revistas, nos *blogs* e no *Instagram*.

Mesmo com 34 anos, a modelo Carol Magalhães ainda está em evidência e com um corpo escultural. Hoje, o embelezamento não precisa só de prevenção, mas de “imunização”: imunizar o corpo contra rugas, flacidez e outras marcas do envelhecimento. Para isso, é preciso um investimento alto (SANT’ANA, 2014). Pode-se dizer que as formações ideológicas dão sustentação ao discurso, não deixando de estar presentes as contradições de classe, porque não é toda a mulher que chega aos 34 anos e permanece com o corpo magro e turbinado. Só mulheres com um elevado poder aquisitivo podem investir maciçamente na indústria da beleza.

*O corpo – 49 quilos, 1,67 metro e 14% de gordura – ela conquistou servindo generosas refeições aos outros, e bem minguadas a si. À medida que secou, as costelas saltaram*”. A modelo Carol Magalhães serviu generosas refeições aos outros, talvez pela exposição do seu corpo magro e musculoso na mídia social, que simboliza aos olhos dos outros uma mercadoria a ser consumida; para ela, as refeições são minguadas (“*as costelas saltam*”). Verifica-se a privação de alimento, afeto e, talvez, sociabilidade, porque o interesse maior é expor o corpo delineado na mídia.

Ferreira (2013) enfatiza o conceito de “corpo-envelope”, criado por Didier Anzieu (1985), que se configura no suporte do eu (*moi*) sobre a pele (*peau*). Esse suporte contém, de maneira significativa, superinvestimentos ou carências que se inscrevem no corpo, e este reage como uma camada protetora, um invólucro. Para Lacan (1992), o corpo é um processo de construção que se dá pelo discurso e no discurso. Nesse contexto, pode-se dizer que o corpo representa as marcas dos sintomas sociais da atualidade e suas formas de assujeitamento.

Nessa relação sujeito e corpo, a incompletude marca também a singularidade de cada um e como ela é interpelada pelo ideológico e inconsciente, não esquecendo que essa “falta” constitui a passagem da língua para a cultura, para o simbólico, inscrevendo-se assim em certas posições do sujeito que determinam sentidos circulantes na sociedade e que podem ecoar significantes políticos, históricos, sociais e econômicos (FERREIRA, 2013).

Na sequência discursiva nº 15 (**SD15**) – “*Me chamam de anoréxica, falam que devo me tratar, mas, por enquanto, meu médico disse que estou bem, ficarei em paz* (VEJA, 2013, p. 84). Essa sequência discursiva é ainda sobre Carol Magalhães; ela afirma ser uma magra saudável e não anoréxica, colocando o limite da autoridade médica e do discurso científico para justificar sua magreza. É interessante enfatizar o quanto essas modelos insistem em emagrecer mais, mesmo estando magras. A perda de quilos tem justificativa aparente, mas não real. É quando essa perda de peso se transforma em um negócio vinculado às redes sociais. O

comentário é sobre a exposição do corpo como um negócio que faz essas supermodelos tocarem o corpo com poucos quilos por um punhado de dinheiro. O corpo é visto como produção, como mercadoria.

Diante disso, é possível considerar que “o sujeito consome e é consumido em sua busca pela completude” (MARIANI; MAGALHÃES, 2011, p. 113). Nem sempre é alcançável esse desejo, mas, de certa forma, podem-se buscar novos sentidos, inclusive sob a ótica do sistema capitalista atual, no qual impera o valor da mercadoria e das mídias que contribuem para oferecer os mais diversos e diferentes complementos visando à satisfação do desejo do sujeito. Esse modo de funcionamento impede o sujeito de pensar em seus próprios limites e de se sentir angustiado com a falta e a frustração.

Lebrum (2008, p. 28) afirma:

Um dos funcionamentos que atuam na contraposição da falta é uma busca da felicidade. Passo então a contrapor razão e felicidade e a entender essa última como lugar do “querer ter tudo”: todos os amores, todos os produtos, todos os direitos sem as mediações necessárias para consegui-los, sem a infelicidade do outro, sem a compreensão de que “a condição de ser falante supõe ter consentido a perda”.

O consumo passa a ser essa busca da felicidade incessante nos tempos atuais. Tudo tem de ocorrer perfeitamente; a relação entre sujeito, corpo e mundo não pode ter falhas, ainda que sejam constitutivas. Os produtos de consumo substituem perdas, deficiências e inadequações. A partir disso, a mídia e a sociedade criam uma *performance* do sujeito asséptico, higiênico, sem marcas ou defeitos, principalmente belo de rosto e de corpo, e com a aparência impecável.

Essa relação entre corpo feminino, mercadoria, consumo e identidade é representada nas seqüências discursivas 15 e 16. Na **SD15 – Trocam-se quilos por dinheiro – Há um ano, Gabriela Pugliesi, 28 anos, criou um blog para relatar a luta que atravessava contra os três quilos, somados na lua de mel. Em uma semana, bateu a marca de 30.000 seguidores. Hoje tem 400.000** (VEJA, 2013, p. 87), observa-se que a modelo expõe a luta para perder três quilos, quando vivenciou um momento de felicidade que foi sua lua de mel, como se ser feliz engordasse e fosse um desvio do padrão imposto. Segundo o próprio título, “Trocamos-se quilos por dinheiro”, constata-se o sujeito submetido à lógica capitalista. O corpo da modelo simboliza “a mercadoria como força de trabalho”. É importante frisar que para Lacan *apud* Roland (1997, p. 28), “há uma identidade entre o que constitui o sujeito enquanto tal e a estrutura onde se organiza da maneira mais corrente o assujeitamento”.

A **SD16 – Abandonou até o emprego de designer para se dedicar ao negócio. Um post assinado por ela pode custar 6.000 reais a quem desejar associar uma marca aos seus relatos**

de sua esbelteza. “Mas só aceito falar do que tem a ver com meu universo” (VEJA, 2013, p. 87) desvela um processo de alienação, em que ocorre a função da mais-valia, que não permite ao trabalhador perceber que está sendo explorado. Mesmo que essas supermodelos ganhem fortunas como é anunciado, a indústria da beleza enriquece mais ainda. No sistema capitalista, o trabalhador nunca recebe o preço justo por seu trabalho (MAGALHÃES, 2017).

Não se pode negar que no sistema capitalista a indústria exerce o poder dominante sobre os cidadãos. Um poder que orienta as formas e os estilos de vida que regem o cotidiano do sujeito. São padrões estabelecidos socialmente que estão comprometidos com todo o processo ideológico, histórico e social, fazendo com que o sujeito se amolde à sociedade conforme referências sociais.

Do contexto descrito nas sequências discursivas 17 e 18 sobre o modo de vida das supermodelos, pode-se observar que a sociedade contemporânea utiliza corpo e sujeito como marcas a serem vendidas que propagam uma fórmula de felicidade como essência de vida, atendendo à tríade saúde-juventude-beleza.

Na **SD17** – “**Prêmio:** um *petit gateau* – A estilista carioca Carol Buffara, 28 anos, virou sinônimo (mesmo) de malhadora disciplinada no Instagram. “Tô bem Buffara hoje”, não é frase rara nos posts de vários de seus 200.000 seguidores” (VEJA, 2013, p. 87). A obsessão pelo corpo perfeito estampado na mídia faz com que essas supermodelos tentem alcançar o inalcançável, mediante restrições alimentares e exercícios exaustivos. Nesses termos, pode-se constatar que o corpo não escapa às determinações sócio-históricas, pois está relacionado a um discurso interpelado pela ideologia e pelo inconsciente que atua no engendramento de novos procedimentos estéticos.

Nisso, há o deslize dos sentidos do discurso do corpo perfeito anunciado em cada tempo e lugar, definindo posições de classe e beneficiando a lógica capitalista, o que, conseqüentemente, provoca o adoecimento ou a frustração do projeto de felicidade do sujeito.

Na **SD18** – *O débito calórico de correr na areia fofa ou chegar de bike ao cume do Corcovado tem até recompensa. Assim, eu me sinto merecedora de um bolinho de vez em quando”, diz a moça, de 50 quilos e 1,63 metro.* (VEJA, 2013, p. 87). Garbin (2017) anota que os sites, o Instagram e os blogs especializados em divulgar um corpo perfeito fazem deste algo maleável, como se qualquer pessoa com qualquer metabolismo e típico físico pudesse obter os mesmos resultados.

Há muitos lucrando com esse sofrimento decorrente da perda para alcançar o corpo perfeito; outros tantos se culpam ou se sentem fracassados por não alcançarem seus objetivos. As legendas publicitárias e as postagens em Instagram ou dos blogs criam situações



inalcançáveis ou ilusórias. O sujeito do discurso, ao produzir seus enunciados, o faz sob condições historicamente determinadas e relacionadas às necessidades do momento social (MOREIRA, 2017).

Figura 11 – Matéria da Veja sobre supermagreza, 2013 (SD17 e SD18)

**TROCAM-SE QUILOS POR DINHEIRO**  
Há um ano, **Gabriela Pugliesi**, 28, criou um blog para relatar a luta que travava contra os 3 quilos somados na lua de mel. Em uma semana, bateu a marca de 30.000 seguidores. Hoje tem 400.000. Abandonou até o emprego de designer para se dedicar ao negócio. Um post assinado por ela pode custar 6.000 reais a quem desejar associar uma marca aos relatos de sua esbelteza. "Mas só aceito falar do que tem a ver com o meu universo."

**PRÊMIO: UM PETIT GÂTEAU**  
A estilista carioca **Carol Buffara**, 28 anos, virou sinônimo (mesmo) de malhadora disciplinada no Instagram. "Tô bem Buffara hoje" não é frase rara nos posts de vários de seus 200.000 seguidores. O débito calórico de correr na areia fofa ou chegar de bike ao cume do Corcovado tem até recompensa. "Assim, eu me sinto merecedora de um bolinho de vez em quando", diz a moça, de 50 quilos e 1,63 metro.

**Força interior**  
A ciência já sabe que certas mudanças de hábitos podem fazer do metabolismo uma poderosa arma a favor do emagrecimento

**Não pule o café da manhã**  
O ritmo metabólico desacelera durante o sono. A primeira refeição do dia é um empurrão essencial para despertar a máquina

**Beba água**  
Sim, o chavão repetido por todas as celebridades magras faz sentido. A hidratação é essencial para o funcionamento adequado da engrenagem metabólica, ao eliminar as toxinas resultantes da queima de energia. Recomendam-se de 2 a 3 litros por dia

**Coma proteínas**  
Para processá-las, o corpo gasta até o dobro da energia que utiliza para metabolizar carboidratos e gorduras

**Não passe fome**  
O ideal é não deixar o estômago à mingua por mais de três horas. A partir daí, o organismo produz o hormônio grelina, que abre o apetite. O corpo ainda reage à "escassez" estocando o que entrar em seguida

**Pesos sim, esteira também**  
Os exercícios com pesos proporcionam ganho de massa muscular, e músculos consomem muita energia, mesmo quando a pessoa está em repouso. Já a atividade aeróbica contribui para manter elevado o ritmo metabólico por até oito horas, ajudando na queima de calorias. São, portanto, complementares

Fontes: de endócrinos, *Dr. Ricardo M. Nogueira* e *Dr. Roberto Corrêa*

veja | 6 DE NOVEMBRO DE 2013 | 87

Fonte: Veja, 2013.

É importante considerar que “[...] existem diferenças econômicas gritantes no Brasil e no mundo que acabam com as ilusões sobre uma suposta repartição igualitária dos recursos embelezadores” (SANT’ANNA, 2014, p. 188). Chegou-se a um momento em que esse consumo desenfreado por produtos de beleza não ficou restrito só a uma classe privilegiada, e sim à divisão de classes estéticas. Para a publicidade, há um investimento enorme na venda dos mais variados produtos de beleza, específicos para cada classe social, pois as condições sócio-históricas e ideológicas dão sentido às palavras e aos discursos. O discurso expressa as contradições do sujeito, o que pode ser dito, desvelado ou apagado.

Na **SD19** – *A aparência é uma das grandes preocupações das jovens e adolescentes. Pesquisa da Secretaria Estadual de Saúde de São Paulo mostra que 85% dos entrevistados seguem o padrão de beleza. Quase metade acha que as mulheres magras são mais felizes e mais paqueradas* (Portal G1, 2014) afere-se que as concepções de feminilidade atualmente são resultados da influência social, econômica, histórica e cultural da sociedade. São concepções ideológicas ligadas a uma lógica capitalista que intenta alcançar metas pelo investimento maciço na indústria da beleza e que determina a magreza como padrão de felicidade e norma social ancorada nas mídias sociais.

Da **SD20** – *O estudo foi feito com 150 jovens, meninas e mulheres, com idade entre 10 a 24 anos. Todas passaram por atendimento no Sistema Único de Saúde (SUS) em São Paulo. Trinta e nove por cento das entrevistadas estão acima do peso, mas o que chamou mais a atenção dos médicos é que 77% correm risco de desenvolver distúrbios alimentares, como bulimia e anorexia. Isso porque 53% fazem dieta sem orientação médica e 40,5% admitem que já usaram remédios de emagrecer*” (Portal G1, 2014) pode-se afirmar que a magreza nada tem de *glamour*, e pode mesmo se tornar um transtorno alimentar. Não se pode fazer uma distinção entre a magreza saudável e a magreza doentia, pois ambas são magrezas, só que uma se destaca por ser um ideal de beleza e a outra é estigmatizada pela sociedade.

Outro dado importante a salientar é que na estatística demonstrada na **SD19**, as mulheres estão acima do peso, podem desenvolver algum transtorno alimentar, seguem uma dieta sem orientação médica ou tomaram remédio para emagrecer. Segundo Garbin (2017), os índices de obesidade estão cada vez mais altos, de acordo com as referências do Ministério da Saúde. Esse fenômeno do aumento de obesos no mundo não é explicado só pelo avanço da tecnologia, que proporciona um melhor conforto, mas também por outros fatores como sedentarismo, aumento da variedade de comidas mais calóricas, dietas de emagrecimento, e, principalmente, pela obsessão com a magreza e por dietas restritivas.

Miranda (2010, p. 134) enfatiza que essa obsessão em ser magra não decorre só de problemas afetivos, e sim de problemas sociais, históricos e culturais, pois “as mulheres não têm permissão para comer. Aprendem desde pequenas que são nutridoras, mas que a comida não é para elas: o ato de comer, especialmente quando apresenta excesso, é visto como pouco feminino”. Isso ratifica a ideia de que as práticas ideológicas inscrevem-se na estrutura psíquica do sujeito, determinando seu estilo de ser, sua aparência e atitudes.

**Figura 12 – Matéria do Portal G1 “Oito em cada dez adolescentes podem ter distúrbio alimentar”**



**Oito em cada dez adolescentes podem ter distúrbio alimentar**

Pesquisa mostra que 85% dos entrevistados seguem um padrão de beleza. Quase metade acha que mulheres magras são mais felizes e paqueradas.

Veruska Donato  
São Paulo

A aparência é uma das grandes preocupações das jovens e adolescentes. Pesquisa da Secretaria Estadual de Saúde de São Paulo mostra que 85% dos entrevistados seguem um padrão de beleza. Quase metade acha que as mulheres magras são mais felizes e mais paqueradas.

O estudo foi feita com 150 jovens, meninas e mulheres, com idades entre dez e 24 anos. Todas passaram por atendimento no Sistema Único de Saúde (SUS) em São Paulo. Trinta e nove por cento das entrevistadas estão acima do peso, mas o que chamou atenção dos médicos é que 77% correm risco de desenvolver distúrbios alimentares, como bulimia e anorexia. Isso porque 53% fazem dieta sem orientação médica e 40,5% admitem que já usaram remédios para emagrecer.

Outro dado que também preocupa: 46% acham que as magras são mais felizes e 48% acham que as magras são mais paqueradas. Mais da metade delas (55%) queria dormir e acordar magra e 20% querem juntar dinheiro para fazer plástica.

“O adolescente está em um momento de buscar a autoimagem, mas o fato de um em cada três ter sofrido bullying, e onde o bullying é relacionado com o corpo, com o peso maior ou com o aspecto, nos chama atenção esses adolescentes estarem descontentes, darem grande valor para seu corpo e não terem uma atitude positiva”, analisa Albertina Duarte, coordenadora da pesquisa.

Na cozinha experimental, uma oficina oferecida de graça por uma Casa de Saúde do Adolescente de São Paulo. Na aula, muitos experimentam pela primeira vez alimentos que nunca comeram. São alimentos simples, do dia-a-dia. A ideia é que eles conheçam sabores e aprendam a apreciar a comida saudável.

Para quem está acostumado com doces e chocolates, as verduras nem sempre são saborosas. “Alface é amargo”, diz Mariana Costa, de 12 anos. Mesmo novinha, ela não estava contente com o que via no espelho. “Eu estava muito gordinha e dei uma maneira. Emagreci uns dois quilos”.

Fonte: Portal G1, 2014.

As seqüências discursivas analisadas anteriormente apresentaram a relação sujeito e corpo e como se acham submetidos à lógica capitalista, pois há um processo de assujeitamento tanto do sujeito quanto do corpo para as determinações da sociedade.

Dessa maneira, não se pode deixar de mencionar outras significações do corpo feminino relacionadas ao sujeito, ao seu desejo inconsciente, estruturado sob as leis da linguagem que representam as leis do inconsciente e como este se articula. São as chamadas figuras de linguagem: a metáfora e a metonímia.



Ao relacionar as figuras de linguagem metáfora e metonímia com a representação da relação sujeito e corpo feminino no século XXI, pode-se asseverar que as palavras que metaforicamente substituem o corpo perfeito e saudável nos dias atuais são: magro, musculoso e turbinado. Quando o significante desliza para outro significante como parte de um todo e esse corpo feminino tem um ideal de beleza esquelética, mostrando a barriga negativa, musculosa e “tanquinho”, trata-se de metonímia.

É importante enfatizar que a metáfora se apresenta como uma condensação que se produz num nível de substituição e parece efetuar essa substituição para recalcar alguma coisa (LACAN, 1957-1958 [1999, p. 35]). Quanto à metonímia nas relações corpo e sujeito, pode-se dizer que os deslocamentos fazem com que o corpo tenha uma representação da história da mulher através dos tempos. Antes, o corpo ideal o rechonchudo; agora é o magro e musculoso, a depender das condições de produção e da formação ideológica que influenciam as formações discursivas através do tempo. O que ocorre é um deslocamento do tipo de “corpo ideal”, modificado com o tempo.

Destacam-se também os dizeres modelo Isabel Hickmann, que tem uma linhagem familiar de mulheres magras, pois sua irmã Ana Hickmann se apresenta assim também. O interessante é que Isabel vem modelando seu corpo há algum tempo para torná-lo musculoso e bonito, com o abdômen trincado. Há uma identificação da modelo com esse corpo que é esculpido com esmero. Tanto é que a própria irmã lhe disse que o corpo é sua faculdade, sua forma de conhecimento.

Analisa-se a seguir sequências discursivas relacionadas aos dizeres sobre o corpo de Isabel Hickmann. O primeiro, na **SD21 – Está no DNA – A gaúcha Isabel Hickmann, 24 anos, é prova de que a genética pode ser generosa. Irmã da apresentadora Ana Hickmann, ela trouxe a magreza do berço, mas o abdômen trincado, não.** O segundo, na **SD22 – Isabel o vem esculpindo com muito esmero, mas não se queixa. “Minha irmã sempre me diz que minha faculdade seria o corpo”** (VEJA, 2013, p. 88).

Nas análises das **SD21** e **SD22**, pode-se metaforicamente considerar alguns dizeres como “genética generosa” que está a substituir o corpo biológico, cuja linhagem familiar se acha dentro dos padrões esperados de corpo ideal, pois é generosa. Outro, como “o corpo é sua faculdade”, desvela que o corpo é o espaço em que ela vai adquirir *status*, ser uma profissional do corpo, pois é na faculdade que se capacita para isso. Na metonímia, pode-se analisar “abdômen trincado” como uma parte do todo; no exemplo, o abdômen é parte do corpo, ou representa a palavra corpo, que ainda está se esculpindo com esmero.

Essas leis da linguagem são leis do inconsciente que fazem com que a metáfora se constitua no sintoma, e a metonímia caracteriza-se como desejo. “O desejo é propriamente a falta, é sempre desejo de outra coisa. Pois se o desejo é uma coisa, daqui a pouco é outra coisa e em seguida outra, porque a característica do desejo é ser metonímico” (QUINET, 2000, p. 33).

**Figura 13 – Destaque à magreza de Isabel Hickmann na Veja, 2013 (SD21)**



Fonte: Veja, 2013.

Dessa forma, falar do inconsciente estruturado como linguagem é falar de algo que não está escondido, mas presente na articulação de seus significantes. Diante desse contexto, Freud torna a psicanálise uma técnica ao recorrer à associação livre, que não é tão livre assim, pois o

inconsciente precisa repetir para elaborar, sendo isso manifestado através de sintomas que se relacionam com o desejo do sujeito. Convém esclarecer que “[o] sintoma para a psicanálise não tem a ver com o sintoma médico, e sim com os deslizamentos dos significantes (QUINET, 2000, p. 35).

Portanto, o corpo e suas significações são atravessados pelo inconsciente e pela ideologia que marca o posicionamento de cada sujeito, sendo isso enfatizado intensamente pela mídia, pois essas representações, principalmente acerca da figura feminina e sua relação com o corpo, não passam só por um conhecimento ou intimidade, mas se iniciam com uma representação da história da mulher através dos tempos.

## 4.2 Corpo, imagem e identidade

À medida que se avança do século XX para o século XXI, o sujeito – enquanto entidade estável e unificada – fragmenta-se, na medida em que ia construindo várias identidades contraditórias.

Stuart Hall (1996)

Mesmo aquelas identidades que permitem responder em conformidade com os objetivos da cultura estão em crise, devido às rápidas mudanças estruturais e institucionais.

Cunha (2014)

O sujeito é atravessado não só pela ideologia, mesmo que ela seja uma condição primordial para a constituição do sujeito, mas também pelo inconsciente. Nesse caso, o funcionamento da psique está relacionado à influência do contexto histórico-social sobre o sujeito, fazendo com que ele tenda a se identificar com os padrões sociais vigentes, o que faz com que cada um elabore um discurso filiado às formações discursivas que determinam sua posição de classe de acordo com uma formação ideológica determinada (MARIANI; MAGAHÃES, 2011, p. 132).

Nesse sentido, pode-se constatar que: primeiro, o desejo é representado por algo inatingível e que o sujeito pode conquistar algo que lhe falta. Diante de uma lógica capitalista contemporânea, isso se torna difícil ou até ilusório, porque o sujeito perde essa conquista, moldando-se cada vez mais ao efeito do mercado de consumo. Segundo, esse modo de operação

capitalista faz com que o sujeito não possa pensar em lidar com seus limites e falta, consequentemente se frustrando ou adoecendo.

Outro ponto importante a salientar é o conceito de identidade, que se expressa porque “os sujeitos sociais e os sentidos são históricos [...]. As identidades são, pois, construções discursivas” (GREGOLIN, 2007, p. 17). Cumpre enfatizar as práticas ideológicas que se ressignificam na fala do sujeito, por mais individual que ele possa parecer, pois o sujeito com sua estrutura psíquica, corpo, ideias e práticas está submetido à lógica da mercadoria<sup>13</sup>. Nesse contexto, o sentido de identidade pode ser compreendido como um processo de construção histórico-social ao longo do tempo.

Schilling (2000) avança seus conceitos sobre identidade, considerando o corpo como parte da identidade do sujeito, ou sendo a própria identidade do indivíduo, dada a valorização concedida ao corpo nos dias atuais. Isso se relaciona com a própria sociedade de consumo, que expõe o corpo como algo a ser consumido e que consome.

Williams e Bendelow (1998) lembram que na década de 1950, Schilder, médico neurologista e psiquiatra, foi o primeiro a apresentar o corpo sob um único conceito, a abranger assim os aspectos fisiológicos, psicológicos e sociais. Schilder define a imagem corporal como a imagem do próprio corpo formada na mente. Essa formação resulta das experiências e percepções do sujeito, como também das representações sociais. Freud considera que o conceito corporal é a base do desenvolvimento da identidade do indivíduo. Isso corresponde às primeiras experiências da criança quando ela começa a fazer a distinção entre seu corpo e o mundo exterior (CUNHA, 2014).

No tocante à imagem corporal, pode-se dizer que é a percepção do indivíduo em relação ao próprio corpo, pois, inconscientemente, o sujeito constrói uma imagem corporal que influencia suas vivências e relacionamentos. Os psicanalistas, ao utilizarem a imagem corporal como estudo, observaram que não se pode separar mente e corpo, pois estão interligados pelos fatores fisiológicos, psicológicos e sociológicos (WILLIAMS; BENDELOW, 1998, p. 98).

Na relação corpo e sujeito referente à imagem corporal, o sujeito é capaz de atribuir valores e significados diferentes a cada parte do corpo. Dessa forma, o corpo não é visto como algo físico, mas passa a ser considerado um objeto de investimento cultural, social, ideológico e psíquico (FERREIRA, 2013).

---

<sup>13</sup> Lógica da mercadoria é a base fundamental da sociedade capitalista, que faz com que os seres sociais sejam relegados em função da necessidade do capital de sempre lucrar mais e explorar ainda mais o trabalhador (FLORÊNCIO *et al.*, 2016).

Quanto à imagem corporal, pode-se enfatizar o papel do interdiscurso na medicina como uma ressignificação do que foi dito antes num determinando momento e que agora produz novos sentidos, pois enquanto a medicina recrimina a imagem corporal do emagrecimento em excesso, também recrimina, sob outra justificativa, a imagem corporal da gordura em excesso.

No caso das próximas sequências discursivas, o emagrecimento excessivo não está relacionado com a necessidade do corpo em acumular reservas para tempos difíceis, pois não somos mais nômades, e sim, sedentários.

Na **SD23** – *Ao perseguir magreza extrema e musculatura avantajada, o corpo vai se ressentir, avisa o endocrinologista Alfredo Halpern, do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo. Joga ainda contra o ideal de magreza o poderoso argumento de que o ser humano não foi programado assim e, agora, precisa conviver com a contradição entre uma cabeça que quer perder peso e um corpo que quer acumular reservas para os tempos difíceis*” (VEJA, 2013, p. 92), é importante considerar que nossos ancestrais lidavam com a escassez de alimentos e se locomoviam bastante para caçar ou pescar. Para sobreviverem, eles tinham de armazenar energia e queimar menos calorias.

Herdou-se, portanto, esse sistema eficiente de guardar energia para momentos difíceis e que se tornaram escassos com o tempo, devido ao progresso e aos avanços tecnológicos do ser humano. Por isso, a dificuldade da maioria das pessoas em manter o peso adequado (BARBOSA; SILVA, 2005). Esse discurso é certificado por um médico, uma autoridade científica. O discurso sobre o culto ao corpo magro institui uma linguagem que se configura na mediação histórico-social, pois “os dizeres não são apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentido produzidos em condições determinadas” (ORLANDI, 2013, p. 30).

As sequências discursivas 24 e 25 descrevem o bom metabolismo de algumas mulheres que não precisam de dieta, nem se angustiam em perder peso. **SD24** – *No mundo de hoje, poucas pessoas são mais invejadas do que aquelas que têm no DNA a fórmula de comer de tudo e não engordar. Isabel Goulart, 29 anos, a deslumbrante modelo de grifes famosas e anjo da Victoria's Secret, quando criança, em São Carlos, foi até levada pela mãe ao médico* (VEJA, 2013, p. 92). **SD25** – *“Ela queria saber por que eu comia tanto e continuava magra. Ele disse que era o meu biotipo.” É possível que a imagem corporal magra da modelo Isabel Goulart, resultado do seu biótipo, facilitou para que ela chegasse ao topo como modelo, fizesse parte do time da grife famosa e anjo da Victoria's Secret* (VEJA, 2013, p. 92).

De certa forma, pode-se considerar que a imagem do corpo magro e sarado da mulher, atualmente, decorre do que é estabelecido culturalmente em relação ao feminino por todo um

processo histórico-social. As condições de produção materiais do discurso são estampadas na mídia relacionada ao embelezamento do corpo. Mas não se pode esquecer as privilegiadas nessa sociedade de culto ao corpo, pois possuem um metabolismo magro, dispensando, na maioria das vezes, a dieta e os exercícios físicos.

Pêcheux compreende a produção de sentidos de um determinado discurso devido à inscrição nas relações sociais e aos efeitos de sentido entre os interlocutores. As palavras são produzidas numa conjuntura histórica e determinada pela classe social (SILVA SOBRINHO, 2011).

**Figura 14 – Destaque a Izabel Goulart (SD24 e SD25)**



Fonte: Vogue, 2014.



Figura 15 – Destaque ao perigo da “perseguição da magreza extrema”, na Veja (SD23)

“Ao perseguir magreza extrema e musculatura avantajada, o corpo vai se ressentir”, avisa o endocrinologista Alfredo Halpern, do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo. Joga ainda contra o ideal de magreza o poderoso argumento de que o ser humano não foi programado assim e, agora, precisa conviver com a contradição entre uma cabeça que quer perder peso e um corpo que quer acumular reservas para os tempos difíceis. No mundo de hoje, poucas pessoas são mais invejadas do que aquelas que têm no DNA a fórmula de comer de tudo e não engordar. Izabel Goulart, 29 anos, a deslumbrante modelo de grifes famosas e anjo da Victoria's Secret, quando criança, em São Carlos, foi até levada pela mãe ao médico. “Ela queria saber por que eu comia tanto e continuava magra. Ele disse que era meu biotipo”, lembra Izabel. Agora a grande e arriscada aventura radical da estética é desafiar a genética e conquistar um biotipinho. ■

**COLABOROU HELENA BORGES**

92 | 6 DE NOVEMBRO, 2013 | veja



Fonte: Veja, 2013.

Desde a década de 1980, os quesitos relativos à aparência ganharam um toque empresarial nos conselhos sobre beleza, alimentação ou publicidade de cosméticos e produtos de boa forma. Não só no surgimento de empresas ligadas ao embelezamento, à saúde corporal, mas, ultimamente, na exposição de modelos em *blogs*, *sites* e *Instagram* que anunciam produtos e serviços relacionados à beleza com postagens que exibem o corpo magro e musculoso como ditame social.

A indústria da beleza não conquistou só o público feminino de mulheres jovens que cultuam a saúde, a beleza e a juventude, mas também homens e mulheres *plus size* (acima do peso). No caso dos homens, as indústrias como a Clinique, a Guerlain, a Biotherm e a Nívea investiram em marcas de cosméticos para eles. “Hoje, jogadores de futebol, como o português Cristiano Ronaldo, figuram como modelos de beleza viril e, ao mesmo tempo, adeptos de depilações, uso de *gloss* nos lábios, entre muitos outros produtos e serviços anteriormente vistos como coisas de mulher” (SANT’ANA, 2014, p. 182). As imagens corporais masculinas e femininas *plus size* estão estampadas na mídia.

A ampliação do consumo por produtos de beleza atingiu também as mulheres *plus size*. Mesmo cheinhas e gordinhas, essas mulheres precisam cuidar da pele, dos cabelos e vestir roupas da moda. O mercado das modelos *pluz size* prioriza uma mulher gorda, mas que exponha sua gordura com algo bonito, perfeito. Uma famosa campanha do sabonete Dove (Verão sem vergonha – Dove)<sup>14</sup>, veiculada em 2012, exibiu modelos gordas que não apareciam com celulite. Algo irreal para quem tem quilos a mais. Tratou-se de um truque do *photoshop*, instrumento que auxilia a mídia e corrige imperfeições (SANTANA, 2014, p. 182).

**Figura 16 – Destaque a Bella Falconi como precursora do culto à magreza, na Veja – 2013 (SD26 e SD27)**



Fonte: Veja, 2013.

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Bdf4OS9nskQ>>. Acesso em: 20 jun. 2019.



As sequências discursivas 26 e 27 descrevem o ideal de beleza contemporâneo – o corpo magro e musculoso exposto nas mídias sociais, com milhões de seguidores, que têm como referência a tríade beleza-juventude-saúde. **SD26:** *A carioca Carol Buffara, 28 anos (mais de 200.000 seguidores), e as baianas Gabriela Pugliesi de 28 anos (400.000 seguidores), e Carola Magalhães (130.000 seguidores). Elas são as musas da magreza musculosa que elevam o ideal de beleza esquelética a um novo e ainda mais ousado patamar* (VEJA, 2013, p. 86; 88).

O mercado da beleza, nos tempos atuais, investe no que gera lucro, e a mídia é o principal suporte desses investimentos. Quando se fala de corpo, o que ainda prevalece é o corpo magro e turbinado, o corpo que aos olhos do outro seja impecável, sem falhas mesmo para modelos magras, *plus size* e os homens. O estigma e a marginalização do corpo se constituem como marcas e defeitos do que não pode ser belo. Como diz Caetano Veloso (1978): “Narciso acha feio o que não é espelho”. O espelho reflete o que é belo e o que é feio fisicamente no ser humano.

Dessa forma, há a predominância de um sujeito fragmentado, moldado aos ditames da sociedade capitalista, como também uma concepção ideológica que dá suporte às relações sociais de produção, às determinações de classe e à cultura como condição para se consolidar e desenvolver (FLORÊNCIO *et al.*, 2016).

Na **SD27** – *O arcabouço de músculos que disfarça o pouco peso lhes empresta um jeito de gente, por assim dizer, normal, do tipo que todo mundo consegue imitar. Resultado: o que era inalcançável fica parecendo possível, e vale tudo para chegar lá* (VEJA, 2013, p. 86). No que diz respeito à compreensão desses dizeres, Bakhtin (1981, p. 35) anota: “A ideologia não pode derivar da consciência, como pretendem o idealismo e o positivismo psicologista. A consciência adquire forma e existência nos signos criados por um grupo organizado no curso das suas relações sociais”.

Um corpo físico pode ser considerado um instrumento de trabalho e um produto de consumo da sociedade atual, mas, por trás disso, é retratada outra representação sobre o corpo feminino, conveniente aos padrões vigentes da sociedade.

### 4.3 O corpo como fetiche de consumo na contemporaneidade

Desde a década de 1980, melhorar a aparência ganha um aspecto claramente empresarial nos conselhos de beleza, na publicidade de cosméticos, alimentos e produtos para a boa forma: era necessário identificar as oportunidades para otimizar a *performance* física,

conceber o corpo como um ente carente de investimentos e, ao mesmo tempo, um campo propício para realizá-lo.

Denise Sant’Ana (2014)

Na atualidade, a saúde fica atrelada à boa forma, que produz duas visões sobre o corpo feminino: a primeira diz respeito à noção de saúde representada pelo corpo magro como um projeto de consumo devido à disciplina alimentar e ao trabalho muscular para adorná-lo; a segunda, quando a saúde é vista como uma visão libertadora, aparentemente, que torna o corpo feminino adepto da indústria da beleza. Nesses dois aspectos, o corpo feminino se converte em escravo do consumo e subordinado à lógica capitalista, para a construção da imagem corporal ideal ditada pelos padrões sociais vigentes.

No entanto, esse corpo magro que se torna também musculoso simboliza a preocupação com a saúde e com a aparência, pois se constitui como uma atitude social correta nos dias de hoje e traduz outra situação que faz com que esse corpo trabalhado seja uma referência ou possa parecer ao outro “a tradução de uma imagem de autossuficiência e sucesso que é o ideal das sociedades (pós) modernas. Os corpos tornam-se assim objetos para serem comprados e vendidos de acordo com a moda” (CUNHA, 2014, p. 73).

É o que retratam as sequências discursivas 28, 29 e 30. Nos tempos atuais, o quanto é interessante a apresentação do corpo como simbolização de algo perfeito, ícone do consumo e representante da saúde do corpo.

**SD28** – *Gabriela Pugliese, 29 anos, não paga academia, intervenções estéticas, viagens, tratamento em spa, roupas, sapatos, acessórios, joias, balada nem refeições. Nesse escambo da era digital, até a ração do seu pitbull Buda sai na faixa. Como moeda de troca, exhibe os produtos e serviços na internet. Somente no Instagram possui cerca de 1,5 milhão de fãs* (Publicado em 3 de outubro de 2015, pela **Veja** São Paulo, por Ana Carolina Soares; postado na internet no dia 1º de junho de 2017).

Nesse caso, pode-se constatar que nas sociedades ocidentais é a mulher que tem recebido mais pressão para expor o corpo (CUNHA, 2014). Essa materialidade discursiva que relata o dia a dia da modelo Gabriela Pugliese evidencia o corpo feminino da modelo como um produtor de consumo, e seus seguidores como consumidores dos seus produtos e serviços, atrelada a uma ideologia da lógica capitalista atual que evoca esse estilo de vida contemporâneo.

O que Gabriela Pugliese divulga como mercadoria ou produto destina-se à troca e à venda. Seus patrocinadores negociam a permuta, sendo a modelo isenta de pagar intervenções

estéticas, academias, tratamentos em spa, roupas, sapatos, acessórios, joias e viagens, desde que divulgue seus produtos.

O capitalismo oferece mercadorias a serem consumidas que provocam no sujeito uma necessidade interna de tê-las. Muitas vezes, essa compulsão para consumir cria no sujeito uma forma de sanar a falta constitutiva em todo ser humano. Esses modelos podem ganhar fortunas expondo seu corpo malhado nas redes sociais, mas não ganham tanto como a indústria que as patrocina, porque apesar da aparência elitizada, elas não são donas do capital.

Na **SD29** – *Nem tudo é permuta. As empresas vão atrás do público enorme que curte sua rotina, da foto em que aparece acordando no seu flat do Morumbi com o novo namorado ao vídeo que a mostra fazendo agachamento. Com ações patrocinadas (um post do tipo pode custar 10.000 reais), ela fatura mais de 100.000 reais por mês* (Publicado em 3 de outubro de 2015, pela **Veja** São Paulo, por Ana Carolina Soares; postado na internet no dia 1º de junho de 2017).

Isso pode ser analisado à luz do que Pêcheux (1997, p. 160) formula em relação às formações ideológicas:

As palavras, expressões, proposições, mudam de sentido, segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referências às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem.

É importante mencionar que os patrocinadores vão atrás do público que “curte” a rotina pessoal da modelo que mostra uma vida saudável, mas glamorosa, pois mora num *flat* no Morumbi, bairro de classe alta em São Paulo. Isso demarca uma exclusão, pois confere representatividade a quem pode acordar “bem” para fazer exercícios físicos e ter namorado no Morumbi. Dessa forma, o sujeito vai construindo sua identidade numa rede de relações que afirma seu pertencimento, prevendo os efeitos de sentido a ser produzidos (FERREIRA, 2011), sem esquecer que as formações ideológicas comportam as posições de classe (PÊCHEUX, 2014).

Na **SD30** – *Recomenda exercícios, dietas, suplementos, looks, academias, médicos, hotéis [...]. “São as novas Midas: os artigos que divulgam vendem como água”, explica Rafael Coca, sócio-gerente da agência SPARK INC, especializada em publicidade digital. As credenciais para esse trabalho? Ostentar um corpo musculoso e, na maioria das vezes, uma vasta cabelereira loura.* (Publicado em 3 de outubro de 2015, **Veja** São Paulo, por Ana Carolina Soares; postado na internet no dia 1º de junho de 2017). No que diz respeito às supermodelos,

elas postam fotos do corpo sarado e aconselham dietas milagrosas ou incentivam exercícios físicos como se fosse rápida a transformação de qualquer corpo num corpo magro e musculoso.

É importante frisar o processo de alienação entre as modelos e seus seguidores. A exposição diária e os comentários têm como intuito vender os cosméticos e os produtos de *fitness* que as blogueiras utilizam no corpo, para os consumidores, que se deixam influenciar com essa exposição na mídia. Trata-se de um processo de alienação, porque o discurso produzido nessas relações traz uma prática de perversão que faz com que o sujeito deseje alcançar um prazer, muitas vezes, inalcançável, e os meios para consegui-lo podem levar ao adoecimento, como a anorexia, ou ao endividamento, pela compulsão em comprar o que não tem condições de pagar.

É verdade que se vive num mundo que cobra que se seja bom em todos os aspectos da vida. “Ninguém aceita menos que a perfeição” (GARBIN, 2017, p. 92). Ao se tentar ser perfeito, carrega-se “esse fardo” por medo de falhar, de cometer erros e não corresponder às expectativas do outro. Como não se é bom o bastante, falta algo a ser preenchido. Isso atinge a autoestima e gera o adoecimento. Uma das estratégias usada pela indústria da beleza é fazer as mulheres se sentirem feias, gordas, inadequadas à sociedade, como forma de obter lucros e produzir soluções para acabar com a feiura e a obesidade. Enfim, tentar “consertar os defeitos”.

A partir desse contexto, pode-se salientar o oposto do corpo magro e saudável, que é a anorexia. Esta se configura a partir de um conjunto que engloba problemas familiares, dificuldade de aceitação social e obsessão por um corpo bonito e magro, ocasionando uma distorção da imagem corporal. Muitas vezes, o grau de destrutividade é significativo e pode levar à morte ou a casos graves de adoecimento (FRANÇA, 2011).

Na **SD31** – *Não posso dizer que fiquei doente por causa do Instagram, mas com certeza ele entrou na fórmula que me levou a ser internada no Hospital das Clínicas, há um ano, com apenas 30 quilos*” (VEJA, 2013, p. 92). A anorexia pode ser comparada à histeria do século XIX: são somatizações. E é o corpo, principalmente o feminino, em evidência, o que remete à relação entre o já-dito e o que se diz (interdiscurso e intradiscurso), pois os discursos constituídos entram nas formações discursivas ressignificando o já-dito em outros espaços e lugares. É um movimento de retorno e de identificação (FLORÊNCIO *et al.*, 2016).

Na **SD32** – *“Cada vez que expunha meu corpo emagrecido como um troféu, era aplaudido por gente doente como eu”, conta a publicitária paulista Amanda Melito, 28 anos, 1,58 m. Ela convive com a anorexia desde os 14 anos, passou três meses hospitalizada no ano passado e, até hoje, tem acompanhamento semanal com psiquiatra e nutricionista* (VEJA, 2013, p. 92). É interessante pontuar que a jovem exibiu seu corpo doente como um troféu e foi

aplaudida por gente doente como ela. Isso lembra as histéricas em suas crises de conversão como um teatro do corpo apresentado aos médicos e familiares no século XIX. As questões da feminilidade são reeditadas em determinado momento histórico e social.

Quanto aos discursos, Florêncio *et al.* (2016, p. 81) afirmam que: “[a] esse lugar anterior, onde estão os já-ditos, prontos a serem convocados, a AD denomina memória discursiva, como um lugar de retorno a outros discursos, não como uma repetição, mas como uma ressignificação”. Nesse sentido, pode-se dizer que os discursos não se produzem sem memória, inconsciente e ideologia.

Na **SD33** – *As fotos em preto, branco e cinza das meninas obceçadas por perder peso são curtidas e seguidas por quem sofre da mesma angústia. “Elas se sentem sozinhas por viver escondidas e, nas redes sociais, conseguem se conectar com gente na mesma situação. Ali se mantêm ligadas à doença”, diz a nutricionista Manoela Figueiredo, do Grupo Especializado em Nutrição e Transtornos Alimentares (GENTA), de São Paulo* (VEJA, 2013, p. 93). É possível que a anorexia representada por fotos postadas em preto, branco e cinza represente cores que simbolizam uma forma de divulgar a magreza dita patológica, a magreza que foge dos moldes do corpo ideal determinado pela sociedade, o adoecimento. É o gozo das anoréxicas difundido pelas redes sociais comparando-se a uma forma narcísica de exibição.

Eis a **SD34** – *Na rede, trocam dicas sobre como disfarçar seus hábitos, apoiam-se e elogiam-se mutuamente, entre referências ao sofrimento que a doença lhes impinge: “autoflagelo”, “escondendo a dor”, “sou uma garota sem valor” são constantes* (VEJA, 2013, p. 93). Há um tom perverso em relação aos dizeres “autoflagelo”, “escondendo a dor”, “sou uma garota sem valor” como postagem, além de fotos que denunciam a magreza mórbida postada na internet. Essa situação não denuncia só a doença em si, mas sim um gozo. A palavra gozo comumente é um sinônimo de prazer, mas para a psicanálise é “o excesso mais além do prazer ou uma manifestação do corpo próxima à dor e ao sofrimento” (DOMINGUES PINTO, 2011, p. 260).

Freud, em **Além do Princípio do Prazer** (1920), afirma que “as impressões frequentemente dolorosas são, muitas vezes, fontes de fortes gozos e não correspondem às condições requeridas pelo princípio do prazer”. O princípio de prazer, segundo a teoria freudiana, é o princípio regulador da pulsão de vida, enquanto o gozo é o princípio de nirvana que resulta na pulsão de morte.

Figura 17 – Destaque ao alerta das especialistas, na Veja 2013 (SD33 e SD34)



Fonte: Veja, 2013.

A origem do comportamento anoréxico numa mulher não só indica, segundo os psicanalistas, uma dificuldade do aparelho psíquico de integrar-se a uma real identidade feminina, possivelmente proveniente de um fracasso nas primeiras relações entre mãe e filha, mas as vivências desestruturantes e traumáticas que fazem com que maltratam o corpo, levando à angústia e ao adoecimento.

Pode-se dizer que o corpo de um sujeito é um corpo social, que se constitui através das instituições e suas práticas que, ideologicamente, determinam o modo pelo qual o sujeito pensa, sente e age. Isso implica que o sujeito se relaciona com seu corpo mediante as suas memórias e o discurso que o significa, o que atribui efeitos de sentido.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos dias de hoje, o corpo ganhou relevância enquanto valor. Saiu do espaço privado de manifestação individual, das instituições, e conquistou o espaço público, influenciado pela mídia que o expõe em *outdoors* e em outros meios de comunicação, assim como cultua padrões de formas físicas perfeitas, estéticas e midiáticas em detrimento de comportamentos afetivos e relacionais. Numa sociedade imagética como a contemporânea, há de se considerar o sofrimento psíquico e social decorrente das cobranças sociais sobre o corpo, especialmente o feminino.

A aparência física torna-se um estilo de vida na contemporaneidade, pois para ter um corpo magro, jovem e saudável, o sujeito deve empreender superesforços e um investimento financeiro significativo a fim de alcançar a meta estabelecida por uma singularidade que se torna padrão para todos os sujeitos. É considerada como uma forma de sucesso e o ideal das sociedades denominadas pós-modernas. Os corpos passam a ser vendidos ou comprados de acordo com as regras do consumo (CUNHA, 2014).

Esses dados referentes ao corpo passam a ser uma das principais contradições relativas a ele. As supermodelos com seu corpo magro e musculoso, destacadas na edição 2.346, de 6 de dezembro de 2013, da revista **Veja**, vendem a imagem do corpo e seus produtos associados para fazer de seus seguidores consumidores fiéis. A segunda contradição está relacionada ao corpo orgânico e ao alimento. É compreensível que algumas jovens mulheres tenham um bom metabolismo quanto à ingestão de alimentos e difiram de outras que precisam sempre estar em dieta para ter o corpo perfeito, mesmo que sacrifiquem sua saúde. Por último, há a terceira contradição do corpo, que reside no poder aquisitivo para o investimento na beleza. Nem todas as mulheres de diferentes classes sociais podem assumir esse custo, pois são investimentos elevados que contabilizam um ganho de milhões de reais para a indústria da beleza. A consequência da obsessão pelo corpo magro é o adoecimento psíquico e físico.

Mary Del Priore (2000, p. 11) considera que a história das mulheres passa pela história de seus corpos, e observa: “Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nossos corpos da desgraça da rejeição social. Nosso tormento não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho”. Vive-se numa época em que o sujeito expressa uma maneira própria de inscrever suas angústias e conflitos no seu corpo e com a sua alimentação. Nos dias atuais pode-se observar, por um lado, as cobranças sociais por um corpo magro e perfeito, e, por outro, um número crescente de patologias alimentares, como a obesidade e a anorexia.

Este trabalho teve como objetivo analisar a constituição do discurso sobre o corpo feminino como fetiche de consumo na atualidade, pontuando a influência da mídia nesse comportamento, como também no consumo. Buscou desvelar os sentidos desse discurso sobre o corpo, articulando o sujeito histórico, social e ideológico em um dado momento, à luz da AD Francesa, e destacar as categorias teórico-metodológicas (condições de produção, formação ideológica, interdiscurso e intradiscurso).

A partir das sequências discursivas analisadas e sedimentadas nos estudos da AD Francesa, pôde-se refletir sobre o discurso do corpo feminino na mídia impressa e internet, como fetiche de consumo, na contemporaneidade, da seguinte maneira: primeiro, foi possível constatar que esse discurso sobre o corpo feminino é uma forma de assujeitamento ao que é determinado socialmente, gerando contradições nessa relação sujeito e corpo atravessados pela linguagem, pela ideologia e pelo inconsciente. Segundo, as palavras e os textos podem ter diferentes sentidos e dependem de uma dada formação ideológica. Nesse caso, a reportagem da revista **Veja** (2013) intitulada “**A nova forma de magreza: a estética do risco**” mostra diferentes sentidos do discurso, pois a primeira parte da reportagem é o culto ao corpo magro e musculoso e como as supermodelos (as blogueiras) difundem produtos a serem consumidos; já a segunda parte destaca o adoecimento físico e psíquico resultante das dietas para emagrecer, exercícios físicos, adoção de procedimentos cirúrgicos e cosméticos. Isso mostra a posição em que se colocam ou são colocados os sujeitos. Terceiro, está relacionada ao discurso sobre feminilidade e corpo na contemporaneidade, o qual representa o já-dito, uma resignificação dos padrões de beleza sempre impostos às mulheres num determinado tempo e lugar.

A relevância desta tese encontra-se no fato de que é preciso compreender o efeito de sentido do discurso sobre o corpo feminino como uma representação estética na contemporaneidade, um ícone do consumismo e da exposição midiática que se revela na apresentação de uma mulher magra e musculosa, devido aos exercícios nas academias, à alimentação *light* e aos suplementos que são parte do processo. Assim, a imagem do corpo ideal é fabricada em série, pois a proposta é que todas as mulheres passem a ter o mesmo cabelo loiro, o mesmo rosto delineado por um padrão estético em procedimentos cirúrgicos, e um corpo magro, musculoso e tonificado em academias. Trata-se de um processo ditado pela lógica capitalista.

Os estudos sobre essa questão são amplos e não se esgotam aqui. Foram subsidiados pela AD Francesa, que abrange os aspectos sociais, ideológicos, psicanalíticos e linguísticos; estes se configuram como uma mediação necessária entre o homem e sua realidade social. Essa mediação é o discurso que representa o lugar onde se pode relacionar língua e sujeito e suas



produções de sentido num dado momento histórico (ORLANDI, 2013). No que diz respeito às limitações existentes neste trabalho, ressalta-se a relativa às referências bibliográficas concernentes ao corpo feminino, ao consumo e ao adoecimento físico e psíquico nos estudos da Análise do Discurso.

Portanto, o corpo feminino é visto como um capital, um investimento que requer tempo, energia e dinheiro para “moldá-lo” como um projeto a longo prazo, a fim de enfrentar um inimigo cruel: a ação do tempo. Enlouquecidas com essa constatação, a partir da determinação sócio-historicamente de que devem assumir o discurso do consumo estético, as mulheres procuram consumir todo produto que as deixe jovens, belas e magras, sem as marcas do tempo nem os excessos de gordura que devem ser apagados para a existência desse corpo perfeito. Mas ficam as marcas da alma, das falhas, da falta, que constitui um mal-estar permanente, um vazio existencial da vida.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Ana Luísa. Configurações Contemporâneas da Feminilidade: um olhar psicanalítico. **Perspectivas em Psicologia**, v. 19, n. 1, p. 35-37, 2015.

AMARAL, Maria Virgínia Borges. A dialética do arquivo: “pensar para trás”, entender o presente e mudar o futuro. *Conexão Letras*, Porto Alegre, v. 9, p. 11-22, 2014.

AMORIM NETO, Miguel Romeu. **Organização do Conhecimento na Ciência da Informação: uma análise métrica nos periódicos brasileiros (1972-2012)**. 2013. 176f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, do Instituto de Arte e comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

ANDRADE, Carlos Drummond. **Corpo**. 16. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

ANZIEU, Didier. **Le moi-peau**. Paris: Dunod, 1985.

ARAÚJO, José Antônio. As diferenças, as pulsões, o narcisismo e as desavenças. *Periódico Eletrônico em Psicologia Cogito*, v. 6, Salvador, 2004. Disponível em: <http://www.círculopsi.ba@veloxmail.com.br>. Acesso em: 20 dez. 2017.

AZEVEDO, Aline Fernandez de. Sentidos do corpo: metáfora e interdiscurso. **Linguagem em (Dis)curso** – LemD, Tubarão, Sc, v. 14, n. 2, p. 321-335, maio/ago. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-140206-3613>. Acesso em: 31 out. 2018.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1981.

BARBARI, Marcos Aurélio. O fracasso do intervalo semântico: significante, sentido e corpo. In: INDURSKY, Freda (Org). **Análise do Discurso: dos fundamentos aos desdobramentos**. Campinas: Mercado das Letras, 2015.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1982.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: fatos e mitos**. Tradução de Sérgio Milliet. 4. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2017.

BIRMAN, Joel (Org). **Feminilidades**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2002.

BIRMAN, Joel. **O sujeito na contemporaneidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

BIRMAN, Joel. **Mal estar na atualidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades – Limites da democracia no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018.

BOURDIEU, Pierre. *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1979.

BRUNO, Cássia A. N. Barreto (Org.). **Distúrbios Alimentares** – uma contribuição da psicanálise. Rio de Janeiro: Imago, 2012.

CALLIGARIS, C. **A mulher de vermelho e branco**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

CÂNDIDO, Danielle. **Medo e suas vias de consumo**. Curitiba: Appris, 2017.

CANTON, Kátia. **Corpo, Identidade e Erotismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CARVALHO, Renata Silva de; AMARAL, Ana Carolina Soares; FERREIRA, Maria Elisa Caputo. Transtornos alimentares e imagem corporal na adolescência: uma amostra da produção científica em psicologia. **Revista Psicologia: teoria e prática**, v. 11, n. 3, São Paulo, 2009.

CAVALCANTE, Maria do Socorro (Org.). **Linguagem, Discurso, Ideologia**. Maceió: Edufal, 2017.

CHASIN, José. Manifesto editorial II. In: MÉSZAROS, Istvan. **A necessidade do controle social**. São Paulo: Ensaio, 1987.

CORBIN, Alain (Org.). **História do Corpo**. Petrópolis: Vozes, 2008. v. 2; 3.

COURTINE, Jean Jacques. **Decifrar o corpo**. Petrópolis: Vozes, 2013.

COUTINHO, Ângela. A escuta analítica, o corpo e a contemporaneidade em **Revista Tempo Psicanalítico**, v. 40, n. 2, Rio de Janeiro, 2008.

CUNHA, Maria João. **Corpo e Imagem na Sociedade de Consumo**. Lisboa: Clássica, 2014.

CURADO, Adriano. **Revolução Verde**: o que foi, conceito, técnicas, características e críticas. 2019 [versão digitalizada]. Disponível em: <http://www.conhecimento.cientifico.r7.html>  
Acesso em: 21 nov.2019.

DAVIS, Angela. **Mulheres, Raça e Classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DAVIS, Natalie. **Women on Toop**, dans son *Society in Early Modern France*, Stanford, Calif, 1975, p. 124-51, 1975.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 1967 [versão digitalizada]. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.com/eLibris/socespetaculo.html>. Acesso em: 19 jun. 2013.

DEL PRIORE, Mary. **Histórias e Conversas de Mulheres**. São Paulo: Planeta, 2013.

DEL PRIORE, Mary. **História do Corpo no Brasil**. São Paulo: EdUNESP, 2011.

- DEL PRIORE, Mary. **Corpo a Corpo com a mulher**: pequenas histórias das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 1992.
- DOLTO, Françoise. **A imagem inconsciente do corpo**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.
- DOMINGUES PINTO, Maria Cristina Pacheco. Anorexia: complexa relação mãe-filha-alimento e a questão do gozo na anorexia. In: BRUNO, Cássia Aparecida Nuevo Barreto (Org). **Distúrbios Alimentares**: uma contribuição da psicanálise. Rio de Janeiro: Imago, 2011.
- DONATO, Veruska .Oito em cada dez adolescentes podem ter distúrbio alimentar. **Jornal do G1**. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2014/01/oito-em-cada-dez-adolescentes-podem-ter-disturbio-alimentar.html>. Acesso em: 13 jun. 2019.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio**: o dicionário da Língua Portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
- FERREIRA, Maria Cristina Leandro. O Corpo como Materialidade Discursiva. **Redisco**, Vitória da Conquista, Bahia, v. 2, n. 1, p. 77-82, 2013.
- FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Org.). **Oficinas de Análise do Discurso**: conceitos em movimento. Campinas: Pontes, 2015.
- FERREIRA NETTO, Geraldino Alves. **Doze lições sobre Freud e Lacan**. 4. ed. Campinas: Pontes, 2015.
- FIORIN, José Luiz. **Linguagem e Ideologia**. São Paulo: Ática, 2007.
- FLORENCIO, Ana Maria *et al.* **Análise do Discurso**: fundamentos e prática. Maceió: Edufal, 2016.
- FRANÇA, Nely Regina A. F. Transtornos Alimentares: uma visão psicanalítica. In: BRUNO, Cássia Aparecida Nuevo Barreto (Org). **Distúrbios Alimentares**: uma contribuição da psicanálise. Rio de Janeiro: Imago, 2011.
- FRANÇA PAIVA, Eduardo. Corpos pretos e mestiços no mundo moderno. In: DEL PRIORE, Mary; AMANTINO, Marcia (Org.). **História do Corpo no Brasil**. São Paulo: EdUnesp, 2013.
- FREUD, Sigmund. Estudos sobre a Histeria. In: **Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1985. v. II. (Edição Standard Brasileira).
- FREUD, Sigmund. Três Ensaio sobre a Sexualidade. In: **Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1905. v. XVI. (Edição Standard Brasileira).
- FREUD, Sigmund. Além do Princípio do Prazer. In: **Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1920. v. XVII. (Edição Standard Brasileira).

- FREUD, Sigmund. Algumas consequências psíquicas da diferença anatômica entre os sexos. In: **Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1925. v. XIX. (Edição Standard Brasileira).
- FREUD, Sigmund. Inibição, Sintoma e Angústia. In: **Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1926. v. XVII. (Edição Standard Brasileira).
- FREUD, Sigmund. Novas conferências introdutórias sobre a psicanálise: conferência XXXII – Feminilidade. In: **Obras Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago. 1932. v. XXII. (Edição Standard Brasileira).
- FREUD, Sigmund. **Mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1930 [1929]. (Edição Standard Brasileira).
- FRIEDRICH, Engels; MARX, Karl. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Expressão Popular, 2014.
- GARBIN, Daiana. **Fazendo as pazes com o corpo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- GARCIA-ROSA, Luis Alfredo. **Freud e o Inconsciente**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- GOLDEMBERG, Mirian. **O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- GOMEZ, Perez. A. L. **A cultura escolar na sociedade neoliberal**. Porto Alegre: Artmed, 2001.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do Discurso e Mídia: a (re) produção da identidade. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 4, n. 11, p. 11-25, São Paulo, 2007.
- HERNANDES, Nilton. **A revista Veja e o discurso do emprego na globalização – uma análise semiótica**. Maceió: Edufal, 2004.
- KAUFMANN, Pierre. **Dicionário Enciclopédico de Psicanálise: o legado de Freud e Lacan**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.
- KEHL, Maria Rita. A Mínima Diferença. In: **Blog da Boitempo**. São Paulo, 2 mar. 2015. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2015/03/02/maria-rita-kehl-a-minima-diferenca/>. Acesso em: 2 maio 2016.
- KEHL, Maria Rita. **Deslocamento do feminino**. Rio de Janeiro: Imago, 1999.
- KOLONTAI, Alexandra. **A Nova Mulher e a Moral Sexual**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2011.
- KRISTEVA, Julia. **As novas doenças da alma**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- LACAN, Jacques. O Seminário, livro XX: **Mais ainda [1972-1973]**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1982.

LACAN, Jacques. O Seminário, livro XVII: **O avesso da psicanálise [1960-1970]**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

LAPLANCHE, J. **Vocabulário da Psicanálise**. São Paulo: Martins Fontes, 1967.

LEBRUN, Jean Pierre. **A perversão comum: viver junto sem o outro**. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.

LEBRUN, Jean Pierre. **Um mundo sem limite: ensaios para uma clínica psicanalítica do social**. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2001.

LE BRETON, David. **Antropologia do corpo e modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2003.

LESSA, Sérgio. **Mundo dos homens: trabalho e ser social**. 3. ed. São Paulo: Instituto Lukács, 2012.

LESSA, Sérgio; TONET, Ivo **A introdução à Filosofia de Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2014.

LIMA, Nádia Regina L. B. **O feminismo na psicanálise**. Maceió: Edufal, 2001.

LUCKÁCS, Gyorgy. **Ontologia do ser social**. São Paulo: Boitempo, 2013.

MAGALHÃES, Belmira. **Ideologia e Inconsciente: mais-valia e mais gozar**. Maceió: Edufal, 2017.

MAGALHÃES, Belmira. **As marcas do corpo contando a história: um estudo sobre a violência doméstica**. Maceió: Edufal, 2005.

MAGALHÃES, Belmira. O sujeito do discurso: um diálogo possível e necessário. **Revista em (Dis)curso**, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Unisul, v. 3, número especial, Santa Catarina, Editora Unisul, 2003.

MAGALHÃES, Carol. **Blog A Healthy Lifestyle**. 2013. Disponível em: [www.carolmagalhaes.com](http://www.carolmagalhaes.com). Acesso em: 3 maio 2016.

MAISONNEUVE, J.; BRUNCHON-SCHWEITER, M. **Módes du corps et psychologie esthétique**. Paris: PUF, 1981.

MARIANI, Bethania; MAGALHÃES, Belmira “Eu quero ser feliz”. O sujeito, seus desejos e a ideologia. In: INDURSKY, Freda (Org.). **Memória, História na/da Análise do Discurso**. Campinas: Mercado das Letras, 2011.

MARX, Karl. **O Capital**. 3. ed. Bauru: Edipro, 2016.

MENESES, Adélia Bezerra. **Figuras do Feminino – na canção de Chico Buarque**. São Paulo: Ateliê, 2000.

MINERBO, Marion. O tédio e a clínica do vazio. **Revista Brasileira de Psicanálise**, v. 51, n. 3, 53-63, 2017.

MINERBO, Marion. **Neurose não é neurose**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2009.

MIRANDA, Marina Ramalho. A complexidade da relação mãe-filha nas patologias dos contrários. In: BRUNO, Cássia Aparecida Nuevo Barreto (Org.). **Distúrbios Alimentares: uma contribuição psicanalítica**. Rio de Janeiro: Imago, 2010.

MORAES, Dênis de. **Mídia, Poder e Contrapoder**. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

MOREIRA, Luciano. Linguagem, discurso e ideologia: a materialidade histórica e social dos sentidos. In: CAVALCANTE, Maria do Socorro Aguiar de Oliveira (Org.). **Linguagem, Discurso, Ideologia: a materialidade dos sentidos**. Maceió: Edufal, 2017.

MURARO, Rose; BOFF, Leonardo. **Feminino e Masculino: uma nova consciência para o encontro das diferenças**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

NUNES, Silvia Alexim. O feminino e seus destinos: maternidade, enigma e feminilidade. In: BIRMAN, Joel (Org.). **Feminilidade**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2002.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e Análise: sujeito, sentido, ideologia**. Campinas: Pontes, 2012.

ORLANDI, Eni P. **Análise do Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2013.

PATEMAN, Carole. **O Contrato Sexual**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra., 1993

PÊUCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso**. Campinas EdUnicamp, 2014.

PÊUCHEUX, Michel. Sobre a (des-)construção das teorias linguísticas. **Cadernos de Tradução**. 2. ed. Porto Alegre: Instituto de Letras/UFRGS, 1998.

PÊUCHEUX, Michel. **Discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Pontes, 1990b.

PÊUCHEUX, Michel. A Análise do Discurso: três épocas (1983). In: GADET F.; HAK, T (orgs.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Editora da Unicamp, p. 311-318, 1990a.

QUINET, Antônio. **A descoberta do inconsciente: do desejo ao sintoma**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

RAMIRES, Lídia. **“Eles Conseguiram”** – os sentidos de “sucesso” no jornalismo de televisão. Maceió: Edufal, 2017.

RAMONET, Ignacio. Meios de Comunicação: um poder a serviço de interesses privados? In: MORAES, Dênis (Org.). **Mídia, poder e contra poder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

ROLAND, C. Um sujeito para o objeto. In: Goldenberg, Ricardo. **GOZA: capitalismo, globalização, psicanálise**. Salvador: Álgama, 1997.

- ROUDINESCO, Elisabete. **Sigmund Freud: na sua época e em nosso tempo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.
- SAFIOTTI, Heleith. **Gênero, Patriarcado, Violência**. São Paulo: Expressão Popular, 2015.
- SANTANA, Denise Bernuzzi de. **História da Beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.
- SANTOS, Silvana Maria de Barros. **A obesidade e o sobrepeso de adolescentes mulheres na atualidade: um olhar psicanalítico**. 2013. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) – Pontifícia Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2013.
- SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2012.
- SCHETTINI, Cristiana. O que não se vê: corpos femininos de um jornal malicioso. In: DEL PRIORI, Mary; AMANTINO, Marcia (Org.). **História do Corpo no Brasil**. São Paulo: EdUnesp, 2013.
- SCOTT, Joan. **Gender: a useful category of history analyses**. Gender and politics of history. New York: Columbia University Press, 1989.
- SERRANO, Pascual. Outro jornalismo possível na internet. In: MORAES, Dênis (Org.). **Mídia, Poder e Contra Poder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.
- SHILLING, C. The body. In: BROWING, G; HALCLI, A.; WEBSTER, F. (Ed.). **Understanding Contemporary Society: theories of the present**. London: Sage Pub, 2000.
- SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes insaciáveis – anorexia, bulimia e compulsão alimentar**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.
- SILVA SOBRINHO, Helson Flávio da. **Discurso, Velhice e Classes Sociais**. Maceió: Edufal, 2007.
- SILVA SOBRINHO, Helson Flávio da. Sujeito do Discurso, Ideologia e Luta de Classe: um espectro ronda a Ad e não cessa de produzir efeitos. In: INDURSKY, Freda (Org.). **Memória, História na/da Análise do Discurso**. Campinas: Mercado das Letras, 2011.
- SILVEIRA, Paulo; DORAY, Bernard (Org.). **Teoria marxista da subjetividade**. São Paulo: Vértice, 1989.
- SOLER, Colette. **O que Lacan dizia das mulheres**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- THOMAZ, Jersuí. **Trilhamentos do Feminino**. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2001.
- TIBURI, Márcia. **Feminismo em Comum**. 4. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.
- VEJA, Revista. **A nova forma de magreza: a estética do risco**. 23. ed., ano 46, n. 45, São Paulo: Abril, 6 dez. 2013.
- WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala**. 74. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.



WINNICOTT, Donald W. **O bebê e suas mães**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

WINNICOTT, Donald W. Da pediatria à psicanálise. In: **Obras Escolhidas**. Rio de Janeiro: Imago, 2000.

WINNICOTT, Donald W. **O ambiente e os processos de maturação**: estudos sobre a teoria do desenvolvimento emocional. Trad. Irineo Constantino Schuch Ortiz. Porto Alegre: Artmed, 1983.