



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE EDUCAÇÃO - CEDUC
CURSO DE LETRAS**

CLÁUDIA COSTA SANTOS

**A IDEALIZAÇÃO DE UM CORPO MAGRO: A CONSTRUÇÃO DE "NOVAS"
IDENTIDADES E IDEOLOGIAS**

**CAMPINA GRANDE
2016**

CLÁUDIA COSTA SANTOS

**A IDEALIZAÇÃO DE UM CORPO MAGRO: A CONSTRUÇÃO DE "NOVAS"
IDENTIDADES E IDEOLOGIAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Letras da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção da Licenciatura Plena em Língua Portuguesa.

Orientadora: Prof. Dr^a. Maria de Lourdes da Silva Leandro.

**CAMPINA GRANDE
2016**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

S237i Santos, Cláudia Costa

A idealização de um corpo magro [manuscrito] : a construção de "novas" identidades e ideologias / Cláudia Costa Santos. - 2016.

25 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2016.

"Orientação: Profa. Dra. Maria de Lourdes da Silva Leandro, Departamento de Letras e Artes".

1. Análise do Discurso 2. Ideologia 3. Identidade 4. Costumes Alimentares I. Título.

21. ed. CDD 400.41

CLÁUDIA COSTA SANTOS

A IDEALIZAÇÃO DE UM CORPO MAGRO: A CONSTRUÇÃO DE "NOVAS"
IDENTIDADES E IDEOLOGIAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Letras da Universidade Estadual
da Paraíba, como requisito parcial à obtenção
da Licenciatura Plena em Língua Portuguesa.

Aprovada em: 20/05/2016.

BANCA EXAMINADORA

Maria de Lourdes da Silva Leandro 9,0
Prof. Dr.^a Maria de Lourdes da Silva Leandro (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Alfredina Rosa Oliveira do Vale 8,0
Prof. Dr.^a Alfredina Rosa Oliveira do Vale
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Tânia Maria Augusto Pereira 8,0
Prof. Dr.^a Tânia Augusto Pereira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A IDEALIZAÇÃO DE UM CORPO MAGRO: A CONSTRUÇÃO DE "NOVAS" IDENTIDADES E IDEOLOGIAS

Cláudia Costa Santos¹
Maria de Lourdes da Silva Leandro²

RESUMO

O presente artigo está situado no campo da Análise do Discurso (AD), versão francesa, a fim de destacar a linguagem como o *locus* adequado para a produção do discurso ideológico, ou seja, é no estudo do discurso que se torna perceptível a ideologia transmitida, assim, pretende-se investigar o aparecimento de ‘novos’ hábitos alimentares a partir do discurso analisado em periódicos de circulação nacional, de uma mesma editora, voltados à divulgação de “hábitos saudáveis” e “práticas de emagrecimento”. Com base nesse contexto, esse trabalho apresenta a seguinte questão-problema: De que modo o discurso constitutivo de capas de revistas, em periódicos de circulação nacional, promove a construção de “novas” identidades? Para tanto, a revisão bibliográfica fundamenta uma análise de base interpretativa. Esta análise objetiva interpretar os discursos em torno de costumes alimentares, na tentativa de explicar o fenômeno do processo identitário. Assim, é possível declarar que os hábitos alimentares de parcela da população são fortemente influenciados pelos discursos presentes nas revistas selecionadas, uma vez que promovem a identidade do corpo magro, associando-a a questões de saúde, para transmitir ideologia específica que na verdade promove apenas os interesses de setores da sociedade.

Palavras-Chave: Análise do Discurso. Ideologias. Identidades. Costumes Alimentares. Corpo Magro.

INTRODUÇÃO

Este artigo inscreve-se no espaço da Análise do Discurso, versão francesa, com auxílio de uma perspectiva interdisciplinar e crítica, a qual observa as transformações nas relações sociais, sobretudo o aparecimento de novos hábitos alimentares, por intermédio da relação entre discurso e ideologia, que entende ser a linguagem, o espaço adequado para a produção social e ideológica de discurso e, conseqüentemente, de identidades. A perspectiva interdisciplinar e crítica se fundamenta na contribuição de três arcabouços teóricos: a Linguística, a Análise do Discurso, versão francesa e a Filosofia da comunicação.

¹ Graduanda em Letras – Habilitação em Português, pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: claudiascosta@icloud.com

² Professora efetiva do departamento de letras e Artes, da UEPB, campus I. Possui graduação em Licenciatura Plena em Letras pela Fundação Regional do Nordeste (1974) e Mestrado em Língua Portuguesa pela Universidade Federal da Paraíba (1982). Doutora em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba no Programa de Pós-Graduação em Linguística - PROLING / UFPB, João Pessoa. Área de Concentração: Linguística e ensino.

Este é o contexto no qual se apresenta a seguinte problemática: De que modo o discurso constitutivo de capas de revistas, em periódicos de circulação nacional, promove a construção de “novas” identidades? Dessa maneira, essa construção faz emergir a discussão em torno da questão sobre a imposição de novos costumes alimentares por meio de formações discursivas e ideológicas, presentes nas capas de duas revistas, “Reeducação Alimentar” e “Shape Brasil”, consideradas como periódicos de circulação nacional e de amplo acesso ao público, publicadas pela mesma editora e voltadas ao mesmo assunto, por essa razão, enfatiza-se o surgimento de “novas” identidades em meio a esta multidão de palavras, “esquecimentos” e “novos” discursos.

Nesse sentido, tomando como referência a questão motivadora da análise, este trabalho tem como objetivo geral: Investigar o surgimento de mudanças dos costumes alimentares das mulheres, por intermédio de periódicos de circulação nacional, o que contribui para formação de “novas” identidades, e, específicos: Interpretar os discursos presentes em periódicos de circulação nacional e explicar o surgimento de novas identidades, considerando a relação entre estas identidades e as mudanças de práticas sociais, como a de comportamentos alimentares.

Precisamos emagrecer? Devemos reeducar nossos costumes alimentares? A esses questionamentos, é bastante fácil perceber, em diferentes revistas, as mais variadas respostas, como, por exemplo, “emagreça já”, “dieta da lua faz atriz perder cinco quilos em uma semana”, “alimentação saudável e homeopatia são fortes aliados no emagrecimento saudável”, entre outras.

O que isto significa? O que é saudável? Por que emagrecimento é assunto recorrente? Quais são os hábitos de alimentação saudável? Estas perguntas demonstram a pertinência em observarmos estas práticas de relações sociais bem como os deslocamentos promovidos por estes discursos e suas conexões com o momento histórico, social e ideológico.

Considerando a natureza teórico-metodológica do objeto em análise – produção de discurso ideologicamente situado, a abordagem trabalha com a análise interpretativa de textos sobre costumes alimentares em periódicos selecionados, com a finalidade de explicar o porquê do fenômeno do processo identitário, ratificando nossos objetivos, desenvolvemos uma revisão bibliográfica para construção de um conjunto teórico sucinto, mas pertinente à discussão proposta.

Por último, acrescentamos que a finalidade em sentido mais amplo deste estudo é contribuir com um debate sociocultural que atravessasse as fronteiras e intersecções entre discurso e ideologia, com o propósito de que seja possível compreender os movimentos das

mudanças sociais na contemporaneidade, notadamente, as que se referem aos costumes alimentares.

1 LINGUAGEM E MANIFESTAÇÃO IDEOLÓGICA NA PERSPECTIVA SOCIAL

O ponto de partida do estudo científico da linguagem é atribuído a Saussure (1974) e a sua concepção dicotômica entre a língua e a fala. Desde então, houve reconhecido progresso nessa área de pesquisa de modo que o foco dos estudos afastou-se de concepções centralizadas na língua, as quais a defendiam como elemento abstrato e principal objeto da linguística e aproximou-se da observação que associou a língua à interação verbal e, por consequência, fez com que surgissem por volta dos anos de 1960, as teorias da enunciação bem como a Análise do Discurso, versão francesa, que concretiza o principal marco teórico deste trabalho.

Esta, por sua vez, rompeu com o paradigma estruturalista da linguística, segundo o qual não podem existir influências externas aos discursos que provoquem irregularidades, pois as mesmas não são consideradas partes da estrutura desta língua, entendida como sistema autônomo e fechado em si mesmo formado por intermédio das regularidades. (MUSSALIM, 2001).

Esta perspectiva que se formou nos últimos anos em torno do estudo do discurso trouxe o despontar de uma nova discussão sobre o que é língua, a fim de se afastar de antigas concepções baseadas em certo tipo de senso comum teórico, as quais reduziam o panorama conceitual a elementos baseados exclusivamente na fala.

Dessa maneira, defendemos a linguagem como forma de interação e produção social, logo, é possível declará-la como *locus* adequado à manifestação ideológica e à possibilidade de abertura a novos sentidos, o que acarreta novas investigações no concernente a diferentes percepções de entendimento da língua, por isso, é preciso estudá-la a partir da sociedade tendo em vista que ela é construída através de processos históricos e sociais. (BRANDÃO, 1994).

Nesse contexto, destacamos que ideologia, de um modo geral, assemelha-se a sistema de ideias e está presente em todas as sociedades determinando hábitos e comportamentos. (CRESPIGNY, 1981). É um sistema que pode limitar os horizontes conceituais e influenciar as respostas que se encontram e as perguntas que se fazem.

Então, o discurso deve ser visto como uma produção de sentidos exterior à língua, mas que depende de elementos linguísticos para sua formação, pois ele nasce no sistema

linguístico aberto para instauração de ideologia, porém não pode ser reduzido aos elementos verbais e escritos estritamente, uma vez que estes estão impregnados de aspectos sociais e ideológicos. (FERNANDES, 2007).

Justifica-se, portanto, a investigação acerca das alterações nos hábitos alimentares por intermédio das capas de revista selecionadas. No campo das pesquisas linguísticas e discursivas, existem contribuições valiosas sobre a análise de capas de revistas sobre esse tema. Nesse cenário, destacamos a leitura que Pereira e Baracuhy fazem da relação capa e leitor:

É com a capa que o leitor tem o primeiro contato com a revista. A capa de revista constitui uma possível forma de textualização do discurso, evidenciando a heterogeneidade e a pluralidade da noção de texto. As imagens presentes nas capas das revistas reportam ao imaginário construído em torno do corpo estigmatizado socialmente, já que o corpo funciona como um símbolo frequentemente marcado por padrões sociais estabelecidos. A apreensão da realidade é estabelecida não apenas pela relação entre a linguagem verbal e a linguagem imagética que constitui o primeiro contato entre o leitor e o enunciador, mas também pela interpretação que depende do lugar social que cada leitor ocupa. (PEREIRA E BARACUHY, 2012, p. 38 e 39).

O lugar social do leitor é fundamental nessa relação, pois é preciso considerar as condições de acesso e aquisição do sujeito social, afinal estas capas de revista enquanto veículos de comunicação fazem parte da indústria cultural e, por conseguinte, promovem novos desejos e necessidades de maneira contínua a fim de que apareçam novidades através de velhos diagramas. Segundo Horkheimer e Adorno (1997), entende-se por indústria cultural, o espaço no qual tudo se torna negócio, isto é, os fins comerciais são atingidos através da exploração sistemática dos bens culturais, assim, relaciona os elementos do arquétipo industrial a papéis específicos, como o cinema, os periódicos, a televisão, entre outros, para propagar a ideologia dominante. Nesse contexto, o indivíduo se transforma em objeto de trabalho e consumo, em outros termos, elemento do sistema que faz funcionar certa ideologia, escolhendo entre as opções dadas por quem entende, identificando-se imediatamente com a realidade transmitida.

Considerando, então, as transformações que atravessam a sociedade em direção à aceitação da diversidade como necessidade humana vital e a descentralização dos sistemas de referências, percebemos uma crise de identidade no sentido de encontrar um processo de pulverização e pluralidade de características de tal maneira que o sujeito unificado se

modifique em sujeito deslocado. Assim, o conceito de identidade desarticula estabilidades ao permitir a emergência de identidades abertas, fragmentadas e descentralizadas que se materializam em processo complexo, móvel, dinâmico e contraditório marcado por situações de poder. Portanto, cabe destacar que a identidade é definida historicamente quando o sujeito assume diversas identidades em momentos diferentes. (HALL, 2006).

Então, ao contrário de ser empírico, o sujeito deve ser visto como ser social (ser do discurso), disperso, múltiplo e fragmentado, da mesma forma como suas identidades. Afinal, não há identidade sem sujeito nem este sem discurso, porquanto a transformação das identidades ocorre ao longo da história. (ORLANDI, 1998). Desse modo, se torna viável destacar a manifestação ideológica presente nas capas dos periódicos analisados e a produção de práticas sociais resultantes na busca avassaladora por alimentos que favoreçam o emagrecimento; evitem o envelhecimento e toda sorte de enfermidades e produzam novos sentidos que originem novas identidades.

A transformação das práticas sociais é resultado de um conjunto de fatores, dentre eles se ressalta a linguagem e conseqüentemente o discurso elaborado na interação entre fatos sociais, relações de poder e condições históricas, econômicas e políticas. Em razão disso, essa construção sucinta do fundamento teórico traz aspectos outros dessa manifestação ideológica no âmbito da linguística a fim de que seja perceptível a associação entre novas identidades e novos hábitos alimentares.

2 A PRODUÇÃO DE SENTIDOS ATRAVÉS DE DISCURSOS E IDEOLOGIAS

As escolhas lexicais e seu uso através das divergentes posições, assumidas por sujeitos em oposição sobre o mesmo tema, são reveladores dos lugares socioideológicos assumidos pelos sujeitos envolvidos e a linguagem é a forma material de expressão desses lugares.

Nesse sentido, discurso representa a prática da linguagem, a palavra em movimento, de maneira que a sua análise pretende a compreensão da língua enquanto trabalho simbólico que se origina na produção social, em outros termos, a relação estabelecida entre a língua, as pessoas que a falam e as situações onde o discurso é produzido. (ORLANDI, 1999).

O discurso, portanto, tem sua existência na exterioridade do espaço linguístico e sua origem é marcada por um vínculo que é social, histórico e ideológico. Dessa maneira, a compreensão do discurso atravessa o rompimento com os elementos eminentemente linguísticos, isto é, integra-se à noção de sentido, apreendida na relação entre sujeitos, enxergando o que está entre a língua e a fala e fora dela.

Exemplo disso é a escolha lexical estabelecida por interlocutores ao adotarem significados diferentes para palavras que remetem ao emagrecimento como nas frases seguintes, “*perca 4 kg em 1 mês*”³, “*-10 kg este mês!*”⁴, “*Detone até 6 kg em 4 semanas*”⁵, significados que afastam do eminentemente linguístico, ou seja, de uma mensagem que necessita de decodificação e aproxima-se do contexto em que foram produzidos como desdobramento de sentidos alcançados em determinadas condições.

Significa dizer, por isso, que os sentidos das palavras não são fixos, ao contrário, vão além dos seus significados prescritos nos dicionários, uma vez que envolve a ideologia do sujeito que as utilizam. Assim, o sentido de palavras, expressões ou proposições não existe em si mesmo, todavia é expresso por intermédio das posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio histórico no qual elas se formam. (PÊCHEUX, 1995).

Certifica-se, dessa forma, que ideologia e discurso caminham juntos, afinal esta relação destaca a diversidade de identidades, sujeitos e grupos sociais que nos diferentes terrenos se confrontam, porquanto a noção de sentido é oriunda dessa associação bem como do lugar histórico-social de onde se enuncia.

3 FORMAÇÕES DISCURSIVAS: IDEOLOGIA E ESQUECIMENTOS

Em primeiro lugar, é preciso destacar que o sentido não existe isolado ou anteriormente ao discurso. À medida que o discurso se constrói, os sentidos se materializam através de posições ideológicas, colocadas em jogo na relação entre sujeitos e práticas discursivas.

Essa interação verbal no âmbito do discurso exige a interpelação das formações discursivas. Para Foucault, as formações discursivas inscrevem-se na seguinte condição discursiva:

No caso em que se puder descrever, entre certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva. (FOUCAULT, 1995, p. 43)

³ DIETAS DETOX. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 36, 2014.

⁴ SHAPE BRASIL. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 61, 2014.

⁵ SHAKE VERDE. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 1, 2014.

As formações discursivas compõem o interdiscurso que se caracteriza pelo entrecruzamento de diferentes discursos, provenientes de distintos lugares histórico-sociais, para Fernandes (2007). A cerca da noção de interdiscurso, Orlandi assim comenta:

O interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido. E isto é efeito do interdiscurso: é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular se apague na memória para que, passando para o 'anonimato' possa fazer sentido em 'minhas' palavras. (ORLANDI, 2013, p.33)

O interdiscurso é propriamente a relação entre as palavras e os sentidos que elas ativam na memória. Nessa relação, é imprescindível destacar o conceito de memória discursiva, como o processo que torna possível todo o dizer e que retorna sob a forma do já dito. Esse tipo de saber discursivo pode ser explicado por meio das escolhas lexicais, por exemplo, nas quais se recorre a outros discursos para construir-se o próprio, ou na promoção de sentidos diversos e na conseqüente coexistência com antigos sentidos, ambos recuperáveis na memória discursiva e capazes de receber nova acepção. (ORLANDI, 1999). Destacamos também que a memória discursiva não corresponde às lembranças individuais a respeito dos acontecimentos passados, contudo se refere à memória coletiva nas quais determinados grupos estão inscritos.

Este arcabouço teórico ressalta a importância que recebe neste estudo a relação entre discurso e ideologia, lembrando a maneira especial através da qual os sentidos e os discursos são produzidos. Faz-se necessário esclarecer, dessa maneira, que ideologia como dita anteriormente é entendida na perspectiva de conjunto de ideias que procura ocultar a sua própria origem nos interesses sociais de uma classe, com o propósito de inverter a realidade para disseminar falsa consciência entre as pessoas. Conseqüentemente, tem-se a produção de lógicas de identificação social, as quais pretendem fornecer sensação de equilíbrio à sociedade por intermédio da neutralização dos conflitos e ocultação da dominação que contribuem com a aparência de universal. (MARX, ENGELS, 2002).

Nesse sentido, apresenta-se a ideologia retirada da esfera das ideias, transformando o contexto político em prática discursiva materializada na linguagem, pois se considera ideologia como condição para a constituição do sujeito e dos sentidos, ou seja, diante de qualquer objeto, as pessoas interpretam e buscam sentidos nas palavras e coisas,

demonstrando, portanto, que a ideologia é função da relação necessária entre linguagem e mundo. (ORLANDI, 2012).

No campo teórico da Análise do Discurso, a configuração discurso e ideologia é chamada de formação discursiva, concepção que migrou dos estudos de Foucault (1995). Segundo esse estudioso, *formação discursiva* é um processo de construção discursiva que atende a uma regularidade em meio a um sistema de dispersão no aparecimento de objetos, tipos de enunciados, conceitos e estratégias que são elementos que encerram discurso específico, ao mesmo tempo em que se relacionam exteriorizando uma prática que, necessariamente, associa-se a uma formação ideológica. Esta, em sua composição, faz a junção entre uma ou várias formações discursivas e elas estabelecem o que pode e deve ser dito, conforme a interferência de elementos históricos, sociais e ideológicos. Em razão desses fatos, os sentidos que são materializados a partir de uma formação discursiva são aqueles previstos pela formação ideológica que orienta determinado discurso.

Entendemos, então, que uma formação discursiva não desempenha a função de figura estática, temporalmente, que permanece a mesma por décadas, ao contrário, ela determina regularidade própria de processos temporais, articulando uma série de acontecimentos discursivos e de transformações, mutações e processos, assim, trata-se de esquema entre diversas séries temporais, as quais estabelecem sistema vertical de dependência entre os elementos históricos, sociais e ideológicos. (FOUCAULT, 1995).

Acrescentamos ainda que formação discursiva é aquilo que na formação ideológica, especificada pelo estado da luta de classes, determina modos de pensar, agir e atuar sobre o mundo, articulados sob a forma de um sermão, panfleto, briga, exposição, programa, entre outras. (PÊCHEUX, 1995).

Sobre esta relação, podemos afirmar que os sentidos sempre são determinados ideologicamente, porque eles derivam das formações discursivas em que se inscrevem, ou seja, tudo o que se fala possui um traço ideológico, assim, palavras idênticas podem ter significados diferentes por estarem em formações discursivas distintas. (ORLANDI, 2013.). Logo se realça a imprescindibilidade da afinidade entre discurso e ideologia ao campo deste trabalho.

A dinâmica das formações discursivas se identifica com o movimento e é por meio deste que novos discursos aparecem e os antigos são ressignificados, ou seja, é na dispersão dos acontecimentos onde um discurso já-dito, silenciado na dispersão temporal por causa de transformações histórico-sociais, reaparece modificado em um jamais dito, como continuidade de acontecimentos e discursos que se dispersam no tempo. (BRANDÃO, 1994.).

Desse modo, na intersecção entre formação ideológica e formação discursiva recebe destaque o sujeito enquanto ser social, que possui existência em um espaço social e ideológico, em certo momento histórico e não em outro, tornando-se aquele que desempenha vários papéis conforme as diferentes posições que ocupa no espaço interdiscursivo. A despeito deste fato ele não é livre por completo, porque sofre as coerções da formação discursiva no interior da qual já enuncia, tendo em vista que a mesma é regulada pela formação ideológica. Aqui é importante ressaltar a concepção adotada pela pesquisa no concernente ao sujeito como aquele que não possui identidade fixa, essencial ou permanente. Esta é transformada continuamente em relação às formas pelas quais se representam ou interpelam as pessoas dentro dos sistemas culturais, nos quais se localizam. Por isso, é definida historicamente de tal maneira que o sujeito assume identidades diferentes em situações diversas, as quais não são unificadas em torno de um eu. Portanto, ao passo que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, os sujeitos são confrontados pela multiplicidade de identidades possíveis. (HALL, 2006).

Ou seja, o sujeito do discurso ocupa lugar histórico e social de onde enuncia e é neste onde se determina o que ele pode ou não dizer a partir dali. Em outros termos, este sujeito ocupando lugar específico na formação social é, por consequência, dominado por determinada formação ideológica que estabelece de forma prévia as possibilidades de sentido do seu discurso. (MUSSALIM, 2001).

Diante da concepção de que o sujeito não é senhor do seu arbítrio, por causa das coerções sofridas pelas formações ideológica e discursiva, a alternativa que fundamenta essa compreensão é a teoria do inconsciente. A percepção lacaniana associa o inconsciente com os aspectos reprimidos pelo sujeito, os quais se manifestam através do discurso, ou seja, o conteúdo inconsciente se torna manifesto na articulação entre significantes e significados. Pode-se afirmar, então, que Lacan utiliza a linguística como paradigma de análise dos fenômenos inconscientes, pois para ele a linguagem é responsável por determinar o homem antes do nascimento e depois da morte pelo fato de a estrutura da linguagem existir antes do sujeito. (LACAN, 1958). Essa teoria corrobora a noção de sujeito descentralizado, isto é, que não é o centro da sua vontade e ao expressá-la, sob as palavras, outras palavras são ditas, desse modo, a produção de sentidos ocorre fora do controle do sujeito e distante do seu alcance. (ORLANDI, 2013).

A esse fenômeno, a Análise do Discurso nomeia como *esquecimentos* constitutivos do conceito de assujeitamento, pelo qual as pessoas são levadas a ocuparem espaços em grupos sociais de maneira inconsciente, apesar de que todos tem a certeza de que estão fazendo isso segundo suas vontades.

Estes esquecimentos fazem referência a uma espécie de ilusão de modo que a pessoa é enganada duplamente ao esquecer-se da condição de assujeitamento pela formação discursiva na qual está restringido, assim como ao acreditar na plena consciência do que diz e que isto pode certificar os sentidos do seu discurso. (ORLANDI, 2013).

O primeiro é enunciativo e se refere à ilusão referencial, de modo que nas expressões verbais cotidianas, justifica-se mentalmente, através da relação que se elabora entre pensamento, linguagem e mundo, que certa ideia só pode ser expressa de uma única maneira. O segundo é ideológico e, ao relacionar-se com o inconsciente, faz crer que o indivíduo que se expressa é a origem daquilo que verbaliza, quando, ao contrário, retomam-se sentidos prévios.

Logo, é adequado afirmar que os sentidos são determinados pela forma como as pessoas se inscrevem na linguagem assim como no local histórico e social a que pertencem, daí se origina sua significação e não através da vontade individual. Ou seja, os discursos estão continuamente se formando, por isso, os sujeitos não concretizam seu início e, dessa forma, destaca-se a importância dos esquecimentos para estruturação dos sujeitos e dos sentidos, afinal as ilusões são essenciais ao funcionamento da linguagem, pois “os sujeitos ‘esquecem’ que já foi dito – e este não é um esquecimento voluntário – para, ao se identificarem com o que dizem, se constituírem em sujeitos”. (ORLANDI, 2013, p. 36.) e, por conseguinte, as palavras receberem sentido.

Estes esquecimentos, ou em outros termos, dupla ilusão a qual o sujeito é submetido é parte essencial na materialização das condições de produção do discurso, ou seja, condições determinadas que estejam presentes na forma como se expressa verbalmente, de modo que resquícios são deixados para trás com a finalidade de serem diagnosticados por meio da Análise do Discurso. (PÊCHEUX, 1995). Assim, não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos que funcionam no discurso, no entanto, suas imagens que resultam de projeções que permitem o deslocamento entre situações empíricas às posições dos sujeitos nos discursos.

Desse modo, as relações de linguagem concretizam relacionamentos entre sujeitos, sentidos e seus efeitos, que são múltiplos e variados, sendo, por isso, as condições de produção compreendidas de maneira ampla através dos contextos social, histórico e ideológico que, neste artigo, são imprescindíveis à construção da associação do discurso com os periódicos selecionados.

Nesse contexto, identidade e diferença são indissociáveis, contudo, são produtos da linguagem e, por causa disso, criadas cultural e socialmente, transformando-se em elementos

indeterminados e instáveis, ainda que possam definir ações e comportamentos. É preciso destacar que elas são disputadas, impostas e definidas, dessa maneira, se tornam elementos no diagrama criado pelas situações de poder que definem a identidade e marcam a diferença, através de discurso, assegurando os efeitos hegemônicos de certa ideologia. (HALL, 2000).

Daí a importância de percebermos a idealização de um corpo magro através da construção de novas identidades e do estabelecimento de certa ideologia, por meio das capas de revista selecionadas, afinal os discursos, nesse lugar, evidenciados demonstram os lugares sociais e culturais, sobretudo, aos quais as pessoas são levadas em torno de um arquétipo pavimentado pela formação discursiva e consolidado através da dispersão dos sujeitos através da linguagem.

4 ANÁLISE DISCURSIVA: CORPO MAGRO, IDENTIDADES E IDEOLOGIA

O estabelecimento da ideologia em torno do “corpo magro” promove a modificação de práticas sociais, como, por exemplo, os hábitos alimentares. Quando o olhar se volta às transformações sociais e históricas, o que se percebe é a transição entre modelos de comportamento, de acordo com a diversificação dos discursos e das ideologias.

Houve uma época, por exemplo, em que se priorizavam as mulheres curvilíneas, no entanto, o que era padrão de beleza nos anos anteriores, a partir década de 60, deixou de ser. Daí por diante, as transformações ligadas a fatores históricos, culturais, econômicos e sociais, convergiram para o estabelecimento do paradigma dos corpos magros e, nos dias atuais, para a procura por dietas e “alimentos *fit*”⁶. Desta forma, percebemos a linguagem como espaço onde se produz e se manifesta o discurso e a ideologia, o que implica nas mudanças conceituais de discurso, que passam a incluir não apenas a linguagem verbal e não verbal, mas as imagens visuais, apoderando-se assim, de fatores extralinguísticos.

A transição entre modelos de comportamento demonstra a associação entre a língua, os indivíduos que a expressam e as situações nas quais se produz certo discurso, por isso é possível sustentar que, nas capas de revistas em análise, não se alternam apenas os costumes alimentares e ideologias, mas a própria identidade dos indivíduos. Pois a identidade não é fixa, é transformada a todo instante, conforme a relação estabelecida entre os sujeitos dentro

⁶ A palavra *fit* não está contemplada na classificação do ministério da saúde, mas sim é utilizada pelas principais marcas comerciais para promover os alimentos que elas julgam ser mais saudáveis. Geralmente, essa classificação *fit* é utilizada em pães e massas integrais, por se acreditar que esses alimentos possuam menor **índice glicêmico**.

dos sistemas culturais e aí se sublinham os fatores históricos e sociais, os quais contribuem para o aparecimento de identidades diferentes em conjunto com significações diversas do discurso consumista, dietético, *fitness*, entre outros.

Retomando esses dados teórico-reflexivos que sintetizam nossa fundamentação teórico-analítica (discurso, ideologia, identidade), apresentamos a análise dos dados. A análise que se propõe tem como *corpus* quatro capas de revistas: a) Reeducação Alimentar com Solange Frazão; b) Reeducação alimentar; c) Shape Brasil; d) Shape Brasil. Analisamos essas capas de revistas considerando-as como gêneros discursivos, pois consideramos que todos os campos da atividade humana estão relacionados ao uso da linguagem, o qual é tão multiforme quanto às possibilidades de ação do ser humano. (BAKHTIN, 2003).

Tratamos cada capa de revista como Figura 01, 02, 03, 04, desenvolvendo a análise na perspectiva de comparação para articular o que há de comum entre elas, quanto aos discursos que nelas se evidenciam, assim como, por outro lado, tentamos interpretar as diferenças, no sentido de evidenciar o funcionamento desses discursos na formação de novas identidades.

Então, a percepção que devemos ter das quatro capas de revista selecionadas é a presença de categorias de análise. Entende-se categoria como modelo de organização das percepções, ou seja, reflete capacidade ativa para modelação do conhecimento, criando conjuntos tendencialmente coerentes entre si, com lógicas internas de organização e de desenvolvimento. Logo, traduz a avaliação da realidade segundo interesses específicos e em função da primeira constroem discursos, traduzindo em palavras a observação e avaliação da realidade. (HESPANHA, 2003). As categorias a que reportam as capas de revista, remetem ao modo como tratam os comportamentos alimentares quais sejam, emagrecimento, exercícios físicos, alimentação e a exposição visual do corpo através da fotografia de algum modelo que contribui, enquanto percepção da realidade, para o estabelecimento da identidade do corpo magro.

Seguem as visibilidades das capas de revista selecionadas:

Figura 01: Capa A



Fonte: REEDUCAÇÃO ALIMENTAR, 2014.
Site: www.solangefraza.com.br

Figura 02: Capa B



Fonte: REEDUCAÇÃO ALIMENTAR, 2015.
Site: loja.editoraastral.com.br

Figura 03: Capa C



Fonte: SHAPE BRASIL, 2014.
Site: www.dinap.com.br

Figura 04: Capa D



Fonte: SHAPE BRASIL, 2016.
Site: www.portaldoholanda.com.br

4.1 AS CAPAS DE REVISTA A E B

As “Capa A” e “Capa B” utilizam-se de argumentos de autoridade, como a presença de profissionais da área. Enquanto a “Capa A” traz, segundo a revista, a maior *expert* em *fitness* do Brasil, Solange Frasnão, que dá todas as dicas para o leitor potencializar os seus resultados associando alimentos e treinos, afinal todas as matérias são chanceladas por consultorias, a “Capa B” traz a nutricionista Andréa Santa Rosa Garcia que produz a interpretação de que as receitas encontradas nessa publicação são chanceladas por profissionais e, ao invés de oferecer resultados surpreendentemente milagrosos, a revista utiliza de sincretismo entre termos técnicos e outros do senso comum para contribuir na percepção de que qualquer pessoa que “coma certo”, segundo padrões bem específicos, consegue emagrecer com saúde. Ambas relacionam as palavras saúde, magreza e comer certo através de frases de efeitos do tipo “Fique magra com saúde” e “Coma certo e emagreça”, de modo a despertar nas leitoras, a sensação de que é possível mudar o seu estilo de vida e ficar magra com saúde.

A “Capa B” destoa da “Capa A” apenas no que se refere à imagem, pois enquanto que a “Capa A” traz em destaque o corpo da modelo ao lado do paradigma da alimentação saudável associado a treinos, a “Capa B” evidencia a imagem de um prato de salada que, por sua vez, produz a interpretação de que as receitas encontradas nesta publicação promovem o emagrecimento saudável.

4.2 AS CAPAS DE REVISTA C E D

As “Capa C” e “Capa D” promovem a identidade do corpo magro e potencializam os efeitos de poder e verdade aos seus discursos, por meio da presença de modelos, lindas e famosas, vestidas com peças que destacam o busto firme, as pernas bem torneadas e principalmente a “barriga chapada”, de maneira a provocar nas leitoras o desejo de adquirirem o exemplar a fim de acessarem receitas revolucionárias que deixarão seus corpos lindos e *sexys* como os que estão nas capas. As duas capas trazem como manchetes: “Barriga chapada em 20 dias”; “ Barriga e bumbum sarados!”. Além de empregarem termos lexicais que adotam significados diferentes para palavras que remetem ao emagrecimento, como nas seguintes frases: “ Dieta dos hormônios -10kg este mês! adeus ansiedade e inchaço!” e “ Dieta detox do café verde -1kg em 24 horas!”, tais significados se afastam do eminentemente linguístico ou seja de uma mensagem que necessita de uma decodificação e aproxima-se do

contexto em que foram produzidos como desdobramentos de sentidos alcançados em determinadas condições.

Essas duas capas esquecem, convenientemente, de informar os diversos profissionais que efetivaram estas receitas de sucesso para “barriga e bumbum sarado”, afinal, à transmissão ideológica por meio da linguagem não cabe ressaltar as dificuldades entre as facilidades para “-1kg em 24 horas”. A associação presente nos discursos da “Capa C” e da “Capa D” relega ao segundo plano a questão da saúde e dá destaque aos padrões físicos, em outros termos, à percepção sensorial e hermenêutica realizada pelo público em geral de que corpos belos são corpos magros e sem “barriga chapada” não é possível alcançar “beleza” e “sucesso” do mesmo modo que as modelos.

As duas primeiras capas de revistas direcionam seus discursos à exaltação do corpo magro, intensificados por meio de uma reeducação alimentar em que associa alimentos e treinos cancelados por profissionais da área, promovendo o consumo de saladas, sucos verde, sanduiches naturais, como uma maneira de alcançar o emagrecimento com saúde.

Por sua vez, as duas últimas capas de revistas tem seus discursos atrelados à exposição do corpo perfeito através das fotografias das modelos, dito de outra forma, as manequins exteriorizam o paradigma de beleza enquanto “nova” identidade propagada pelas regularidades do discurso analisado e transmitida como ideologia dos tempos atuais.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho que tem como objeto de análise capas de revista, focalizando temas de ampla circulação como a questão de “hábitos saudáveis” e “práticas de emagrecimento”, nos motivou a questionar de que modo o discurso constitutivo de capas de revistas, em periódicos de circulação nacional, promove a construção de “novas” identidades. Tomando como referência essa questão, nossa análise centralizou-se em objetivos como interpretar os discursos presentes em periódicos de circulação nacional e explicar o surgimento de novas identidades, considerando a relação entre estas identidades e as mudanças de práticas sociais, como a de comportamentos alimentares. Considerando, então, esse direcionamento, podemos constatar como um modo de ler esse gênero de texto que, de modo geral, as identidades são resultado de um processo histórico-social, influenciado ideologicamente, o que o transforma e marca o seu discurso, por meio da linguagem e através dela. Se, por um lado, é facilmente concebível que o sujeito imerso em uma sociedade é influenciado por ela, por outro lado, a questão referente à presença de ideologia é bastante discutível, pois está presente em todos os discursos sociais e esta constitui identidades. Desta forma, devemos encarar a linguagem como uma atividade social, que tende a interferir no processo de significação de uma ação social.

Além dessa contribuição sobre esse modo de ler, direcionado pelos objetivos específicos dessa pesquisa, a análise sobre o ponto de vista da teoria da Análise de Discurso, permite uma articulação de leitura de ampla interpretação, por isso, com relação a esse tema que tratamos, é possível acrescentarmos reflexões de caráter mais abrangente. Os hábitos alimentares são aspectos da fluidez permanente que é característica do deslocamento de identidades entre sistemas culturais. A observação do local sócio histórico marcado pelo ocidentalismo e capitalismo sustenta a identidade assumida por diversos sujeitos no espaço dos costumes alimentares.

As questões que norteiam a análise de discurso em torno de hábitos alimentares são, portanto, perguntas que não admitem respostas simples, esquemáticas e objetivas. Entretanto, elas constituem indagações que orientam o pesquisador ao desbravar as possibilidades de sentidos criadas por intermédio das formações ideológicas associadas às formações discursivas, as quais, em conjunto, permitem o aparecimento de novas identidades.

Esta percepção é desenvolvida pela relação entre os novos costumes alimentares e o discurso apresentado pelas capas de revistas selecionadas que proporcionam visão específica sobre o corpo magro em conjunto com hábitos alimentares.

Dessa maneira, o emagrecimento deve ser enxergado na divisão entre estética e saúde pública, pois o incentivo a novos costumes alimentares e hábitos saudáveis deve ser enxergado como produto de manifestações ideológicas que ocultam relações de dominação e situações de poder para promover interesses de certos setores da sociedade em torno do aparecimento de nova identidade, a qual neste sistema cultural se associa ao corpo magro, enquanto paradigma. A definição do limite entre os novos costumes alimentares e a sua classificação como saudável é difícil, pois se está diante de um problema de natureza múltipla, sociológica, linguística, econômica e histórica.

Do ponto de vista da linguagem, é cabível declararmos que os comportamentos e as práticas sociais são influenciados pelos discursos presentes nessas revistas, ademais, acrescentamos, inclusive, o surgimento de novo vocabulário, “detox”, “shake”, entre outras palavras, que expressam os novos lugares sócio-históricos ocupados pelos sujeitos e reservados pelas formações ideológicas.

Estas palavras servem para legitimar a autoridade (se houver alguma) das promessas estampadas nas publicações analisadas, ao mesmo tempo em que abrem as portas à exploração comercial de novos produtos, os quais reforçam a identidade do corpo magro e as relações de dominação nela ocultas.

Por fim, acrescentamos que esta pesquisa pretendeu, no âmbito espacial limitado de um artigo, contribuir com a construção de um debate sociocultural que ultrapassasse os limites das relações entre discurso e ideologia, para destacar os movimentos das práticas sociais e das identidades nos sistemas culturais contemporâneos, notadamente os espaços reservados aos hábitos alimentares.

THE IDEALIZATION OF A BODY SKINNY: THE CONSTRUCTION OF "NEW" IDENTITIES AND IDEOLOGIES

ABSTRACT

This article is set to Discourse Analysis (DA), the French version, in order to highlight the language as the proper locus for the production of ideological discourse, that is, the discourse of the study which becomes noticeable ideology transmitted thus, we intend to investigate the appearance of 'new' eating habits from the analyzed discourse in national circulation periodicals, the same publisher, focused on the dissemination of "healthy habits" and "weight loss practices." Based on this context, this paper presents the following problematic: how the constitutive discourse of magazine covers, in national circulation periodicals, promote the

construction of "new" identities? Therefore, the literature review based an interpretative basis of analysis since the analyzed contexts, seeks to interpret the discourses around eating habits in an attempt to explain the phenomenon of identity process. Thus, it is possible to state that the eating habits of part of the population are heavily influenced by the discourses present in the journals selected when they promote the identity of the thin body, linking it to health issues, to convey specific ideology that actually promotes only the interests industry sectors of society.

Keywords: Discourse Analysis . Food customs. Slim body. Identities. Ideologies.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. O problema dos gêneros discursivos. *In: Estética da criação verbal*. Tradução por Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as consequências humanas. Tradução por Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

_____. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução por Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

_____. **Vidas para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução por Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1994.

CRESPIGNY, Anthony; CRONIN, Jeremy. **Ideologias políticas**. Tradução por Sérgio Duarte. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1981.

DIETAS DETOX. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 36, 2014.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do discurso**: reflexões introdutórias. São Carlos, SP: Claraluz, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução por Tomaz Tadeu da Silva. Rio de Janeiro: DP & A, 2006.

_____. Quem precisa da identidade? Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. *In: SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOOD WARD, Kathryn (Orgs.). Identidade e diferença*. A perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

HESPANHA, A. M. Categorias. Uma reflexão sobre a prática de classificar. **Análise Social**. Lisboa, v. 38, n. 168, p. 823-840, 2003.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução por Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

LACAN, J. **As formações do inconsciente** (Seminário 05). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1958.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. Tradução por Mário Vilela. São Paulo: Barcarrola, 2007.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. Tradução por Castro e Costa. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

MUSSALIM, Fernanda. Análise do discurso. *In*: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina. (Orgs.). **Introdução à linguística**: domínios e fronteiras. São Paulo: Cortez, 2001.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e Leitura**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1999.

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

_____. **Identidade linguística escolar**. *In*: Língua(gem) e identidade. SIGNORINI, Inês (Org.) Campinas, SP: Mercado de Letras, 1998.

_____. **Discurso em Análise**: Sujeito, Sentido, Ideologia. Campinas, SP: Pontes, 2012.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução por Eni P. Orlandi et. al. Campinas: Editora da UNICAMP, 1995.

PEREIRA, Tânia Augusto; BARACUHY, Regina. **O insustentável peso do corpo gordo**. *In*: LEANDRO, Maria de Lourdes da Silva; ARANHA, Simone Dália de Gusmão; PEREIRA, Tânia Maria Augusto (Orgs.). João Pessoa: Ideia, 2012, p. 38 e 39.

REEDUCAÇÃO ALIMENTAR. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 2, 2014.

_____. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 7, 2015.

SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. Tradução por A. Chelini et. al. São Paulo: Cultrix, 1974.

SHAKE VERDE. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 1, 2014.

SHAPE BRASIL. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 61, 2014.

_____. São Paulo: Ed. Alto Astral, n. 70, 2016.

www.senhortanquinho.com/light-diet-zero-saiba-qual-e-a-diferenca/