

**CORPUS ALIENUM:
a influência do discurso midiático das dietas na formação da imagem do corpo
feminino**

Rodrigo Daniel Sanches¹

Resumo

A pesquisa busca investigar e refletir, na perspectiva teórica da Análise do Discurso (Pêcheux; Orlandi), em interface com pesquisadores das Ciências Sociais, sobre os efeitos de sentido produzidos pelas imagens do discurso midiático de dietas e suas novidades, que promete resultados rápidos e fáceis na busca de um corpo muitas vezes irreal. Neste processo de “construção do corpo”, nos interessa o discurso produzido pela mídia atual e materializado em práticas sociais e condutas corporais. O corpus foi composto por revistas e sites que promovem as novas dietas, e que, além da publicação impressa, dispunham de versão digital com espaço para comentário dos leitores. A nossa hipótese é a de que o discurso midiático das novas modalidades de regime afeta a constituição da mulher e sua relação com o corpo na atualidade. As condições de produção do discurso das dietas são marcadas profundamente por alguns aspectos: o “texto da mídia”, a linguagem publicitária (imagens e textos atuando em conjunto), a velocidade, a repetição, o consumo e a tecnologia. A dieta não deve ser analisada apenas como um produto, mas como um fenômeno discursivo que faz circular sentidos em uma ambiência midiática que opera em um cenário sócio-histórico, cultural e econômico-capitalista. As imagens do discurso das dietas estão atreladaa ao mercado, que por sua vez interpela os sujeitos através da mídia, convocando-os a alcançarem patamares de excelência cristalizados em formatos corporais. O imperativo “sucesso” perpassa as imagens e seus discursos. Enquanto o discurso da boa forma interpela a mulher convocando-a a ser mais ágil e rápido na busca do corpo-perfeito, o corpo da realidade testa seus limites deparando-se com sua fragilidade. É nesse processo que sentidos como os de beleza se constituem, através de um jogo de filiações históricas que os determinam, mas que jamais se estabilizam completamente. Nesse jogo, percebemos o discurso midiático da boa forma legitimando o que deve ser compreendido como formato (imagem) do corpo contemporâneo. O mercado das dietas faz circular sentidos de um corpo-projeto que contrastam com a obsolescência do corpo da realidade, tomando-o como um objeto frágil e obsoleto pela gordura que carrega, pelo processo de envelhecimento e pelas doenças que o castigam. O

¹ Doutor pela FFCLRP/USP. E-mail: rodrigo.dsa@gmail.com.

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

sujeito é convocado a viver na encruzilhada entre a excelência imposta pelas ferramentas midiáticas e a imperfeição da realidade.

Palavras-chave: Imagem. Dietas. Mulher. Corpo-projeto. Mídia.