

## SEÇÃO TEMÁTICA

### O CORPO NA MATERIALIDADE DISCURSIVA DO SUCESSO: UMA ANÁLISE DE CAPAS DE REVISTA “CORPO A CORPO”<sup>1</sup>

#### THE BODY AS IN THE DISCURSIVE MATERIALITY OF SUCCESS: AN ANALYSIS OF MAGAZINE COVERS “CORPO A CORPO”

Damião Francisco Boucher<sup>2</sup>

Thiago Soares Barbosa<sup>3</sup>

**Resumo:** Nesse artigo, buscamos analisar o que se diz e como se diz do corpo na perspectiva de uma materialidade discursiva do sucesso. Assim, procuramos compreender como a mídia trata desse percurso temático, propagando sentidos e utilizando tal percurso como mecanismo de subjetivação através do engendramento dos efeitos de sucesso no corpo. Para realizar tal empreendimento, empregamos a utilização dos referenciais teórico-metodológicos da Análise do Discurso, sobretudo as noções de sucesso, dos processos parafrásticos e polissêmicos, das memórias, do movimento inter e intradiscursivo e outros dispositivos imprescindíveis na mobilização da dinâmica analítica. Como método, faremos um batimento (descritivo-interpretativo) afim de apontar o que foi dito e o que está implícito nos processos enunciativos. Também serão utilizadas noções-chaves da semiótica greimasiana a fim de apoiar as análises aqui empreendidas. Utilizamos como corpus, as capas de revista “Corpo a Corpo”, especificamente as materialidades discursivas das edições que trazem as atrizes Chandelly Braz (2014), Sabrina Sato (2015) e Vanessa Giacomini (2016) como garotas-propagandas. Através das análises, esperamos elucidar como o corpo é discursivizado, fazendo funcionar a subjetivação.

**Palavras-chave:** Corpo. Discurso. Mídia. Subjetivação. Sucesso.

**Abstract:** *In this article, we seek to analyze what is said and how it is said about the body from the perspective of a discursive materiality of success. Thus, we seek to understand how the media deals with this thematic path, propagating meanings and using this path as a mechanism of subjectification through the engendering of the successful effects on the body. In order to achieve such an undertaking, it seems necessary to use the theoretical and methodological frameworks of*

<sup>1</sup> Artigo derivado do projeto de pesquisa intitulado "O sucesso midiático como ponte para o sucesso político" sob o número de registro 3441 junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação da UFT.

<sup>2</sup> Graduação em Letras Português/Inglês pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), Especialização em Análise do Discurso Político e Jurídico (2017) e Especialização em Psicologia Junguiana, ambas pela Faculdade Unyleya do Rio de Janeiro. E-mail: boucherplace@gmail.com

<sup>3</sup> Graduação em Letras, Português/Inglês, pela Universidade do Vale do Sapucaí, em Psicologia pela Universidade Paulista e em Filosofia pela Universidade de Franca; Especialização em Estudos Literários pela Faculdade Comunitária de Campinas; Mestrado em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos; e Doutorado em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos. É membro pesquisador do Laboratório de Estudos do Discurso (LABORUFSCar) e professor nos Cursos de Graduação em Letras e de Pós-Graduação stricto sensu em Letras da Universidade Federal do Tocantins, no Campus de Porto Nacional. E-mail: thiago.soares@uft.edu.br

*Discourse Analysis, especially the notions of success, paraphrastic and polysemic processes, memories, inter and intradiscursive movement and other essential devices in mobilizing analytic dynamics. As method, we will do a descriptive-interpretative movement to understand what was said and what was implicit. Key notions of Greimasian semiotics will also be used to support the analyzes undertaken here. We used as corpus, the covers of the magazine "Corpo a Corpo", specifically the discursive objects of the editions that bring the actresses Chandelly Braz (2014), Sabrina Sato (2015) and Vanessa Giacomini (2016) as advertising girls. Through analysis, we hope to elucidate how the body is discursivized, making subjectivation work.*

**Keywords:** *Body. Discourse. Media. Subjectivation. Success.*

## Introdução

Ao pensar o corpo como uma extensão da linguagem, bem como materialidade discursiva, ponderamos o aporte de sua função para certos processos enunciativos com poder de subjetivação, porquanto é impraticável dissociar corpo e discurso do processo de interpelação de indivíduos em sujeitos, a qual se dá pela ideologia (PÊCHEUX, 1997). Nessa perspectiva, ao relembrar o quadro epistemológico da Análise do Discurso (doravante AD), que surge na França, em 1969, “ano em que nascem duas grandes publicações para a Análise do Discurso, a lembrar, *Análise Automática do Discurso*, de Michel Pêcheux, e *A Arqueologia do Saber*, de Michel Foucault” (SOARES, 2020, p. 167), podemos afirmar que esse campo tem produzido diversas reflexões sobre o corpo como plataforma de discursivização e de subjetivação de sujeitos.

No Brasil, seu quadro epistêmico se alarga ainda mais com as contribuições de Piovezani (2007), no que se refere ao enunciado (verbal), o corpo e a voz no campo político e de Soares (2016, 2017, 2018a, 2018b, 2018c, 2019, 2020, 2021) ao relacionar os estudos da produção do sujeito de sucesso e da voz e sua influência/afetação no campo musical, sobretudo, pelos estudos acerca da estética da voz de sucesso e seu movimento de subjetivação da escuta. Com os estudos sobre o corpo como objeto enunciativo e mercadológico, é possível identificar, os sujeitos, as classes sociais, o relacionamento entre essas, assim como a sexualidade. De modo geral, podemos refletir o comportamento de uma determinada época, se o quisermos chamar, com algumas aspas, de *zeitgeist*, como os iluministas alemães o fizeram.

Diante da mencionada conjuntura, e se valendo tanto do aparato teórico-metodológico da AD quanto das contribuições de noções-chaves da semiótica greimasiana, objetivamos analisar o corpo como extensão da linguagem como discursivização do sucesso. Dessa maneira, procuramos depreender como a mídia tem tomado o corpo como uma plataforma de subjetivação através de elementos verbo-visuais que interseccionam o discurso do sucesso midiático, o discurso da saúde e o discurso erótico a outras semioses. Para isso, utilizamos como objeto de análise, as capas da revista “Corpo a Corpo”, especificamente as edições que trazem as atrizes Chandelly Braz, Sabrina Sato e Vanessa Giácomo como garotas-propagandas nas edições de 2014, 2015 e 2016 respectivamente.

Tal empreendimento busca primeiramente esclarecer o funcionamento discursivo através de princípios e procedimentos da AD, tais como as noções de sucesso (SOARES, 2016, 2017, 2018a, 2018b, 2018c, 2019, 2020, 2021), dos processos parafrásticos e polissêmicos, das memórias, do movimento inter e intradiscursivo e outros dispositivos imprescindíveis na mobilização da dinâmica descritiva-interpretativa. Com o método de batimento descritivo-interpretativo, tocamos em pontos específicos da semiótica greimasiana, como a sintaxe de nível narrativo e a noção de debreagem, a fim de demonstrar alguns aspectos multimodais que, além de marcar o sujeito enunciativo, o espaço e o tempo, fazem funcionar a manipulação, a competência, a performance e as sanções nos discursos da revista. Dessa forma, esperamos compreender como o corpo é discursivizado a partir do funcionamento da subjetivação e conseqüentemente a ressignificação de sujeitos e de sentidos no discurso do sucesso midiático.

## **1. Corpos, curvas e erotismo: a discursivização do sucesso**

Falar do alto de uma tribuna, mantendo a metade do corpo inclinado sobre os ouvintes, produzia o efeito de uma dominação do orador em relação ao seu público e conferia-lhe ou, antes, reforçava-lhe o estatuto de intercessor entre o divino e o profano, entre Deus e os homens. A “dominação” do auditório não é, no entanto, somente o corolário da utilização de um tom demasiado contundente, mas decorre de posturas corporais e de condutas gestuais tênues, conjugadas com uma entoação afável, benevolente e compassiva, diferentemente das alocações

teológico-universitárias do magister que, embora fossem efetivadas do cimo de cátedras bastante semelhantes às *chaires* das igrejas, eram ásperas e peremptórias. (PIOVEZANI, 2007, p. 38).

Ao considerar o trecho acima, guardadas as devidas diferenças entre o percurso e a perspectiva analítica aqui empreendida, podemos constatar a indissociabilidade do corpo e da voz no processo de enunciação. Como é possível perceber, na produção enunciativa ao longo da história, o corpo, uma materialidade discursiva e, conseqüentemente, uma extensão da linguagem exerce sobre seu público uma maior influência. Essa materialidade discursiva, geradora da dinâmica humana através de condutas gestuais tanto tênues quanto agressivas, ocupa os espaços sociais reproduzindo sentidos, ora deslocando-os, ora estabilizando-os (PÊCHEUX, 1997). Ademais, o corpo, ainda como um objeto comercializável e rentável, torna-se parte integrante de uma rede de sentidos que atravessa o campo político, da saúde, do lazer entre outros de sua permeabilidade, contribuindo, conseqüentemente para a manutenção das formações imaginárias, ou seja, as imagens dos sujeitos e suas posições discursivas que resultam de projeções as quais “significam em relação com o contexto sócio-histórico e à memória (o saber discursivo, o já-dito)” (ORLANDI, 2015, p. 38).

É justamente esse movimento de deslizamento e de estabilização entre os campos sociais que interessa esse empreendimento analítico, porquanto o corpo como enunciado imagético perpassa a linha tênue de três discursos que serão base do entrelaçamento discursivo aqui analisado, a saber, o discurso do sucesso (SOARES, 2018a, 2018b, 2018c) e os discursos erótico e pornográfico (PIETROFORTE, 2013).

Primeiramente, é preciso esclarecer que “não é possível mirar o sucesso como quem olha uma foto. Não se pode depreende-lo de um golpe só” (SOARES, 2018a, p. 169). Em outros termos, mesmo sendo ironicamente a imagem do corpo a materialidade discursiva em apreciação, o sucesso que propomos descrever e interpretar não funciona como uma foto observada em si, mas na dinamicidade de um conjunto de dizeres atualizados nos quais produzem direta e indiretamente efeitos impactantes que afetam as relações econômicas e afetivas dos sujeitos (SOARES, 2018a).

Diante dessa perspectiva conceitual sobre o sucesso como catalisador de subjetivação, chamamos atenção para o sucesso do corpo, ou melhor, o “corpo do sucesso” que por meio do mencionado conjunto de dizeres faz funcionar efeitos que entrecruzam a linha tênue entre o erótico e o pornográfico, entre o sentimental e o sexual, com o objetivo de influenciar as tomadas de decisão do sujeito disposto a esses sentidos.

Sobre o processo de subjetivação:

Foucault (2014, p. 82, apud REVEL, 2005) põe em relevo que a subjetivação designa “um processo pelo qual se obtém a constituição de um sujeito, ou, mais exatamente, de uma subjetividade”. Em outras palavras, o sujeito, ao fazer a leitura do discurso midiático, pode ser influenciado e transformado por dada representação que é constituída por imbricações em uma sequência de acontecimentos discursivos (BOUCHER e SOARES, 2020, p. 119).

Isso porque certos dizeres, difundidos no meio social, carregam em sua configuração enunciativa pré-construídos, quer dizer, elementos linguísticos atravessados por memórias discursivas que provocam um movimento injuntivo de retorno daquilo que se produziu, “o efeito subjetivo de anterioridade” (HENRY, 1990, p. 61). Esses pré-construídos ora deslizam-se para o núcleo significativo do erotismo, ora estabilizam-se, permanecendo dentro do núcleo significativo do discurso pornográfico. Esse é o caso do sintagma “sexy já!” que, como veremos na seção de análise, é utilizado pela revista “Corpo a Corpo” como um catalisador de sucesso, estruturado em uma debreagem enunciativa, ou seja (FIORIN, 1996), apresenta materialmente demarcações linguísticas de sujeito, de espaço e de tempo nos enunciados, preenchidos com efeitos de sucesso (SOARES, 2020). Tais demarcações afetam a forma como o sujeito faz (res)significar seu próprio corpo e sua relação atual(izada) com o mundo.

Dessa forma, ao afetar sujeitos e sentidos com seus enunciados intrincados, a revista também se insere em uma determinada formação discursiva. Segundo esta noção, o sujeito enunciator se encontra em dada região de sentidos em que um conjunto de regras determina “o que pode e deve ser dito, a partir de uma dada posição, numa dada conjuntura” (PÊCHEUX, 2011, p. 73). Tais formações discursivas somente podem ser examinadas pela observação dos movimentos interdiscursivos e intradiscursivos, porquanto tal procedimento analisa aquilo que foi dito antes e como esse “já-dito” afeta

sujeitos e sentidos ao se atualizar nas bases intradiscursivas, isto é, no campo da formulação atual dos discursos e de suas condições de produção (COURTINE, 2014).

A partir das considerações, ao propormos o referido movimento analítico, confrontando três acontecimentos discursivos distintos, sua constituição, bem como sua recursividade, propomos observar o processo de construção da argumentação, bem como a reprodução de manipulações que ora são constituídas por efeitos sedutores, ora por efeitos intimidadores. Portanto, essas estruturas sintáticas que formam a argumentação, segundo Soares (2018c, p. 103), “movimentam os circuitos semânticos em que são inscritos os objetos do nível narrativo abrindo margem ao nível discurso”.

Por conseguinte, ao abrir margem para o mencionado nível, abre-se também a possibilidade de se verificar a constituição do “corpo-sujeito” (considerando a objetividade e a subjetividade do corpo), do tempo e do espaço “segundo os quais a instância enunciativa se estrutura para enunciá-los. O eu-aqui-agora da enunciação é projetado na configuração enunciativa dos textos produzindo seus efeitos [...]” (SOARES, 2018c, p. 103-104) e, por conseguinte, precipita uma determinada imagem no lastro discursivo. No caso em questão, há a imagem que a revista faz de seu leitor (enunciário), dela como enunciativa-portadora das benesses da saúde e da beleza (enunciador), do ambiente possível para essa mudança (espaço: casa, rua, academia, etc.) e a rapidez que tais benesses podem ser alcançadas (tempo).

Diante das considerações e noções expostas mais acima e trabalhando a partir dos princípios e procedimentos consagrados no campo discursivo, passamos às análises, utilizando o batimento descritivo-interpretativo como procedimento técnico e com tal empreendimento, visamos demonstrar como o corpo é discursivizado pela revista “Corpo a Corpo” fazendo funcionar, assim, a subjetivação e, conseqüentemente, a ressignificação de sujeitos e de sentidos de sucesso circulantes no espaço social.

## **2. O corpo do sucesso: plataforma de subjetivação (?)**

Passamos às análises das capas da revista “Corpo a Corpo”, publicadas nos anos de 2014, 2015 e 2016 respectivamente. A título de organização estrutural de nossa

descrição-interpretação, trazemos primeiramente uma investigação acerca dos efeitos de sucesso engendrados em sua constituição, depois, faremos uma averiguação dos não-ditos, analisando algumas oposições semânticas produzidas pela debreagem enunciativa. Assim, investigamos sentidos pressupostos e subentendidos (DUCROT, 1987) na micronarrativa da capa da revista. Posteriormente, buscamos analisar como os pré-construídos “sexy já!” entre outros, relacionam-se com o corpo de sucesso e com o político, produzido pela revista e como esta faz retornar sentidos pré-estabelecidos entrecruzando argumentos que já estão cristalizados nas formações imaginárias e que afetam a maneira como sujeitos concebem o corpo de sucesso. Por fim, observamos como são construídas as manipulações e quais efeitos essas produzem no sujeito leitor.

Ao analisar as capas da revista *Corpo a Corpo*, notamos de início uma configuração padronizada e recursiva em sua constituição. A maioria delas traz em seu bojo sujeitos, ou melhor, mulheres de sucesso midiático, porquanto a revista deixa subentendida a preferência de seu público leitor (mulheres). Esses sujeitos de sucesso reforçam a legitimidade e autoridade que a revista tem ao tratar de saúde e de beleza, pois não são quaisquer mulheres, são atrizes, apresentadoras, modelos, cantoras, entre outras celebridades do mundo midiático que denotam fama e sucesso.

A partir desse exame inicial, percebemos que a revista, investida do entrecruzamento do discurso do sucesso midiático com outros que são regulados pelos seus respectivos mercados, retoma a discursivização do sucesso como um objeto de desejo e conseqüentemente aumenta o seu potencial argumentativo. Ou seja, de acordo com Soares (2018a, p. 170, *aspas nossa*), “o entrelaçamento dos discursos do sucesso a outros de condições sociais já bem estabelecidas como os discursos da riqueza, da saúde, do mérito, entre tantos, ‘confere a revista’ uma autoridade quase absoluta”.

Diante desse panorama sobre aspectos gerais na configuração constitutiva da capa da revista, passamos agora a analisar os elementos enunciativos específicos como os não-ditos, as oposições semânticas pressupostas e subentendidas, trazidas pela debreagem enunciativa e pelos pré-construídos. Assim, observamos como esses elementos linguísticos se relacionam com outras semioses para construir a representação

do corpo de sucesso e, por conseguinte, produzir efeitos de subjetivação e ao mesmo tempo de exclusão (FOUCAULT, 2014).



Figura 1: Chandelly Braz, Corpo a Corpo, 2014.

A capa da revista *Corpo a Corpo*, publicada em 2014 (figura1), traz a atriz Chandelly Braz como referência de corpo de sucesso. Elementos visuais constituintes do espaço, como água do mar e areia de praia denotam a liberdade, o prazer e o entretenimento, porquanto a praia, nas formações imaginárias, é a posição do corpo bonito, esteticamente impecável e, sobretudo, o espaço da injunção à “pouca roupa”. Esses elementos subentendidos denunciam uma postura da revista em não “transgredir” tanto o sujeito-propaganda quanto os sentidos dos elementos verbais em destaques. Ela procura estabilizá-los em determinadas regiões de sentidos (PÊCHEUX, 1997), criando uma aceitabilidade visual que reverbera sentidos metaforizados como “praia e corpo seminus são combinações aceitáveis”.

Por outro lado, também é possível observar a oposição semântica da constituição verbo-visual entre o saudavelmente erótico e o vulgarmente pornográfico, porquanto a revista, ao dar relevo para determinados enunciados, e não outros, pratica



discursivamente o jogo da duplicidade. Em outros termos, Orlandi (2015, p. 35) destaca que “a língua é sujeita ao equívoco e a ideologia é um ritual com falhas que o sujeito, ao significar, se significa”. Por isso, a revista, determinada por sua constituição ideológica, não pode se apresentar como difusora da perversão de paradigmas sociais, nem mesmo conceber o sujeito de sucesso como pervertido, porque, como destaca Soares, (2019, p. 33), “O sujeito do sucesso não pode ser mau, ao contrário, precisa ser um sujeito bom para ter seus atributos inflamados pela mídia”. Dessa forma, a revista precisa chamar a atenção de suas leitoras para o produto de qualidade que ela pode oferecer, a saber, o corpo do sucesso.

Disso, observamos que alguns elementos verbais estão dispostos de forma a apontar seus sentidos para o corpo de Chandelly Braz, centralizado na capa da revista. Esse apontamento é possível porque a incompletude é a condição primordial da linguagem e, logo, tanto os sujeitos e sentidos quanto os discursos se apresentam inacabados e inconclusos (ORLANDI, 2015), margeados pelas possibilidades inoculadas pela constituição material de traços visíveis que se remetem a outros somente abertos pela compreensão interpretativa.

Como exemplo, encontramos elementos verbais destacados em negritos, em detrimento de outras expressões apagadas, sintagmas como “o novo sexy já!”, “*crossfit*”, “ioga”, “dieta” (à esquerda do corpo da atriz) causam efeitos de dinamicidade, de hábitos saudáveis, assim como “delícia”, “Chandelly Braz”, “Pernas e bumbum durinhos”, “depilação” e “em casa ou na clínica” (disposto de cima para baixo, nessa ordem) trazem o efeito do erotismo. Quem é delícia, com pernas e bumbum e durinhos? Uma determinada disposição ordenada, como essa, cria efeitos que Pêcheux (1997) chama de relações de sentido, ou seja, os discursos resultam de relações contínuas entre as instâncias enunciativas. “Um discurso aponta para outros que o sustentam, assim como para dizeres futuros (ORLANDI, 2015, p. 37).

Dessa maneira, a revista busca, em sua configuração constitutiva de sentidos, os dizeres sobre o corpo adotando uma determinada região de sentidos já pré-estabelecida. Guiada por memórias discursivas sobre o elogio ao corpo feminino, a revista ora faz deslizar dados sentidos para o campo culinário (suflê, risoto e outras delícias), ora para o

campo erótico-pornográfico ao comparar o corpo como objeto de desejo, comestível, representado pelo sintagma “delícia” destacado em negrito, e disposto ao lado do rosto de Chandelly Braz.

Segundo tal configuração de sentidos que entrecruza os elementos verbais e visuais, vemos a debreagem enunciativa: a) o eu-revista que enuncia o outro; b) o outro representado pelos sujeitos portadores do corpo de sucesso e os sujeitos que o desejam (leitores); c) o espaço representado pela praia, a clínica, a casa e; d) o tempo representado pelo movimento corporal nas expressões “queimar 2 mil calorias em uma aula”, “emagrecer 5 quilo em 1 mês”, 10 movimentos de MMA e “menos dor com resultados mais rápidos”.

Dessas considerações, nota-se que os enunciados funcionam como duplo indicadores de sentidos, pois, além de direcionar as semioses para outros campos, outras regiões (saúde, culinária, beleza, defesa), denotam também sentidos do/para o corpo. Há na capa analisada, uma infinidade de elementos geradores de sentidos que dialogam com outras instâncias enunciativas, no entanto o excesso analítico seria improdutivo devido à delimitação dessa configuração textual. Todavia, nas outras duas capas a serem analisadas, buscamos verificar o funcionamento do pré-construído “sexy já!” e outros elementos enunciativos relevantes para a compreensão dos processos de subjetivação. Também observaremos as formações discursivas da revista, as manipulações por sedução e intimidação, bem como a imagem que ela faz de seu público-alvo e de si mesma através de suas escolhas lexicais.



Figura 2: Sabrina Sato, Corpo a Corpo, 2015.

Na segunda capa de revista, (figura 2), também vemos a mesma configuração observada na capa anterior, uma debragem enunciativa que situa o eu, um sujeito de sucesso, a saber, Sabrina Sato, um “aqui”, jogando com a oposição semântica de inocência vs. indecência representado pelo balanço de parquinho, assim como a injunção à “pouca roupa” e pelo enunciado, todo em letra chamativa, “CURVAS SEXY JÁ!”. Também podemos observar o tempo representado pelos sintagmas “sem tempo para malhar” “hoje mesmo”, “oi verão” “menos 5 quilos em um mês” “uma semana”. Esses elementos constitutivos dos sentidos nas capas aqui analisadas promovem efeitos ritualísticos, ou seja, implicações que determinam o comportamento que todo sujeito deve ter se almeja alcançar as tão desejadas curvas sexy de Sabrina Sato.

Quanto às manipulações por sedução e intimidação, propomos examinar um dos vários elementos verbais enunciados pela revista. No canto superior direito do suporte midiático, temos o seguinte enunciado: “sem tempo para malhar? Inspire-se no treino a jato da Sabrina”. O mencionado recorte nos possibilita pressupor que, para a revista, o sujeito leitor não malha porque não tem tempo e nem inspiração.

Dessa forma, ao pressupor as condições do sujeito leitor, a revista produz um ato de fala performativo, ou seja, um enunciado que não constata a possibilidade de voltar a malhar, mas performa uma injunção à compra da revista, porquanto a lógica condicional criada pela manipulação se apoia no fato de que se o sujeito leitor não comprar a revista, sofrerá a sanção negativa de não se inspirar e continuará sem tempo para malhar, pois não adquirirá os treinos da Sabrina que possibilitarão maior “desempenho de tempo e inspiração”. Fica pressuposto também que não é um treino comum por se tratar da habilidade de uma celebridade de alta performance. Isso porque Sabrina, como estrela da televisão brasileira, é avaliada constantemente pela mídia e seus fãs, logo, seu treino precisa ser rápido e eficiente para sempre manter a padronização de seu corpo.

Dessas considerações, subentende-se desse enunciado que a revista se coloca impositivamente como a detentora desse treinamento e, como tal, a única que possibilita ao leitor a ter um corpo de sucesso “a jato”, isto é, em pouco tempo. Outros efeitos de sentido que “Corpo a Corpo” usualmente traz em sua capa é o revolucionário, o libertário, como exemplo, os pré-construídos “curva sexy já!” e “barriga sexy já”, mantendo uma relação de sentido com os enunciados políticos de “diretas já”, expressão que emerge na conjuntura histórica brasileira onde a população reivindicou o direito de escolher seus representantes. Desse ponto, as formações imaginárias remetem ao pré-construído com sinonímia de liberdade. Ao verificar o tácito no dito “curva sexy já”, podemos pressupor um sujeito que está preso a um corpo sem curva que marca também a oposição semântica de sexy: brochante, não atraente e que para se libertar dessa condição, tem a revista como apoio, como suporte do “saber-libertar”.

Diante dos pontos verificados na segunda capa e, ao analisar a terceira capa, percebemos que os mencionados efeitos ritualísticos se repetem e trazem os mesmos pré-construídos.



Figura 3: Vanessa Giacomini, Corpo a Corpo, 2016.

Nessa perspectiva, constatamos especificamente o pré-construído “sexy já!” na capa publicada em 2016 e que traz Vanessa Giacomini como sujeito de sucesso, podemos depreender que a revista tem em seu conjunto de dizeres, ou seja, em sua formação discursiva, memórias discursivas que trazem o sentido de “sexy já!” relacionado ao corpo de sucesso. Em outras palavras, em sua rede de sentidos, o sujeito de sucesso e o “corpo sexy” são indissociáveis. Há nessas formações enunciativas, a manutenção de um imaginário onde a revista reproduz a imagem de si como aquela que tem o poder de transformar corpos não atraentes em corpos sexy. Assim como o pré-construído “sexy já!”, outros sintagmas que têm tenuous relação com os discursos erótico e o pornográfico despontam ao lado das celebridades. Dessa ótica, Pietroforte (2013, p. 86) é acertado ao afirmar que “as definições lexicográficas em dicionários, para a semiótica, não funcionam como registros adequados entre palavras e coisas, mas como reflexo de um ponto de vista dominante em determinada cultura”.

Do mesmo modo, para a revista, “o corpo sexy já!”, é mais que uma preocupação estética, corresponde a uma inquietação política e libertária da mulher. Por

isso o percurso interdiscursivo e sua observação no campo da atualização enunciativa (o intradiscursivo), são movimentos extremamente importantes para compreender os deslizamentos e a estabilização dos elementos linguísticos. Unido a isso, o exame das memórias discursivas nos possibilita compreender que as expressões “show de curvas”, “make de arrasar”, “barriga sexy já!” “as armas secretas” (figura 3), “inspire-se no treino a jato de Sabrina”, Curva sexy já!” “a poderosa dieta *mind*” (figura 2), “o novo sexy”, “delícia” “dieta *dash*” (figura 1) etc., fazem parte de uma rede de sentidos com bifurcações que ora se encontra nos discursos político, da saúde, da beleza, ora se adentra na interseção do erótico e do pornográfico, tendo sempre como ponto focal o corpo investido de sucesso.

Diante da imagem que a revista faz de si e de seus leitores, ela acaba por denunciar suas formações ideológicas. Na capa de 2014 (figura 1), a revista revela um cardápio sofisticado que não se encontra na mesa de qualquer casa brasileira, a saber, “receitas funcionais de risoto, suflê, quiche e outras delícias”. Outro cardápio na mesma capa revela o prato saudável de Heidi Klum, considerada uma supermodelo e estilista, e Taylor Swift, uma cantora atualmente aclamada. Seguindo esse mesmo percurso temático, notamos que em outras edições de Corpo a Corpo, que não entraram no corpus de análise, são comuns os chamados cardápios fitness que exigem um poder aquisitivo elevado. Logo, subentende-se que a instância enunciativa não tem como foco principal os leitores de uma classe social menos privilegiada, mas aqueles que podem comprar não somente a publicação, mas os produtos que ela oferece.

Ora, o corpo, como dizem os nutricionistas, “constitui-se por aquilo que é ingerido”. Em termos populares, “você é o que você come”. De posse dessas expressões e dos resultados de nossa análise, arriscaríamos metaforizar isto: “o corpo, em nossa sociedade, é o que se pode ingerir, vestir e, sobretudo, onde se pode aparecer”. Nesse sentido, as intenções mercadológicas da revista a coloca em uma posição de enunciadora do consumismo. Ela fala para aqueles que detêm o capital e, logo, determina quem pode e deve ter o corpo de sucesso, o qual tanto se propaga em meios de circulação em massa.

## Considerações acerca do corpo de sucesso

Nesse empreendimento analítico posto, deixamos de observar vários aspectos também relevantes para a compreensão da subjetivação do corpo de sucesso, no entanto, ciente de que é impraticável um batimento descritivo-interpretativo que abranja todos os aspectos de um corpus em sua natureza enunciativa, as descrições feitas nas três capas, foram suficientes para ilustrar o grande caminho que precisamos percorrer para adentrar esse vasto universo que é o discurso do sucesso midiático.

Diante do gesto de leitura aqui empreendido, observamos como a revista “Corpo a Corpo” se coloca como uma plataforma mercadológica, discursivizando o sucesso, a saúde, a riqueza, e o erotismo, e possibilitando o jogo ambíguo da linguagem na produção simbólica da pornografia, dentre tantos outros entrecruzamentos discursivos para aumentar seu potencial argumentativo. Vimos que a manipulação por sedução e por intimidação ora se entrecruzam para fortalecer seu discurso de autopromoção, trabalhando na manutenção de uma formação imaginária em que a mulher para ser sexy, deve ter curvas, ser magra e que, somente com as orientações técnicas eficientes (nesse caso a própria revista como fonte de informação), sujeitos fora desse padrão podem sonhar com a “metamorfose instantânea” engendrada nos sentidos dos pré-construídos “curva sexy já”, “barriga sexy já”, etc., construindo uma metáfora de intimidade, colocando-se como a única revista que está perto de seus clientes, como seu próprio título sugere, Corpo a Corpo.

Retornando ao discurso mercadológico e às manipulações por sedução e intimidação, a revista vende o segredo do corpo de sucesso que somente suas celebridades podem revelar. Nessa perspectiva, a instância enunciativa cria para seus clientes uma oposição semântica de segredo vs. revelação cujos efeitos de sanção negativa são engendrados dentro de uma lógica condicional em que o sujeito manipulado só conhecerá os segredos do corpo de sucesso “se e somente se” acompanhar mensalmente as dicas fitness, de nutrição, de saúde e de beleza. Todos esses campos são injunções que a revista coloca para que o enunciatário consiga voltar à lógica latina de “Mens sana in corpore sano”<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Expressão latina que significa, em tradução livre, “uma mente sã num corpo são”.

Como ilustração dessas manipulações, colocamos em apreciação o enunciado diametralmente oposto (SOARES, 2021) de *depilação, menos dor com resultados mais rápidos (em casa ou na clínica)* (figura 1): “depilação, mais dor com resultado menos rápidos (só em casa, ou só na clínica)”. Quanto a esse efeito de negação, Soares (2021, p. 105) destaca que:

Outra autora que toca a questão da negação é Authier-Revuz (2001) em que trata, na esteira da psicanálise freudo-laciana, como denegação, isto é, a negação como marca capaz de localizar o outro na produção enunciativa. Noutras palavras, Authier-Revuz (1998) reconhece uma heterogeneidade constitutiva da própria língua, que por sua vez, é denegada por uma heterogeneidade mostrada (SOARES, 2021, p. 105).

Ao utilizar esse recurso analítico do enunciado diametralmente oposto, verticalizamos a interpretação e a descrição de dado discurso. Com isso, conseguimos perceber nuances discursivas que não seriam possíveis apreender como o olhar interpretativo horizontal. Assim compreendemos a configuração condicional que a revista cria ao produzir seus enunciados com a pretensão de manipulação por intimidação: “se me compra, x, se não me compra, y” onde “x” torna-se uma sanção positiva, ou seja, um benefício para o sujeito-manipulado e “y”, por seu turno, apresenta-se como a sanção negativa, a restrição do corpo do sucesso.

Outro exemplo que ilustra o caráter persuasivo da revista são os enunciados “truque de beleza que toda mulher precisa” e “as armas secretas da atriz para ficar com esse corpão”. Os dois enunciados denotam um produto precioso que estão nas mãos dos sujeitos de sucesso. Isto é, as celebridades de “Corpo a Corpo” são referências em manter o corpo saudável e belo e por isso têm a legitimidade, a autoridade e a potência para fazer “truques de beleza” e utilizarem “armas secretas” para a manutenção de “seus corpões”. Estes são os efeitos da exclusão (FOUCAULT, 2014) que apaga (ORLANDI, 2007) outras celebridades que não têm “corpões” e não se despontam na capa da revista.

Dessa forma, “Corpo a Corpo”, pelas escolhas lexicais, por apontamentos de serviços e produtos pertencentes a uma classe social mais elevada e, sobretudo, pela utilização recursiva de pré-construídos que circulam e entrecruzam diversos campos



como os da saúde, da beleza, da política, etc., revela sua formação social de caráter elitista.

Por esse esclarecimento através dos procedimentos teórico-metodológicos da AD e de outros conceitos do campo discursivo, observa-se a relevância da continuidade das pesquisas sobre o corpo como materialidade discursiva, no âmbito dos discursos do sucesso midiático, porque, ao analisar esses movimentos enunciativos na construção das informações midiáticas, podemos ter um contato menos ingênuo com as instâncias enunciativas que discursivizam o corpo como produto mercadológico, valendo-se de vários efeitos que não são facilmente observáveis, mas que afetam sentidos e sujeitos de maneira significativa, modelando-os e os direcionando a determinadas tomadas de decisões.

## Referências

BOUCHER, Damião Francisco; SOARES, Thiago Barbosa. Discursividade verbo-visual: o humor no apagamento/marcação dos discursos midiáticos. In: SOARES, Thiago Barbosa; Cutrim, Ilza Galvão; BUTTURI JUNIOR, Atilio (org). *Mídia Linguagem e Sociedade: espaços, corpos e vozes na atualização da resistência*. 1. ed. – Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.

COURTINE, Jean-Jacques. *A análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos, SP: EDUFSCar, 2014.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática. 1996.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso: aula inaugural do Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970; tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio*. 8 ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Loyola, 2014.

HENRY, Paul. *Construções relativas e articulações discursivas/ Paul Henry; tradução: João Wanderley Geral e Celene Margarida Cruz*. Cad. Est. Ling., Campinas, SP (19): 43-64, jul./dez. 1990.

ORLANDI, Eni P. *As formas do Silêncio: no movimento dos sentidos*. 6 ed. Campinas, SP: Pontes da Unicamp, 2007.

ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 12 ed. Campinas, SP: Pontes Editora, 2015.

PÊCHEUX, Michel. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*; Organizadores: François Gadet, Tony Hak; tradutores Bethania S. Mariani... [et al.]; 3 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

PÊCHEUX, Michel. Língua linguagem, discurso [1971]. In: PIOVEZZANI, Carlos; SARGENTINI, Vanice (org.). *Legados de Michel Pêcheux inéditos em análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2011.

PIETROFORTE, Antônio Vicente. *Análise do texto visual: a construção da imagem – 2. ed., 1ª impressão*. São Paulo: Contexto, 2013.

PIOVEZANI, Carlos. *Verbo, corpo e voz: Reflexões sobre o discurso político brasileiro Contemporâneo*. Tese (doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara, São Paulo. p. 278, 2007. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/103594>. Acesso em: 28 fev. 2021.

REVEL, Judith. Michel Foucault: conceitos essenciais. Trad. Maria do Rosário Gregolin, Nilton Milanez, Carlo Piovezani. São Carlos, SP: Claraluz, 2005.

SOARES, Thiago Barbosa. Discurso do Sucesso: sentidos e sujeitos de sucesso no Brasil Contemporâneo; Universidade Federal de São Carlos UFSCar, *Estudos Linguísticos*, 45 (3): p. 1082-1091, 2016, São Carlos. São Paulo. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/658>. Acesso em: 28 fev. 2021.

SOARES, Thiago Barbosa. *Discursos do sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo*. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2017.

SOARES, Thiago Barbosa. *Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso: objetos variados*/ Thiago Soares Barbosa (org.) – São Carlos – SP: Pedro & João Editores, 2018a.

SOARES, Thiago Barbosa. Estilos de escrita e de pintura: uma leitura das aproximações entre as produções da literatura, da pintura e do texto; *Revista Humanidades e Inovação*. v. 5 n. 7, 2018b. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/11583>. Acesso em: 28 fev. 2021.

SOARES, Thiago Barbosa. *Percursos Linguístico: conceitos, críticas e apontamentos*. Campinas. SP: Pontes Editores, 2018c.

SOARES, Thiago Barbosa. Teoria Crítica e Análise do Discurso: a mídia como objeto comum; Universidade Federal do Tocantins, *Estudos da Linguagem*; *Revista Porto das*

*Letras*, Vol. 05, N° 01, Porto Nacional –TO, 2019. Disponível em:  
<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/6159>.  
Acesso em: 03 out. 2019.

SOARES, Thiago Barbosa. 1969, o ano que não terminou: o acontecimento da análise do discurso. *In: No campo Discursivo: Teoria e análise*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.

SOARES, Thiago Barbosa. O contraste no discurso do sucesso: a diametralidade discursiva do enunciado “oposto” Porto da Letras, Porto Nacional, TO v. 07, n. 01, 2021. Disponível em:  
<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/11300>.  
Acesso em: 03 fev. 2021.