



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
INSTITUTO DE BIOCÊNCIAS – RIO CLARO



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

DISCURSO SOBRE O EMAGRECIMENTO NO *FACEBOOK* E *INSTAGRAM*

ELAINE MARANGONI

Rio Claro - 2019



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
INSTITUTO DE BIOCÊNCIAS – RIO CLARO



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

DISCURSO SOBRE O EMAGRECIMENTO NO *FACEBOOK* E *INSTAGRAM*

ELAINE MARANGONI

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Marcia Reami Pechula

Tese apresentada ao Instituto de Biociências do Câmpus de Rio Claro, Universidade Estadual Paulista, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Educação.

M311d Marangoni, Elaine
 Discurso sobre o emagrecimento no Facebook e Instagram / Elaine
Marangoni. -- Rio Claro, 2019
 166 p. : il., fotos

 Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp),
Instituto de Biociências, Rio Claro
 Orientadora: Marcia Reami Pechula

 1. Análise do Discurso. 2. Emagrecimento. 3. Ideologia. 4.
Facebook. 5. Instagram. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca do Instituto de
Biociências, Rio Claro. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Câmpus de Rio Claro



CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

TÍTULO DA TESE: Discurso sobre o emagrecimento no Facebook e Instagram

AUTORA: ELAINE MARANGONI

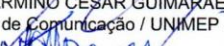
ORIENTADORA: MARCIA REAMI PECHULA

Aprovada como parte das exigências para obtenção do Título de Doutora em EDUCAÇÃO, pela Comissão Examinadora:


Profa. Dra. MARCIA REAMI PECHULA
Departamento de Educação / UNESP - Instituto de Biociências de Rio Claro - SP


Profa. Dra. SORAYA MARIA ROMANO PACÍFICO
Departamento de Educação, Informação e Comunicação / USP - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de
Ribeirão Preto / SP


Prof. Dr. BELARMINO CESAR GUIMARÃES DA COSTA
Departamento de Comunicação / UNIMEP - Universidade Metodista de Piracicaba / SP


Profa. Dra. FABIANA CLAUDIA VIANA BORGES
Centro Universitário Moura Lacerda / Ribeirão Preto / SP


Prof. Dr. JOSE EUZÉBIO DE OLIVEIRA SOUZA ARAGÃO
Departamento de Educação / UNESP - Instituto de Biociências de Rio Claro - SP

Rio Claro, 06 de agosto de 2019

DEDICATÓRIA

À minha base e fortaleza, a família. Avó, pais, irmãos, cunhada, sobrinhos e marido.

AGRADECIMENTOS

Se eu não tivesse escolhido Rio Claro, tudo seria diferente.

Talvez não tivesse tanto a agradecer como tenho agora. Insistir em um caminho que não era meu me trouxe a uma nova cidade, uma nova instituição, que hoje fazem parte da minha história e do que sou como pesquisadora. Não percorri a rota que tracei, mas a que eu precisava seguir para chegar até aqui.

Ganhei uma nova orientadora, que, antes mesmo de fazer esse papel, me encantou com uma aula em um congresso em Campinas. Na hora eu pensei: “essa professora precisa fazer parte da minha banca”. E ela fez mais que isso, participou da leitura da minha dissertação e abriu uma oportunidade para eu ingressar na Unesp, além de abrir as portas da sua casa e mostrar tamanha generosidade e carinho com todos. Muito obrigada, Marcia, por trazer outros olhares para essa pesquisa e por ser uma inspiração por seu trabalho. Pelas reuniões, em que fomos sempre tão bem recebidos por você, Sérgio, Tales e Ana Sophia.

O que dizer do nosso grupo? Se pudéssemos, nos perderíamos nas horas discutindo todos os tipos de assunto, sempre com um toque da filosofia, da história e da linguagem que nos constitui. Tão heterogêneos, mas iguais no companheirismo e corações maiores que eles. Obrigada, Edilson, Fabiana, Guilherme, Lucimara, Natanael, Regina, Tavernard, Thaís, Therezinha e Thierry, pelo pedacinho de cada um de vocês que ficou em mim. Nossos encontros e brindes com muito vinho não se encerrarão por aqui.

Agradecer à professora Soraya é sempre difícil porque foi ela que me transformou em pesquisadora e me ensinou grande parte do que sei. Mesmo longe, sempre esteve perto e contribuiu muito para a finalização desse trabalho. Sua ajuda, sua torcida e seu carinho foram fundamentais para que eu chegasse a esse resultado. A minha maior felicidade foi não ter lhe perdido, e seu apoio em me “deixar voar” fez com que hoje eu tenha duas referências femininas fantásticas como professoras, pesquisadoras e mães. Um enorme privilégio!

Seguindo a sequência dos olhares que passaram por minha pesquisa, agradeço ao professor Belarmino, que aceitou o desafio de ler um trabalho da Análise do Discurso e trouxe grandes contribuições para o texto final.

Agradeço à professora Fabiana, por aceitar meu convite para a banca e tenho certeza de que fará uma boa leitura, pela pessoa que é e pelo carinho que tenho por seu trabalho. Outra figura feminina muito forte para engrandecer os meus escritos.

Obrigada, professor Aragão, também por aceitar o convite e contribuir para a pesquisa em Educação na Unesp de Rio Claro. Seu olhar também é bastante aguardado.

A dedicatória já foi feita à família, mas não é demais agradecer mais uma vez a eles e à família de coração, meus amigos. Obrigada pela compreensão, suporte e torcida para que essa etapa se cumprisse.

Agradeço especialmente ao Daniel, meu marido, pelo companheirismo e por me levar tantas vezes a Rio Claro e outros congressos. De me ver chorar quando fui aprovada no programa e não entender o porquê. Talvez hoje o tamanho da minha felicidade explique tudo isso, explique todos os esforços que fizemos juntos. Essa conquista é nossa!

Que essa experiência não acabe por aqui, que essas pessoas nunca saiam da minha vida porque, além de agradecer, preciso dizer o quanto são especiais para mim!

MUITO OBRIGADA!

Ainda bem que eu escolhi Rio Claro...

JANELAS

Demoro
a fechar janelas
porque me dói
a vida entre dentro e fora.

Meu gesto lento,
sem antes nem depois,
desconhece se abre ou se fecha
a janela de uma outra janela.

Sem longe nem perto,
entre sombra e além,
na casa onde meu corpo começa,
sou eu mesmo a terra que contemplo.

Depois do vidro,
perdida da sua própria imagem,
a paisagem ainda mora toda em mim.
E eu, já, nela **(COUTO, 2011, p. 64).**

RESUMO

O Discurso Sobre o Emagrecimento (DSE) circula no *Facebook* e *Instagram*, produzindo sentidos que afetam sujeitos que acompanham diariamente perfis de leigos e profissionais de saúde nessas redes sociais. Os dizeres do senso comum e os que são apropriados do meio científico são repetidos infinitamente, até que seus sentidos se tornem naturais por efeito da ideologia. Emagrecer nunca pareceu tão simples, e seguir as “dicas” disponíveis na internet faz com que se reforcem discursos que não são benéficos à população, causando risco de adoecê-la ainda mais, já que a obesidade é considerada uma pandemia na atualidade. Duas posições sujeito (leigos e profissionais de saúde) foram acompanhadas, e seus discursos compuseram o *corpus*, que foi se revelando aos poucos e mostrando como no DSE o sujeito se movimenta a todo instante, identificando-se e desidentificando-se com sentidos de uma formação discursiva bastante heterogênea. O verbal e o não verbal foram considerados em suas materialidades distintas, significando em conjunto, e, mesmo quando houve a necessidade de verbalização, as imagens e seu modo de significar singulares foram destacados. Por haver uma aproximação dos discursos das duas posições sujeito em um espaço onde as linhas que separam o científico do não científico estão cada vez mais finas e esburacadas, elegemos o discurso da dona de casa Eloísa Helena para mostrar os movimentos do DSE, seus sentidos mais recorrentes e como a ideologia trabalha em uma era de pós-verdade, na qual os sentidos e as identificações dos sujeitos são bombardeados por apelos emocionais. Além disso, tudo que se posta nas redes sociais “parece ser verdade” ou ganha legitimação como “verdadeiro”, principalmente pela credibilidade, leia-se “número de seguidores”, dos atores/influenciadores nas páginas que acompanhamos. Temos uma metodologia que não é fechada, mas que foi construída para os propósitos desta pesquisa. As postagens foram apresentadas e organizadas no decorrer do texto, portanto, não há apenas um capítulo de análise, já que diversas análises compõem todo o percurso metodológico. Apesar de surgirem discursos de resistência, já que muitos sentidos são silenciados, os efeitos de verdade por meio da repetição e da divulgação desmedida não permite que sejam a maioria. Destacamos alguns deles, assim como o que não é permitido “falar” quando o tema é emagrecimento. Nosso objeto não cessa de mudar e apresentar “novidades” para que o leitor continue na formação discursiva que reforça sua responsabilidade e força de vontade, abafando milhares de vozes que poderiam trazer a saúde, a vida saudável tão almejada.

Palavras-Chave: Análise do discurso. Emagrecimento. Ideologia. Redes sociais.

ABSTRACT

Discourse on Slimming (DSE) circulates on Facebook and Instagram, producing meanings that affect subjects that daily accompanies profiles of laypeople and health professionals in these social networks. The sayings of common sense and those appropriated of the scientific community are repeated infinitely until their meanings become natural by the effect of ideology. Slimming never seemed so simple, and following the "tips" available on the internet, reinforces discourses that are not beneficial to the population, causing the risk of getting it sick even more, since obesity is considered a pandemic nowadays. Two subject positions (laypeople and health professionals) were followed, and their discourses composed the corpus, which gradually revealed itself and showed how in the DSE the subject moves at all times, identifying and disidentifying himself with meanings of a very heterogeneous discursive formation. Verbal and nonverbal were considered in their distinct materialities, meaning together, and even when there was a need for verbalization, the images and their singular way of meaning were highlighted. Because there is an approximation in the discourses of the two subject positions in a space where the lines that separate the scientific from the non-scientific are increasingly thin and bumpy, we choose the discourse of the housewife Eloisa Helena to show the movements of the DSE, their recurrent meanings and how ideology works in an era of post-truth, in which the meanings and identifications of subjects are inundated with emotional appeals. In addition, everything that is posted on social networks "seems to be true" or gains legitimacy as "true", especially by credibility, read it like "number of followers", of the actors/influencers in the pages we followed. We have a methodology is not closed, but it was built for this research purposes. The posts were presented and organized throughout the text, so there is not just one chapter of analysis, as several analyzes make up the entire methodological path. Although discourses of resistance emerge, since many meanings are silenced, the effects of truth through repetition and excessive promotion do not allow them to be the majority. We highlighted some of them as what is not allowed to "speak" when the theme is slimming. Our object does not cease to change and present "news" in order that the reader continues in the discursive formation that reinforces its responsibility and strength of will, stifling out thousands of voices that could bring health, the healthy life so desired.

Keywords: Discourse analysis. Slimming. Ideology. Social networks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Melhores horários de postagem no Instagram	46
Figura 2: Pesquisa pela palavra “emagrecimento” no Google	51
Figura 3 Pesquisa pela palavra “emagrecer” no Google	51
Figura 4: Uso do Excel para coleta de dados.....	67
Figura 5 Costume de acessar a internet durante a semana	76
Figura 6: Confiança nas notícias que circulam em sites da internet.....	76
Figura 7: Confiança nas notícias que circulam nas redes sociais	77
Figura 8: Dispositivo de acesso à internet	77
Figura 9: Cartaz desenhado em 1914 pelo ilustrador inglês Alfred Leete, para incentivar o recrutamento na 1ª Guerra Mundial.....	138
Figura 10: Cartaz desenhado em 1917 pelo artista James Flagg, encomendado pelas Forças Armadas americanas, para recrutar soldados para a 1ª Guerra Mundial.	138
Figura 11: Estátuas dos 3 macacos no Santuário Toshougu, na cidade de Nikko, no Japão	149

LISTA DE ABREVIações

ABESO	Associação Brasileira para Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica
AD	Análise do Discurso
DSE	Discurso Sobre o Emagrecimento
FB	Facebook
FD	Formação Discursiva
IG	Instagram
JI	Jejum Intermitente

SUMÁRIO

(EM)CAIXAS	12
1 A TEORIA E OS DIÁLOGOS QUE ACOMPANHAM OS OLHARES PARA O DISCURSO SOBRE O EMAGRECIMENTO	17
1.1 Enunciação, Formulações e Circulação de sentidos.....	19
1.2 O verbal e o não verbal: duas materialidades e múltiplos sentidos	22
2 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO E ESPAÇOS ONDE SE MANIFESTA O DISCURSO SOBRE O EMAGRECIMENTO	27
2.1 O discurso disfarçado do bem-estar.....	30
2.2 A busca pela obesidade saudável.....	32
2.3 <i>Memes</i> : “humor” e acidez que acompanham a gordofobia	36
2.4 As mídias sociais e o ciberespaço.....	41
2.5 O <i>Facebook</i> e seu reinado	43
2.6 O <i>Instagram</i> , sua história e suas características	45
2.7 O <i>Big Data</i> como recurso à pesquisa acadêmica em saúde.....	46
2.8 O Marketing Digital e as Redes Sociais	49
3 PERCURSO METODOLÓGICO.....	54
3.1 Metodologias e Internet	56
3.2 Tudo vale?.....	58
3.3 Seleção do Corpus e Recortes: o entrelaçamento dos fios para as análises	64
3.4 Primeiro Recorte	66
3.5 Segundo Recorte.....	67
3.6 Redação das Análises	68
4 POSIÇÕES SUJEITO E OS CORPOS ONDE O DISCURSO SOBRE O EMAGRECIMENTO SE MATERIALIZA	71
4.1 Os sujeitos tecidos no discurso da contemporaneidade	74
4.2 Onde o objeto se materializa: o corpo.....	79
4.3 O corpo e a natureza: o natural e as naturalidades	84
4.4 Imaginários sobre o corpo	93
4.5 Os <i>Coaches</i> de Saúde ou <i>Health Coaches</i>	95
5 EFEITOS DA ERA DA PÓS-VERDADE	103
5.1 As <i>fake news</i> da saúde: mitos sobre tratamentos e alimentação	105
6 POSTAGENS DA ELÔ EM DISCURSO: SENTIDOS SOBRE EMAGRECIMENTO.....	111
6.1 Primeiras Postagens	116
6.2 Q48: emagrecendo (em casa) com a Elô	120
6.3 Postagens sobre o Jejum intermitente.....	124

6.4 “Jacadas”, arrependimentos e motivação	130
6.5 Desafios	133
6.6 Antes e Depois.....	135
6.7 Responsabilidade	137
6.8 Realidade.....	138
7 SILÊNCIO E RESISTÊNCIA: AS ZONAS OPACAS DO DISCURSO E NOSSAS BREVES CONSIDERAÇÕES	143
7.1 Silêncio e interditos	145
7.2 Postagens recorrentes sobre o “fechar a boca”	151
7.3 Os sentidos que nos afetam e não nos deixam fechar a boca: nossas considerações finais	156
REFERÊNCIAS	159

(EM)CAIXAS

A vida acadêmica nos coloca dentro de algumas caixas; temos que nos (en)caixar, nos adequar, nos departamentalizar. Dessa maneira, como o conhecimento está dividido em caixas, a estrutura de nossos trabalhos segue algumas regras para serem aceitos e bem compreendidos pela academia e pelos nossos pares.

Apesar da evolução do pensamento científico e das pesquisas nas ciências humanas, que não se encaixam em um modelo positivista, muitas das normas a serem seguidas ainda se encontram (en)caixadas. É preciso categorizar-se, definir-se! Como se fosse uma tarefa fácil para quem observa os fenômenos da vida e do homem de uma maneira conjunta, e que não distancia ou tira a essência natural humana, fundindo o objeto ao observador.

Se, em muitos momentos, não se pode pensar fora de uma caixa, por que não criar as próprias caixas, ou continuar usando as velhas, decorando-as e as personalizando à nossa maneira? As caixas deste trabalho foram criadas para descrever o percurso de uma pesquisa de doutorado que não pretende se esgotar nem chegar a uma conclusão fechada. Ficarão abertas e serão descritas conforme as descobertas dentro de um mundo de possibilidades dentro da internet, especificamente nas redes sociais *Facebook* e *Instagram*, e a rapidez com que tudo acontece nesse espaço onde circulam os mais variados discursos.

Podemos continuar dentro da caixa, pois estamos em um programa que assim exige, mas criamos as “nossas” caixas. Dizemos nossas entre aspas por ser uma ilusão, de acreditar no ser nosso, de acreditar que a nossa decoração vem de nós mesmos, e não do outro que fala e que é constitutivo em nossos dizeres. Na ilusão de autoria, as caixas que ofereceremos aos leitores serão as dos cientistas e filósofos que trabalham ou trabalharam com o discurso e que contribuirão para a criação e a organização de nossos pensamentos e inquietações para tecer um novo texto, que será disponibilizado em um outro momento histórico, para aqueles que desejarem abrir todas ou apenas algumas no decorrer desta pesquisa.

O interesse em trabalhar os discursos que circulam na sociedade sobre o emagrecimento surgiu a partir do estudo feito na dissertação de mestrado (MARANGONI, 2013), demonstrando que, no Discurso Científico e no Discurso de Divulgação Científica, a obesidade não é discursivizada apenas pelos sentidos atribuídos ao discurso científico e de saúde, tomando para si um caráter que chega a atingir esferas como a da moda, a da estética, a da economia, entre outras. Nesse momento, foi trabalhado o deslizamento do discurso científico para o discurso de divulgação científica, ou seja, foram analisados como os conteúdos da ciência circulavam na voz do jornalista científico, que formulava seus dizeres se balizando em sujeitos

os quais acreditava que não tinham a capacidade de entender um conteúdo científico caso não fosse simplificado. Analisamos um artigo sobre obesidade e pudemos constatar que os discursos sobre saúde e prevenção de doenças são permeados de muitos outros discursos, que nem sempre são de uma mesma ordem e trazem consigo muitos outros sentidos (MARANGONI, 2013).

Quando nos detivemos mais intensamente aos enunciados e às imagens associadas a eles, notamos um conteúdo pedagógico, guiado por orientações que encontramos diariamente dentro das escolas e que acompanham os que passaram pelos bancos escolares. Notamos a força dos discursos pedagógicos e dos meios de comunicação na propagação de conteúdos associados à saúde, na tentativa de educar a população sobre determinada doença (que, no nosso estudo, era a obesidade).

Como os sentidos sobre a obesidade e a perda de peso foram incontáveis e ricos, a continuidade desse tema e o aprofundamento em uma nova tese fizeram-se necessários. No doutorado, seguindo com os estudos na área de educação, as vozes da ciência “falam” na voz de sujeitos que denominamos como leigos, por não terem uma formação específica na área de saúde, e também na voz dos profissionais, que seriam os membros da sociedade autorizados a propagar o discurso científico em sua forma mais rígida e legitimada.

Nossas pesquisas indicaram também que o discurso científico nunca circulou apenas dentro da academia e com propósitos voltados estritamente para a saúde da sociedade quando discutimos sobre obesidade e perda de peso. A linguagem rigidamente científica e plena de recomendações utilizada pelos especialistas transfigura-se em mesclagens de discursos carregados de outros sentidos, discursivizados como “dicas”, na voz de sujeitos que possuem perfis nas redes sociais, sejam eles habilitados ou não na área de saúde.

Exposto esse panorama, nosso objetivo nesta tese é capturar e analisar os movimentos do Discurso Sobre o Emagrecimento (doravante DSE) que circula no *Facebook* e no *Instagram*, na voz de duas posições sujeitos: profissionais da área de saúde e leigos. Verificaremos como esse discurso, tecido por ambas as posições, tem se aproximado ou se afastado do discurso científico primário, ou seja, o discurso legitimado pela academia.

Buscaremos marcas linguísticas e pistas discursivas em postagens (verbais e não verbais) que indiquem o funcionamento de um outro discurso e que apontam alguns “furos” no discurso científico legitimado, tornando a linha de separação imaginada entre o científico e o senso comum porosa e passível de ser permeada por outros sentidos.

Nossas hipóteses nos levam a pensar que as linhas que separam os discursos de profissionais e leigos são extremamente finas e estariam se rompendo, esburacando-se, fazendo emergir nosso objeto de estudo. Até que ponto o discurso do profissional de saúde é o discurso

legítimo da ciência? O discurso do leigo seria um discurso diferente, ou ele tem se “especializado” pelo artifício das paráfrases dos discursos dos profissionais e das fontes e livros científicos disponibilizados não apenas na internet, mas em bibliotecas, ou em qualquer meio ao qual tenham acesso?

Não autorizados a prescrever tratamentos, os sujeitos leigos reproduzem em seus enunciados as orientações recebidas ou encontradas nas diversas fontes, discursivizando-as para um público também leigo, em sua maioria. Sendo assim, as recomendações profissionais, embasadas nos discursos científicos, deslizam em seus sentidos, porém nem sempre mudam a sua forma de serem enunciadas.

Em Luz, Sabino e Mattos (2013, p. 250), encontramos que o sociólogo francês Pierre Bourdieu considera que:

[...] os emissores de discursos definidos como leigos, ligados a saberes tradicionais, como os não ocidentais ou indígenas, por exemplo, são reduzidos ao não saber científico, ao senso comum, à ignorância, quando não ao charlatanismo, sofrendo os rigores das normas jurídicas ligadas ao saber científico, que defende a legalidade da ciência no ensino, na pesquisa e na atividade profissional.

Os saberes tradicionais, hoje podem ser considerados os saberes midiáticos, por causa da ampla distribuição de materiais sobre saúde em diversos canais de comunicação. Uma voz de autoridade muito forte acompanha o discurso científico, pretendido como legítimo. Como no discurso jurídico, sob pena de sanção, os que não estão autorizados a falar em nome da ciência são banidos das discussões acadêmicas e condenados a propagar seus discursos de “senso comum” na ilegalidade. O que não ocorre somente com os leigos, pois muitos profissionais, principalmente nas áreas de humanas, ainda travam uma disputa pela aceitação de suas pesquisas no meio acadêmico, e o discurso de ambos sobre a ciência e em nome da ciência circula nas redes sociais.

Acreditamos que o Discurso Sobre o Emagrecimento não é mais o discurso do profissional nem o discurso do leigo, é uma mescla que se mostra na intersecção desses dois discursos e que nesta tese será apresentado como objeto de estudo. A partir deste momento, os capítulos que sucedem mostrarão quais são as condições de produção desse discurso, onde e quando ele se manifesta, e quem são os sujeitos que o tecem e por ele são capturados.

Os recortes que traremos em forma de cópias de postagens perpassarão a teoria para ilustrar esse outro discurso, o que estamos entendendo por DSE. São os sujeitos que montarão um quebra-cabeças bastante complexo, e os olhares dos analistas que tentarão desvendar essa

complexidade e opacidade inerente à linguagem. Assim, esperamos, ao final, trazer pelo menos um esboço de um objeto que é bastante fluido, que se transforma com rapidez, mas que sempre produz sentidos nos e para os sujeitos.

Utilizaremos como padronização “Discurso Sobre o Emagrecimento”, ou DSE, para denominar nosso objeto. Dessa forma, quando o leitor se deparar com esses termos, saberá a qual discurso estamos nos referindo, pois, mesmo sendo o objeto permeado de diversos discursos, o que nos interessa são as suas peculiaridades. Em alguns momentos podemos nos referir a ele como um discurso “novo”. Quanto à ilusão do novo e da novidade, Sanches (2018, p. 115) observa que:

Uma das principais características do discurso tecnológico-midiático é sua maneira de conceber a dinâmica das relações humanas e sociais sempre em direção ao futuro. E sempre produzindo algo novo, pronto para ser desejado e consumido.

Dessa forma, assim como o autor:

A linguagem que aqui pretendemos confrontar constitui-se a partir de práticas sociais de nossa época, nasce dos dispositivos tecnológicos e midiáticos disponíveis aos sujeitos, e usa diversos recursos para produzir o discurso do novo e da novidade no mercado de emagrecimento (SANCHES, 2018, p. 25).

A escolha pelo termo Discurso sobre Emagrecimento se deu porque, independentemente do sentido provocado e da busca do sujeito, seja pela melhora da sua saúde, seja pela perda de peso propriamente dita, emagrecer é a recomendação usual para se ter uma vida saudável, geralmente associada ao corpo magro.

Observaremos o discurso científico legitimado contrapondo-o com os “novos” discursos que surgem nos meios de comunicação e lançaremos nossos olhares sobre a fronteira onde eles se mesclam, no que acreditamos ser, um outro discurso, que pode tender mais para o científico ou para o senso comum, mas que é utilizado tanto por leigos, quanto por especialistas nas redes sociais. Dessas, elegemos o *Facebook* (doravante FB) e o *Instagram* (doravante IG), e as descreveremos mais detalhadamente nos capítulos seguintes.

A Análise do Discurso de linha francesa (doravante AD), preconizada pelo teórico Michel Pêcheux, em 1969, é a base para preencheremos uma tela em branco com as nuances de enunciados que circulam na atualidade sobre o corpo belo e magro. Imagens que têm um *design* próprio, pois são o reflexo do que a sociedade imagina e deseja como ideal, em relação à saúde ou apenas esteticamente.

A cada caixa, ou capítulo, diferentes olhares aguardam pelo nosso leitor. Seguiremos

com um capítulo inicial sobre a teoria da Análise do Discurso, e, nessa caixa, além de tratarmos o ato de enunciar e da circulação dos sentidos, discorreremos um pouco sobre as materialidades verbais e não verbais que encontraremos neste texto.

A segunda caixa trata das condições de produção de nosso objeto e dos espaços onde ele se manifesta, trazendo questões sobre a busca pela saúde e os mecanismos de busca como aparato tecnológico, direcionadores e selecionadores de quais informações receberão os sujeitos do mundo virtual.

Na terceira caixa, temos o percurso metodológico para mostrar como nosso corpus foi se delineando e se apresentando aos analistas, por ser a AD uma teoria que permite o diálogo e não tem uma metodologia fechada.

Trazemos na quarta caixa os sujeitos, posições discursivas que se deslocam e navegam nos sentidos sobre o emagrecimento e seus corpos, onde se materializam os discursos e os moldam conforme o imaginário social.

A quinta caixa situa os efeitos de uma nova era, conhecida como pós-verdade, na qual os sujeitos são interpelados pelas emoções e efeitos de verdade. Assim, podemos observar um terreno fértil para a circulação de notícias falsas sobre saúde, as já bastante conhecidas “Fake News” do cenário político.

A sexta caixa mostra os movimentos dos sentidos sobre o emagrecimento no discurso da Elô, um sujeito que nos capturou, já que em muitos momentos nos identificamos com o seu discurso, o qual circula pela sociedade e é aceito por uma grande maioria como “verdade”, além de sua apresentação como uma “mulher real”, que a aproxima de seus seguidores e valida seus dizeres.

Tentamos “fechar” este trabalho na sétima caixa, mostrando que há silêncio, há dizeres que não são permitidos de circular, mas que também há resistência e outros discursos que buscam promover a saúde e o bem-estar das pessoas que estão acima do peso e não se encontram amparadas pelos sentidos dominantes sobre o emagrecimento, precisando “fechar a boca”. Por eles, então, é que este trabalho fala!

1 A TEORIA E OS DIÁLOGOS QUE ACOMPANHAM OS OLHARES PARA O DISCURSO SOBRE O EMAGRECIMENTO

A Análise do Discurso de linha francesa norteará o percurso de escrita e nossas análises. A escolha pela AD se deu desde a pesquisa de mestrado em outra instituição e continua neste programa de Educação pela UNESP de Rio Claro.

A participação em um grupo teórico heterogêneo foi a realidade das pesquisadoras durante os anos de observação e de coleta do corpus, o que, de maneira alguma, desviou o foco de nossa pesquisa. Ao contrário, veio a somar e a modular nossos olhares, já que a flexibilidade da AD permite esse diálogo, que julgamos enriquecedor. A cada capítulo, alguns conceitos serão acionados e utilizados conforme o corpus toma sua forma, portanto a teoria não se encerra ao final dessas poucas páginas, ela será mobilizada a todo momento em nosso texto.

Para contextualizar historicamente seu surgimento, valemo-nos do livro de Denise Maldidier (2003), que nos apresenta os momentos de tateamento e construção de uma teoria fundada por Michel Pêcheux no final dos anos 1960. “A Inquietação do Discurso: (Re)ler Pêcheux hoje” é o relato do nascimento de um objeto que, segundo a autora:

À inquietação do filósofo, que fundava uma nova forma de conhecimento e estabelecia um novo objeto de linguagem – que fazia parte das disciplinas de interpretação mas que exigia o gesto descritivo – respondia o balbucio precavido de intelectuais sustentados em suas disciplinas já estabelecidas e ciosos da grande crise política (que respingava na ciência) daquele tempo. Diante desse objeto novo, a reação foi, muitas vezes, a de tentarem forçar o autor a abrir mão desse objeto, seja integrando-o à linguística, ou à psicanálise, ou à história (MALDIDIER, 2003, p. 11).

Temos acima construído o tripé que sustenta a AD: a linguística, a psicanálise e a história. Três campos de saberes que não podem ser dissociados quando tratamos de uma análise discursiva e que Pêcheux, em meio à crise política enfrentada pela França em 1968, e em oposição às correntes positivistas da linguística, congregou.

Discurso, portanto, é uma inquietação. São movimentos e vozes que se cruzam ressoando sentidos. A inquietação de seu fundador ainda ressoa em nós, nas pesquisas que se utilizam dessa teoria. Por isso não é tão fácil falar sobre ela, “quando se trata de uma ciência como a análise de discurso em que a análise precede em sua constituição a própria teoria. Ou seja, é porque o analista tem um objeto a ser analisado que a teoria vai-se impondo” (MALDIDIER, 2003, p. 10).

De uma maneira simples e didática, Gregolin (1995, p. 17, destaques da autora) nos apresenta que:

O DISCURSO é um suporte abstrato que sustenta os vários TEXTOS (concretos) que circulam em uma sociedade. Ele é responsável pela concretização, em termos de figuras e temas, das estruturas semio-narrativas. Através da Análise do Discurso é possível realizarmos uma análise interna (o que este texto diz?, como ele diz?) e uma análise externa (por que este texto diz o que ele diz?). Ao analisarmos o discurso, estaremos inevitavelmente diante da questão de como ele se relaciona com a situação que o criou. A análise vai procurar colocar em relação o campo da língua (suscetível de ser estudada pela Lingüística) e o campo da sociedade (apreendida pela história e pela ideologia).

Temos que tomar cuidado porque, apesar das perguntas que a autora apresenta quando se trata da análise interna do texto, não podemos confundir a análise discursiva com uma análise de conteúdo. A diferenciação está justamente no que ela considera como análise externa, que chamamos de condições de produção dos textos.

A ideologia também é um conceito fundamental na teoria de Pêcheux, a qual é para o autor o “mecanismo de naturalização dos sentidos”. Trataremos mais especificamente desse conceito quando dedicarmos nossa atenção ao sujeito mais adiante. Sujeito que não é mais o indivíduo das teorias positivistas da linguagem, mas uma posição discursiva, assujeitado pela ideologia.

Vale ressaltar uma passagem do artigo que Pêcheux escreveu em parceria com Françoise Gadet, “A língua Inatingível” (*La Langue Introuvable*), em que aborda a relação da história, da ideologia e da discursividade, relatando que alguns autores foram mal compreendidos na época, como foi o caso de Althusser em “Aparelhos Ideológicos do Estado”:

Analisando o objetivo desse famoso artigo, no entanto, não há como não notar o fato de que considerar a ideologia do ponto de vista da “relação das reproduções” necessariamente implica, para um marxista, em também considerá-la do ponto de vista da *resistência* à reprodução, ou seja, da perspectiva de uma multiplicidade de resistências e revoltas heterogêneas que se entocam na ideologia dominante, ameaçando-a constantemente. Portanto, isso implica em considerar ideologias dominadas não como micro-organismos ideológicos pré-construídos com a tendência para se desenvolver de tal forma que venham a substituir simetricamente a dominação da ideologia dominante. Em vez disso, implica em considerá-las como uma série de efeitos ideológicos que emergem da dominação e que trabalham contra ela por meio das lacunas e falhas no seio dessa própria dominação (PÊCHEUX, 2012a, p. 96-97)

O que é entregue pelo DSE todos os dias na internet é aceito pela maioria da população por um efeito ideológico, mas, em suas brechas e no que tenta silenciar, ainda há resistência.

Os efeitos, tanto dos discursos dominantes, quanto dos que Pêcheux chama de dominados, constituem nosso objeto, e, nesse embate constante, os sujeitos se deslocam pelas formações discursivas que os afetam.

O Discurso Sobre o Emagrecimento tem seus contornos e suas delimitações que serão apresentadas no texto que agora escrevemos e entregaremos aos leitores ao final de uma etapa, a conclusão de um doutoramento. Durante esse período, temos a consciência de que não houve nem sequer haverá uma estabilidade em sua produção de seus sentidos. A descrição desse objeto será feita no momento histórico que compreende os anos de 2015 a 2019, período em que ocorreram diversas mudanças dentro das redes sociais, espaços onde emerge esse discurso, na sociedade e no cenário político brasileiro.

Dialogaremos com diversos autores das ciências humanas, por não ser a AD uma teoria fechada, mas permeada por vozes e saberes que podem estar presentes em outros dizeres. Voltaremos nossos olhares para a circulação do DSE na sociedade on-line, no *Facebook* e no *Instagram*.

Dessa forma, o discurso é para nós uma prática de linguagem, algo que se movimenta e se transforma constantemente, pois somos levados a interpretar tudo com o que temos contato: uma imagem, um som, um escrito etc., e os indícios que podemos encontrar nos textos dos perfis selecionados irão nos possibilitar uma contextualização dos sujeitos e dos sentidos que circulam, discursivamente, sobre a obesidade, a perda de peso e como ser saudável na contemporaneidade.

Na ordem dos discursos, nenhum sentido é literal ou transparente. Os sentidos são incompletos e opacos, e produzem diferentes efeitos conforme as condições de produção nas quais os sujeitos estão inscritos e determinam o que pode ser dito em determinada época ou contexto social, em espaços historicamente definidos. Sendo assim, seguimos trazendo um pouco mais sobre o ato de enunciar, formular e colocar os sentidos em circulação.

1.1 Enunciação, Formulações e Circulação de sentidos

Na linguística nos deparamos com diversos autores que trabalham de maneira distinta a enunciação. Bakhtin (1997) é um dos que a conceitua mais afundo, porém encontramos também em Foucault e Pêcheux esse conceito, sendo que estes autores agregam o histórico e o social ao ato de enunciar.

Nesta tese não discutiremos o conceito de enunciado, apenas o apresentaremos como entendido para a AD e para que os leitores possam balizar seus olhares ao se depararem no texto com as palavras “enunciado” ou “formulação” – esta última será mais pertinente à teoria.

Orlandi (2001) trata das formulações e da circulação dos sentidos nos textos, que podem ser verbais ou não verbais. Iremos nos ater um pouco, neste momento, a falar sobre a escrita, que estará presente em duas circunstâncias: quando o enunciado é feito de forma escrita e este é objeto de análise que produz sentidos, e quando o analista descreve seu objeto no texto escrito, verbalização necessária para o meio científico. Segundo a autora, são concepções que podem parecer ambíguas, mas, “no exercício do entremeio, para praticarmos uma escrita que se inscreve na ordem do conhecimento sobre a linguagem, no domínio da Análise do Discurso, é preciso saber ligar, como dissemos, sem confundi-las, descrição e interpretação” (ORLANDI, 2001, p. 31).

Dois gestos de leitura que estão ligados e que fazem funcionar a circulação dos sentidos em todos os discursos com os quais nos deparamos, em especial aqui, o DSE. Quando apresentarmos os enunciados escritos, explicitaremos a formulação do autor, que faz funcionar em conjunto o verbal e o não verbal, e a segmentaremos em recortes, para melhor analisarmos os sentidos que se apresentam. Assim, “a escrita da análise de discurso deve conduzir o pesquisador de linguagem a flagrar a constituição do gesto de interpretação em sua materialidade, no texto, no momento em que o sentido, faz sentido” (ORLANDI, 2001, p. 32).

Dessa maneira, quando falamos de enunciação e de formulações nesta tese, estamos nos referindo à materialidade que nos apresenta e que produz sentidos para os sujeitos afetados pelos discursos que estão no *Facebook* e *Instagram*, seja ela um texto escrito, seja uma imagem. O que Orlandi (2001) destaca com “no momento em que o sentido, faz sentido” é a importância de não tirarmos essa formulação da história, do contexto social e a reduzirmos a uma análise que se preocupa com a função da linguagem; pelo contrário, nos preocupamos com o seu funcionamento.

Para complementar, Pêcheux (2012b, p. 53) concebe que todo ato de descrição de um objeto está sujeito aos equívocos da língua, por isso:

[...] todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro (a não ser que a proibição da interpretação própria ao logicamente estável se exerça sobre ele explicitamente). Todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar a interpretação. É nesse espaço que pretende trabalhar a análise de discurso.

A possibilidade de deslocamento dos sentidos é bastante presente no DSE e nos sujeitos afetados por ele, e isso será trazido nas análises das postagens que selecionamos. Temos também que o ato de enunciar e as questões que surgem nas disciplinas de interpretação, segundo Pêcheux, condiciona-se à presença do “outro” discursivo:

[...] é porque há um *outro* nas sociedades e na história, correspondente a esse outro próprio ao linguageiro discursivo, que aí pode haver ligação, identificação ou transferência, isto é, existência de uma relação abrindo a possibilidade de interpretar. E é porque há essa ligação que as filiações históricas podem-se organizar em memórias, e as relações sociais em redes de significantes (PÊCHEUX, 2012b, p. 54).

São essas relações, essas interações que ocorrem nas redes sociais que criam redes de memória por meio das filiações históricas dos sujeitos. O jogo do discurso acontece quando há possibilidades de interpretação, quando há possibilidades de agregar outros discursos, os quais vêm do outro discursivo, que é constitutivo dos dizeres que circulam pela sociedade.

Por ser a língua um “sistema significante sujeito a falha” (ORLANDI, 2001, p. 33), ela se inscreve na história para significar. A autora resume o trabalho do analista do discurso da seguinte maneira, com a sua fala em primeira pessoa:

Trabalho a relação língua/discurso como a que existe entre a condição material de base e o processo. Mais do que isso, interessa-me, na ordem do significante, a relação língua/discurso/texto. Tampouco privilegiei um dos lados (o do enunciador ou do leitor) mas a relação entre eles. E, sobretudo, trabalho o fato da *interpretação*, observando seus limites, nos seus limites, aliando interpretação e ideologia, considerando o político enquanto relações de força que se simbolizam, ou em outras palavras, o político reside no fato de que os sentidos têm direções determinadas pela forma da organização social que se impõem a um indivíduo ideologicamente interpelado (ORLANDI, 2001, p. 33).

Todos esses conceitos nos são caros neste trabalho, principalmente os de memória e ideologia. O político, conforme cita a autora e depois discorre um pouco mais em seu livro, está presente nos discursos e nas tentativas de direcionamento de leitura dos discursos autoritários, nos quais podemos incluir o discurso pedagógico.

Enunciar, fazer formulações, para nós, portanto, é uma prática de linguagem aberta à interpretação. Analisar os discursos é descrever como os sujeitos, interpelados pela ideologia, produzem sentidos ao terem contato com as materialidades que lhes são apresentadas. Descreveremos a seguir dois tipos delas, o verbal e o não verbal.

1.2 O verbal e o não verbal: duas materialidades e múltiplos sentidos

Textos para a AD não são apenas os enunciados verbais, por isso não há como dissociar a significação das imagens nas postagens que apresentaremos, já que eles se complementam, e, juntos, produzem sentidos nos discursos das mídias sociais. Segundo Durand (2010, p. 42), “a imagem possui uma vantagem fundamental: ela representa e ao mesmo tempo produz sentido”. Essa dualidade é ressaltada quando o autor discorre sobre a memória grega, e também é o que move as interpretações dos leitores ao se depararem com um *meme*, por exemplo. A constituição de seu arquivo e as condições de produção dessa manifestação discursiva incitam a produção de sentidos.

As imagens são muito caras ao nosso estudo, como veremos no decorrer das análises. As duas redes selecionadas se valem do recurso plástico/visual. No IG, o que aparece primeiro nas postagens é uma imagem (fotografia, pintura, vídeo etc.), o enunciado verbal vem abaixo e tem pouco destaque, é cortado depois de duas linhas, quando aparecem reticências e a palavra “mais”. Já no *Facebook* o enunciado verbal aparece primeiro e, apesar de ser maior, também é limitado a aproximadamente 480 caracteres, sendo cortado em determinado ponto e colocada a expressão “ver mais”. Assim, a imagem não deixa de aparecer na linha do tempo dos usuários, mesmo que o texto associado seja grande.

A imagem pode ser tanto o principal elemento da postagem como um chamariz para o texto escrito, que pode ser breve, ou ser um dos famosos “textões”¹. Talvez essa palavra não soe estranha na atualidade, quando alguém quer escrever algo mais extenso e anuncia “desculpe pelo textão”, “aí vem textão”. As desculpas e a justificativa se fazem necessárias porque o sujeito sabe que está em um espaço em que cada vez menos as pessoas querem ler textos longos, porém isso não é indicativo de que eles não serão lidos.

Nas postagens selecionadas para mostrarmos os movimentos do DSE, os enunciados costumam ser maiores por assemelharem seu funcionamento ao de *blogs* diários. Tendo essa mídia deixado de ser tão popular, os denominados “blogueiros” começaram a migrar para o *Facebook* e para o *Instagram*. Assim, quando se trata de um conteúdo sobre saúde, a descrição de tratamentos e rotinas dos sujeitos é capturada por uma imagem e por texto escrito, que tem muito do discurso pedagógico e do discurso jornalístico, pois traz informação aos leitores e envolve um caráter educativo.

¹ <https://klickpages.com.br/blog/tamanho-de-post-no-facebook/>

O texto, como concebido pela AD, é qualquer fragmento que possa ser interpretado, não importando a sua materialidade. A oralidade, a escrita, fotos e vídeos são diferentes tipos de textos que podem combinar entre si, como é o caso das postagens no IG e no FB, que combinam os enunciados verbais e fotos ou vídeos, nos quais também pode surgir a oralidade na fala dos usuários.

As análises discursivas trabalham com as formações imaginárias, em que o contexto social materializa os discursos construídos coletivamente, os desejos e imagens criadas sobre determinados assuntos, como é o tema do emagrecimento. A necessidade de corpos esbeltos e magros é desenhada pelo imaginário social, porém não se pode reduzir a reflexão sobre a linguagem apenas ao fato, que é a característica da linguística. Orlandi (1995, p. 35) afirma que esse tipo de prática empobrece as análises e faz com que se apaguem as diferenças entre o verbal e o não-verbal, “ou então se submete um (o não-verbal) ao outro (ao verbal)”.

Ao restituir o fato de linguagem, a AD trabalha e aceita a existência de diferentes tipos de linguagem, especificando cada uma delas para entender o seu funcionamento. Por isso, separaremos os elementos de nossas análises como verbais e não verbais. Mesmo significando juntos, cada tipo de linguagem tem sua materialidade própria e funciona de uma determinada maneira. Os enunciados nas redes sociais não funcionariam do mesmo modo se não houvesse uma imagem e uma formulação escrita juntas.

Isto porque a AD trabalha não só com as formas abstratas mas com as formas materiais da linguagem. E todo processo de produção de sentidos se constitui em uma materialidade que lhe é própria. Assim, a significância não se estabelece na indiferença dos materiais que a constituem, ao contrário, é na prática material significante que os sentidos se atualizam, ganham corpo, significando particularmente (ORLANDI, 1995, p. 35).

Contrariando alguns linguistas que acreditam que todo sistema de signos é repassado pela linguagem, mas em um sentido da necessidade de uma verbalização, Orlandi afirma que esse pensamento faz uma assepsia do não verbal, ou seja, o que dissemos anteriormente, quando se submete uma linguagem à outra, por um efeito de transparência, de que é necessário verbalizar uma imagem.

Isso que aparece como sendo assim, como veremos mais adiante, na realidade já é um **efeito ideológico** que se produz entre os diferentes sistemas significantes dentro de uma história social determinada. E é este efeito que procuramos compreender aqui. Para tanto criticaremos os paradigmas que alinham o verbal, o científico, o sistemático, a escrita etc. como tendo

precedência sobre o não-verbal, o heteróclito, o não escrito etc. (ORLANDI, 1995, p. 36, grifo nosso).

O grifo na citação é um destaque fundamental nesta tese. O efeito ideológico encontrado nas postagens será destacado nas análises. Ideologia, tal qual fundamenta Orlandi (2009, p.48), e que:

[...] não é vista como um conjunto de representações, como visão de mundo ou como ocultação da realidade. Não há aliás realidade sem ideologia. Enquanto prática significante, a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido. E como não há uma relação termo-a-termo entre linguagem/mundo/pensamento essa relação torna-se possível porque a ideologia intervém com o seu modo de funcionamento imaginário. São assim as imagens que permitem que as palavras “colem” com as coisas. [...] a interpelação do indivíduo em sujeito pela ideologia traz necessariamente o apagamento da inscrição da língua na história para que ela signifique produzindo o efeito de evidência do sentido (o sentido-lá) e a impressão do sujeito ser a origem do que diz.

Seus efeitos fazem também com que nos depararemos com o apagamento do não verbal, uma inter-relação com o silêncio, que é a possibilidade do dizer vir a ser outro (ORLANDI, 1995, p. 38). Sendo assim, não haveria relevância em se estudarem os sentidos se eles fossem transparentes, únicos e estáveis.

A linguagem supõe pois a transformação da matéria significante por excelência (o silêncio) em significados apreensíveis, verbalizáveis. Matérias e formas. A significação é um movimento, assim como a identidade é um movimento. Errância do sujeito, errância dos sentidos. Indo mais longe, a hipótese que partimos é a de que **o silêncio é a própria condição de produção dos sentidos**. Evidentemente falamos do silêncio como matéria significante, como história (e não apenas em sua qualidade física) (ORLANDI, 1995, p. 38, grifo nosso).

Considerar o verbal e o não verbal é pensar o silêncio, o que está materializado no texto e o que deixou de falar por causa das escolhas que são afetadas pelas práticas sociais. A crítica ao modo de agir do gordo é feita por meio de formulações escritas e imagens que despertam o riso, enquanto o não dito está inscrito no texto e reclama sentidos, mesmo sendo silenciado.

O que pode ser subentendido faz parte do contexto de produção daquele texto. O verbal e o não verbal são constitutivos dos discursos e significam juntos. O silêncio ativa a memória discursiva e o leitor, dentro de determinadas formações discursivas e em posse de seu arquivo, interpreta. É a relação do dito com as retomadas dos já ditos, anteriores a ele, que é a permissão para o dizer, dentro de determinada formação discursiva.

Podemos dizer, então, que os sentidos das palavras nos textos verbais e não verbais não estão dados, mas são determinados pelos contextos de produção e pelas formações discursivas pelas quais os sujeitos se inscrevem no jogo do discurso. A repetição, a viralização, são efeitos que ativam a memória discursiva e que fazem com que o discurso dominante em determinado momento histórico movimente os sujeitos para uma formação discursiva que não exalta as qualidades do indivíduo acima do peso, mas que aponta para suas falhas e seus defeitos, inclusive na plasticidade, na composição de seu corpo.

O não dito significa mesmo antes de ser retomado pelo dito. Cada materialidade é específica, e o modo de significar pode se dar de maneira distinta. Os sentidos não são estabilizados e são produzidos por uma exterioridade constitutiva do discurso.

A significação é um movimento, um trabalho na história e as diferentes linguagens com suas diferentes matérias significantes são partes constitutivas dessa história. [...] O múltiplo e o incompleto se articulam materialmente: a falha e a pluralidade se tocam e são função do não fechamento do simbólico (ORLANDI, 1995, p. 40).

Esse não fechamento do simbólico, segundo a autora, é a necessidade de múltiplas linguagens que, conseqüentemente, são matérias significantes distintas, o que atesta também a incompletude da linguagem, uma vez que, em determinados momentos, o verbal e o não verbal necessitam um do outro para produzir sentidos e a existência de ambos está condicionada à história. “As várias linguagens são assim uma necessidade histórica” (ORLANDI, 1995, p. 40).

Como nosso trabalho lança olhares para um ambiente midiático, não podemos deixar de considerar que no processo de significação das mídias:

[...] o não-verbal é sobredeterminado pelo verbal, produz efeitos fundamentais sobre a concepção da mídia. Por esse efeito ideológico, também a mídia funciona através da redução do não-verbal ao verbal, produzindo efeito de transparência da informação, do estável (ou, pelo menos, do diretamente codificável) (ORLANDI, 1995, p. 42).

Dedicaremos um capítulo para falar sobre a pós-verdade adiante, mas podemos adiantar aqui que a mídia tenta estabilizar seus enunciados para que não circulem sentidos os quais não considera “adequados”. A imagem, apesar de ser um elemento importante, ainda precisa ser verbalizada, por isso é difícil encontrar postagens em que não há sequer uma formulação escrita. Mesmo os *memes* são compostos de uma imagem e uma formulação, ou apenas uma formulação, dificilmente apenas uma imagem. “Há uma ideologia da comunicação social que faz com que se use a mídia verbalmente, isto é, de modo a que as outras linguagens que

constituem a mídia não funcionem sem o verbal. Para nós, não é assim. Isto é um efeito” (ORLANDI, 1995, p. 42).

Se a informação pode vir de diferentes “canais” (leia-se “linguagens”), e mesmo simultaneamente, no entanto a sua formulação, para consumo, é verbal. Tem-se um suporte verbal disponível – produzido pela ideologia do discurso social já estabilizado – e reduz-se qualquer processo de significação produzidos pelas outras linguagens a este processo. É assim que a multimídia ganha unidade em sua representação: pelo verbal. Garantia da legibilidade, da interpretação, linguisticamente organizada (ORLANDI, 1995, p. 43).

O efeito ideológico encontra-se no mesmo espaço da polissemia e ambos estão presentes nos discursos que tratam do emagrecimento. As afinidades discursivas dão-se por vários motivos, assim como as divergências e polêmicas dentro de um mesmo discurso. Portanto, trabalhar com textos repletos de sentidos não é simples, mas a recompensa é a pluralidade de olhares que nos permite realizar nossas interpretações sobre um objeto tão vivo e cheio de significações.

2 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO E ESPAÇOS ONDE SE MANIFESTA O DISCURSO SOBRE O EMAGRECIMENTO

O DSE circula em toda a sociedade, porém é na internet que ele ganha força e se espalha com tremenda rapidez. Dessa forma, estudar as redes sociais é atentar-se às diversas vozes que se mesclam com uma diversidade de outras vozes, muitas vezes não identificáveis caso não nos debrucemos em uma observação mais minuciosa e que leve em conta as condições de produção desses discursos.

São grupos virtuais, teias que estendem seus fios sobre os mais diversos assuntos discutidos na atualidade, formando comunidades em torno de interesses comuns, como é o caso do emagrecimento. Emagrecer hoje é uma necessidade criada e imaginada pela e para a sociedade, não somente como sinônimo de saúde, mas como uma prática que deve ser comum, embora “os hábitos ou ‘estilo de vida’, expressos por práticas cotidianas, não são iguais para todos, mas também não são puramente atitudes individuais conscientes, isoladas e imutáveis” (CHORR, 1999; MENDONÇA, 2005 apud BRASIL, 2006, p. 12).

Na mesma publicação do Ministério da Saúde, a nutricionista Flávia Fellipe destaca a importância dos grupos de apoio:

Muitos indivíduos com peso excessivo encontram a motivação e a energia necessárias para manter seus planos de alimentação saudável por meio do apoio de seus “iguais”. O apoio do grupo é uma das mais potentes e terapêuticas formas de ajuda [...] Grupos de qualidade de vida, de pessoas com excesso de peso, de adolescentes, de idosos, enfim, grupos de convívio, tendem a ser importantes espaços de participação e solidariedade, pois o isolamento adoece (FELIPPE, 2003 apud BRASIL, 2006, p. 36-37).

Os grupos presenciais são bastante conhecidos, como o Vigilantes do Peso², um dos programas mais famosos de perda de peso nos Estados Unidos, também presente em nosso país, que estudamos em nossa pesquisa de mestrado (MARANGONI, 2013). Vimos nos últimos anos a procura por grupos virtuais e comunidades on-line sobre o assunto crescer a cada dia e a busca pelos seus “iguais”, com as mesmas dificuldades, ocorre em um mundo em que o individualismo impera, mas onde o sujeito ainda depende dessas comunidades para resolver os seus problemas singulares.

As mídias sociais que tomaremos como espaço discursivo nesta pesquisa serão o

² www.vigilantesdopeso.com.br

*Facebook*³ e o *Instagram*⁴. Os perfis que acompanhamos utilizam-se dessas redes, mas podem estar presentes em outras, como o *Twitter*⁵, *YouTube*⁶, *Snapchat*⁷, *Google*⁺⁸, *Tumblr*⁹ etc. Não temos como enumerar todas, citamos algumas das mais conhecidas e, como temos consciência da fluidez com que essas mídias se alternam e se transformam na contemporaneidade, optamos pelas mais utilizadas e que estão mais solidificadas nos meios eletrônicos, neste determinado momento histórico.

Os termos que utilizamos podem variar entre redes sociais e mídias sociais, que se referem ao mesmo espaço de observação. Rede social é comumente mais utilizado e conhecido dos sujeitos em geral, e mídia social é o termo adotado pelos profissionais de marketing, já que esse novo contexto de circulação dos sentidos se configura como um novo meio de comunicação dentro do meio principal, que é a internet.

Essa opção por mais de uma rede também nos dá a segurança de podermos realizar nossas leituras a partir de espaço discursivo semelhante, porém distribuído em diferentes plataformas, permitidas por diferentes acessos (*smartphones*, computadores, *tablets*, TVs). “Estudar as redes sociais, portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender os elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais” (RECUERO, 2009, p. 22).

Recuero (2009) explora em seu livro as características das redes sociais e os modos de interação como elementos dinâmicos, que, segundo ela, deixam “rastros” dos padrões de conexão estabelecidos pelos “atores” (pessoas, instituições ou grupos). Esses rastros serão as nossas pistas e marcas nos discursos produzidos pelos sujeitos.

O *Instagram* foi o estopim de nossas inquietações, uma nova rede que surgia com imagens belas, tratadas por filtros profissionais, com apenas alguns toques na tela de nossos *smartphones*. Acreditamos que, por causa da associação dos enunciados com um texto em forma de imagem ou vídeo obrigatoriamente, o aplicativo se tornava mais atrativo para os seguidores, o que não acontecia sempre com o *Facebook*, que, embora permita todos esses recursos, suas publicações podem ser feitas apenas com enunciados verbais. Atualmente, quando postamos uma frase no *Facebook*, podemos escolher um fundo colorido, com desenhos

³ www.facebook.com

⁴ www.instagram.com O *Instagram* pode ser acessado por computadores e outros dispositivos, porém é mais utilizado pelo aplicativo, que pode ser baixado em qualquer *smartphone*.

⁵ www.twitter.com

⁶ www.youtube.com

⁷ www.snapchat.com O *Snapchat* também é mais utilizado pelo aplicativo dos *smartphones*.

⁸ <https://plus.google.com>

⁹ www.tumblr.com

temáticos, o que nos mostra a importância da composição do enunciado verbal/não verbal discutida no capítulo anterior.

Os movimentos do DSE no IG são notáveis, e os usuários passam horas apenas apreciando as imagens ofertadas. Percebendo esse movimento e a ameaça aos seus domínios, o *Facebook* comprou o *Instagram* em 2012, e, atualmente, as publicações podem ser feitas em ambos, simultaneamente.

Destacamos que, para fins de pesquisa, a reprodução das formulações e imagens é feita para delinear nosso objeto de análise, e utilizamos apenas as postagens feitas de forma pública, ou seja, autorizadas pelo próprio usuário a serem acessadas por qualquer indivíduo.

Os perfis de leigos que selecionamos mostram sujeitos que adotaram um estilo de vida saudável e, através de suas fotos, enunciados e vídeos, mostram os seus progressos e suas dificuldades no processo de emagrecimento. O foco dos perfis são as “batalhas” que o sujeito viveu, os quilos que perdeu, o que faz com que a sociedade o recompense pelo seu esforço com reconhecimento e elogios, pois emagrecer nesse momento histórico é uma conquista (EDWARDS, 2013). Abordam temas sobre saúde e compartilham suas dificuldades em se manter no caminho que seria o “correto”, segundo o imaginário social – leia-se esse correto como “ser magro”.

Os perfis de profissionais que selecionamos são bastante heterogêneos, já que eles adotam posturas diferentes em seus trabalhos e em suas páginas. Existem os mais conservadores e defensores do discurso científico legitimado pela academia e os que tentam se aproximar de seus pacientes tanto pela simplificação, como pelo uso da linguagem dentro dos sentidos que circulam sobre o emagrecimento.

Se considerarmos um deslizamento entre os discursos das duas posições sujeito acompanhadas, podemos também pensar em um embate, pois, ao mesmo tempo em que esses discursos podem se complementar, eles também podem se excluir. Mas se eles se mesclam e se confundem, as pistas e indícios marcados nos enunciados verbais e não verbais nos levarão a um funcionamento discursivo que acreditamos estar ocorrendo por consequência de uma era em que a informação é de domínio público e circula em uma velocidade nunca vista anteriormente.

2.1 O discurso disfarçado do bem-estar

Ortorexia nervosa é a nomenclatura utilizada para o que consideramos um novo tipo de distúrbio alimentar. Porém o termo foi cunhado pelo médico americano Steven Bratman¹⁰ no ano de 1996, quando percebeu o comportamento obcecado de alguns de seus pacientes por dietas e pelo controle da alimentação. Bratman notou que essa obsessão realmente identificava um tipo genuíno de desordem alimentar e que desejar comer de forma saudável a qualquer custo não poderia ser considerado algo “normal”. Compôs a palavra pelo prefixo “*orthos*”, que significa “certo/correto” em grego, e no sufixo fez um paralelo com a anorexia nervosa.

O comportamento de um ortoréxico pode ser observado em nosso dia a dia, é comum conversarmos com amigos e parentes que estão seguindo alguma dieta. Alguns deles o fazem de forma mais reservada, e outros falam o tempo todo sobre comida e vida saudável, sobre o que pode e não pode ser ingerido e como tudo deve ser feito da melhor maneira.

A *chef* de cozinha Rita Lobo apresenta um programa no Canal GNT chamado “Cozinha Prática”. Além de ensinar receitas fáceis de serem executadas, a profissional defende que não é necessário fazer terrorismo por tudo que se come. Diversas páginas que tratam sobre distúrbios alimentares nas redes sociais, como a “Não Sou Exposição”¹¹, da nutricionista comportamental Paola Altheia, divulgaram um vídeo de Rita, em 19 de julho de 2015, no qual ela fala sobre as dietas da moda, das crenças que vêm e vão, que recebem *status* de verdade em certo momento histórico.

A página “Não Sou Exposição” tenta alertar quanto a esses distúrbios de forma bem-humorada, tanto que o enunciado do vídeo compartilhado é o seguinte: “GUENTA, Glúten. Vai passar”. A publicação original estava em outra página, chamada “Nutrição sem Modismo”¹², cuja descrição do vídeo é a seguinte:

Hoje, a paranoia das dietas e refeições “corretas” estão deixando o hábito de se alimentar mais e mais tenso. Já existe até um diagnóstico de transtorno alimentar para os obcecados por comida saudável: é a ortorexia. Comedor de bacon é raça em extinção? Saúde é o novo vício? Nós falamos com quem entende de comida boa e simples: a dona da “Cozinha Prática” aqui do GNT, Rita Lobo. Assista.

¹⁰ <http://www.orthorexia.com/>

¹¹ <https://www.facebook.com/Naosouexposicao/>

¹² <https://www.facebook.com/NutricaoSemModismo/>

A chamada para a entrevista completa mostra a *chef* falando sobre os modismos e o que profetiza a nutricionista Paola com a expressão “vai passar” parece que, até o momento, não passou. O comportamento da moda é o Jejum Intermitente, que também prega, como a *chef*, que a alimentação dever ser feita com “comida de verdade”, ou seja, tudo que for natural, que não passe por processos industriais ou químicos. No entanto, os adeptos desse jejum adotam em conjunto a dieta *Low Carb* (dieta com baixa ingestão de carboidratos). No vídeo, Rita explica que, a não ser pelo fato de a pessoa ser alérgica ao glúten, a restrição não precisa ser severa. Logo, o que vemos hoje é que o glúten, a lactose, a gordura e tantos outros vilões continuam a ser condenados na fogueira da inquisição das dietas. Existe uma rotatividade e cada dia um se torna bandido e depois volta a ser o mocinho da história.

Não estamos dizendo que se preocupar com a alimentação seja algo ruim, mas isso tem se tornado uma obsessão para muitas pessoas, que monitoram 24h por dia tudo o que ingerem e que contam as calorias de todos os alimentos. Quando nos preocupamos extremamente com que comemos sem pensar o porquê comemos, desprezamos as origens culturais da alimentação, e, se controlamos tudo rigorosamente, temos um sacrifício, e não um prazer, conforme explica a nutricionista Camilla Estima em seu site¹³, em um artigo também sobre outra polêmica de Rita Lobo:

Em primeiro lugar.....existe um transtorno alimentar chamado de **Ortorexia Nervosa**. Pacientes com esse diagnóstico tem uma fixação por alimentação saudável, mas que não é movida necessariamente com objetivo de perda de peso, e sim uma motivação quase que religiosa de ter uma alimentação “pura”, livre de ingredientes nocivos que vão atrapalhar essa pureza. É um transtorno pois passa a alterar completamente a rotina do paciente, que o limita socialmente e emocionalmente no simples ato de comer. Tipo, ele leva marmita de alimentos que considera puro para uma festa, deixa de conviver em festas ou reuniões sociais por não ter a comida aceitável nesse “estilo de vida”, ou forçam as pessoas à sua volta em ter esse mesmo estilo de alimentação, como por exemplo servir numa festa brigadeiro com o suplemento x ou bolo com suplemento y. Não estou dizendo por ai que todos esses influenciadores digitais que postam em suas redes sociais o brigadeiro x, a marmita y, o frango com batata doce tem esse transtorno alimentar mas que isso pode ser um gatilho para uma pessoa que tenha passe a desenvolvê-lo ao tentar copiar esse “estilo de vida” tido como inocente mas que pode ser uma grande armadilha. Esse é o grande problema de hoje em dia....as pessoas se escondem atrás do “tenho uma alimentação saudável” com o fitness e aí partem para esses exageros de comida de verdade completamente descaracterizada para virar fitness.

¹³ <https://www.camillaestimanutricionista.com>

Comer com culpa é negar as sensações e os significados do ato de comer, de fazer parte de um contexto social no qual certos rituais acontecem ao redor de uma mesa farta junto da família, ou mesmo em uma mesa de bar com poucos amigos. A polêmica em questão no artigo de Camilla foi o fato de um leitor pedir para Rita Lobo fazer uma receita de maionese com óleo de coco e iogurte em vez de óleo de soja e ovos, e a *chef* ter respondido que isso “não era maionese”.

Da mesma forma, ela mostra que outros alimentos também têm ganhado versões *fitness*, e, se buscarmos na internet, temos mais de 10 receitas de brigadeiro que podem ser feitas com suplementos, como Whey Protein, chuchu, biomassa de banana etc. Os defensores da “comida pura” têm inventado outros produtos, nomeando-os como algo já existente e conhecido. Os veganos, por exemplo, utilizam-se de diversas técnicas para criar produtos parecidos com as carnes, mas sem nenhuma origem animal, como linguças e salsichas veganas, calabresa de beterraba, hambúrgueres e muitos outros.

Além da obsessão pelo comer saudável, fica um pouco confuso pensar que alguns alimentos possam ser reinventados. A pizza tradicional leva farinha de trigo em sua massa, logo uma pizza com massa de couve-flor ou berinjela não seria uma pizza, nem um brigadeiro sem leite condensado. O paladar pode não ser o mesmo, justamente pela mudança dos ingredientes, mas essas versões são aceitas cada dia mais pelos sujeitos que buscam uma alimentação mais saudável. Muitas dessas invenções são desenvolvidas por nutricionistas e pelos *coaches* de saúde, sobre os quais comentaremos mais no capítulo sobre as posições sujeito desta tese.

2.2 A busca pela obesidade saudável

Por estar imerso na subjetividade, os sujeitos transitam por formações discursivas nas quais alguns dizeres estão cristalizados e os efeitos de sentido são determinados pelos discursos dominantes, assim o que não pode ser dito é apagado, e o que não é dito reclama sentidos. Não dizer, porém, é fazer uma escolha, optar pelo que é aceito pela sociedade sobre a obesidade, o modo de vida *fitness*, o formato dos corpos. Poucos são o que subvertem essa lógica, que ousam colocar para circular outros sentidos.

É apagado o sentido de doença, como se a obesidade fosse um estágio passageiro da vida, em que os pacientes se curam, com maior ou menor rapidez. Podemos notar em diversas postagens o uso das palavras ex-gordo, ex-obeso, como uma condição superada pelo sujeito. No entanto, mesmo depois de uma perda de peso considerável, existe um processo biológico de

recuperação e as células não voltam ao seu tamanho normal, o que faz com que muitos ganhem novamente a quantidade de peso perdida após passarem por algum tratamento ou dieta da moda.

Segundo Sanches (2018, p. 69):

No discurso das novas dietas, dieta é sinônimo de emagrecimento. Emagrecer é sinônimo de beleza e vida saudável. Para ser saudável não é possível estar acima do peso. A ambiência midiática das dietas promove a saturação dos sentidos. O ciclo das evidências é encerrado em torno de si mesmo. O corpo-projeto é similarmente um protótipo de corpo, um exemplar exato cujas proporções devem ser reproduzidas à exaustão.

Em sua tese, o autor fala do corpo-projeto, que seria um corpo ideal a ser alcançado pelos seguidores das diversas dietas disponíveis na atualidade. Essa meta a ser alcançada também é comum nas redes sociais e a reprodução de um modelo de corpo que é exigida dos sujeitos é construída pela reprodução dos discursos sobre boa forma e saúde, que são repetidos exaustivamente até se tornarem naturais por meio do efeito ideológico que interpela os sujeitos.

As condições de produção do DSE são marcadas pelas postagens no *Facebook* e *Instagram* que se utilizam de textos verbais e não verbais que atuam em conjunto na produção de sentidos. A linguagem utilizada é variável, empregam-se palavras do meio técnico da saúde, mas que são compreensíveis por ambas posições sujeito. Outros aspectos são fundamentais, como a repetição, a velocidade, o consumo de ideias e produtos ligados ao emagrecimento e o uso da tecnologia para propagar esse discurso nas redes sociais selecionadas.

A sociedade capitalista, voltada ao consumo, como dissemos acima, consome não só produtos, mas ideias, modelos de como ser saudável e ter um corpo magro. Apesar de encontrarmos algumas páginas que exaltem a saúde de um corpo obeso, esse discurso não se sustenta em bases que científicas, como podemos conferir na postagem do Dr. Bruno Halpern, que nos ajudará a entender o que pode ser um obeso saudável:

Existe obeso saudável?

Depende da definição de saudável. Muitos dos que tem exames normais hoje não terão após alguns anos.

Mas existe uma situação: pessoas que perderam 10-15% do peso mas continuam acima do peso. Se conseguirem manter, isso em geral está associado com excelente saúde, ainda mais fazendo exercício físico.

Facebook

Perfil: @DrBrunoHalpern

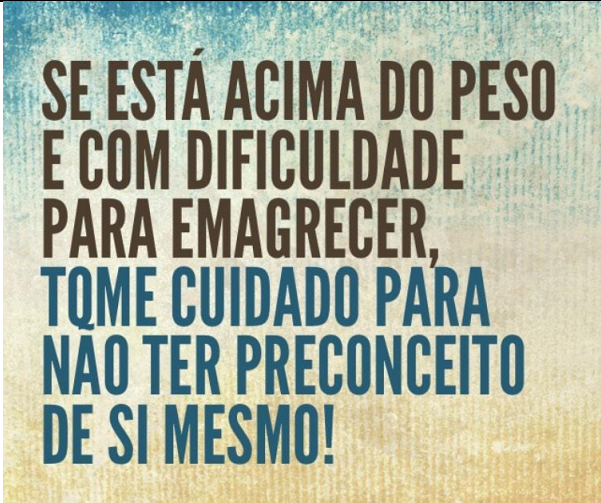
Data: 06/06/2019

Busquei uma resposta de uma pergunta da semana passada dos meus Stories que julgo importante. ☞ Muito se discute se existe “obesidade saudável”. Para isso, teríamos que definir o que é saudável: basta ter exames de sangue “normais”? Há pessoas com obesidade que tem exames normais, mas podem ter dores articulares, ou problemas de sono, por exemplo. A lista é ampla. ☞ Sabemos porém que existem pessoas com o mesmo peso, mas com risco metabólico muito diferente, e esse risco relaciona-se à maior distribuição de gordura na região visceral. ☞ No entanto, 50% dos obesos considerados saudáveis passam a ser não saudáveis após 20 anos. ☞ Porém, vários estudos demonstram que perdas de peso de 10-15%, principalmente se acompanhadas de aumento de exercício, levam a melhora metabólica importante, mesmo se a pessoa continue acima do peso. ☞ E muitos pesquisadores, e eu me incluo, acreditam que esse é o objetivo do tratamento: reduzir os riscos sem necessitar “normalizar” o peso. Inclusive se discute se o benefício da perda de peso é linear, ou se a partir de um limiar, a redução de risco adicional é bem menor. ☞ Portanto, o obeso mais saudável que existe é aquele que emagreceu acima de 10-15% do peso, e se exercita! Ref: Stefan. Metabolically healthy obesity: the low-hanging fruit in obesity treatment? Lancet Diab Endocr 2017

[#obesidade](#) [#sindromemetabolica](#) [#perdade peso](#) [#emagrecer](#) [#saude](#) [#indicedemassacorporal](#)

Se há um dado científico que desmonta alguns dizeres, juntamente com ele, outros discursos que poderiam ser benéficos como os que exaltam a beleza, a autoestima e outras qualidades são silenciados. O que o médico ressalta é que a obesidade é uma doença e que em longo prazo pode ter suas consequências se não tratada, porém, se o obeso adotar hábitos mais saudáveis, os reflexos serão amenizados. No entanto, o que circula na maioria das postagens encontradas é que o gordo não é saudável de maneira alguma e que não há nenhuma qualidade

nesses sujeitos. Um grande problema, segundo o Dr. Bruno Halpern, é o preconceito, que parte muitas vezes dos próprios obesos:



**SE ESTÁ ACIMA DO PESO
E COM DIFICULDADE
PARA EMAGRECER,
TOME CUIDADO PARA
NÃO TER PRECONCEITO
DE SI MESMO!**

Facebook

Perfil: @DrBrunoHalpern

Data: 06/06/2019

É comum eu receber pacientes que estão com dificuldade de emagrecer e se auto-ofendem: “cabeça de gordo é duro, doutor”, “eu não tenho força de vontade, não adianta”, “quando estou indo bem, me saboto e volto a exagerar”, etc, etc. ☞ Como a sociedade já é preconceituosa e faz com que quem está acima do peso se sinta mal, ou acredite piamente que emagrecer é fácil, basta “fechar a boca e se mexer”, quem está acima do peso e sofre para emagrecer tenda a ter esses pensamentos negativos. ☞ Muitos inclusive, deixam de procurar algum profissional de saúde, por acreditar que perder peso é sua responsabilidade única e não deve precisar de ajuda de ninguém. Outras vezes até procuram profissional mas não seguem o tratamento proposto por acreditar que “é uma muleta apenas”. Ou se usam medicações, interrompam por conta própria, achando que de uma hora para outra pararam de precisar, pois, afinal, “basta fechar a boca e se mexer”. E quando o resultado de um bom tratamento se perde, voltam a se frustrar e culpar sua “cabeça de gordo”. ☞ Quando você entende que a fisiologia da regulação do peso é complexa, que o corpo luta para evitar que você emagreça, que a fome, a sociedade e o gasto energético são finamente controlados pelo hipotálamo (é no cérebro, mas uma área inconsciente); que boa parte dos riscos do excesso de peso tem origem genética; e magros em geral são magros por não ter tendência genética a engordar e não porque são “virtuosos”, é muito mais fácil aceitar ajuda para seu tratamento, parar de se cobrar e se estigmatizar tanto e conseguir resultados melhores. ☞ O termo “cabeça de gordo” que tanto ouço, por médicos e pacientes, é extremamente preconceituoso e inverídico. ☞ Há diversos tipos diferentes de Obesidade, e varias razões para alguém ganhar peso; e quanto maior seu peso, maior seu gasto energético e por consequência maior sua fome! Então, quando uma pessoa com obesidade diz que tem mais fome isso é fisiologia, e não “sem-vergonhice”! ☞ Ter dificuldade para perder peso é a regra e não a exceção!

#obesidadeetratocomrespeito #obesidade #preconceito#endocrinologiadeverdade
#emagrecer #naoconsigoemagrecer#perderpeso

Os pacientes reforçam os discursos sobre a falta de vontade, de determinação e comprometimento nos tratamentos para perda de peso por parte deles mesmos. A “cabeça de gordo” pode ser interpretada como uma desculpa para comer mais, uma “sem-vergonhice”,

porém é preciso entender os processos que fazem parte da fisiologia da regulação do peso, que são bastante complexos.

Não é só “fechar a boca e se mexer”, não é algo simples, assim como não é o nosso trabalho como analistas do DSE, pois muitas das ideias arraigadas e dos imaginários sobre o sujeito gordo circulam de forma natural, sem objeções nem resistência. O próprio obeso aceita sua condição por ter a “cabeça de gordo” e não se controlar, não conseguir “fechar a boca e se mexer”.

Difícilmente há busca em melhorar a qualidade de vida de quem já está acima do peso, mas existe a busca por um discurso de obesidade saudável, que, assim como o corpo ideal, pode não ser alcançada. Os discursos sobre saúde estão ligados à forma corporal, assim, segundo eles, o magro é saudável e o obeso nunca será. Por isso, o preconceito está bastante presente em muitas postagens, e o que nos chamou muita atenção foi a proliferação de *memes* associados à saúde, ao comer saudável e à obesidade, como veremos a seguir.

2.3 Memes: “humor” e acidez que acompanham a gordofobia

A definição de *meme* pode não ser muito conhecida, mas dificilmente conversaremos com qualquer pessoa que tenha acesso às redes sociais que nunca os tenha visto. As imagens são os mais típicos, porém *meme* pode ser uma frase, um link, um vídeo, até mesmo um site, algo que viraliza, que é distribuído rapidamente e que se multiplica.

Na internet eles causam risos, podem ser sérios, sarcásticos e podem também aumentar um problema que enfrentamos diariamente, que é o preconceito com as pessoas que estão acima do peso. Precisamos dar atenção a esse tema, pois estão presentes em praticamente todas as páginas relacionadas à saúde nas redes sociais, de sujeitos nas posições de leigos e profissionais de saúde, sendo que, muitas vezes, os próprios autores dessas páginas os divulgam e até fazem *memes* de si próprios.

Os *memes*, dentro dos discursos que circulam nas redes sociais, afetam milhões de sujeitos todos os dias e podem contribuir para o seu adoecimento. Doenças que surgem por causa da força dos discursos sobre emagrecimento e novas dietas, que prometem um corpo irreal, que os sujeitos buscam incessantemente e necessitam alcançar o mais rapidamente. Assim, a internet possibilita a ilusão de imediatismo, sendo um suporte midiático que contribui para que discursos sobre corpos perfeitos e facilidade para alcançá-los ocorram por efeito da ideologia.

Sendo os sujeitos imersos nessa ideologia, reforçando os discursos dominantes sobre o corpo, dentro de formações discursivas com as quais se identificam, tratar o corpo gordo e os comportamentos daqueles que não conseguem emagrecer de forma sádica, com um humor ácido, parece-lhes natural. Os discursos da magreza e dos corpos perfeitos são mais fortes e capturam os sujeitos com muita facilidade, já que oferecem soluções rápidas para se livrarem de um corpo com excesso de peso e gordura que muitos rejeitam e ao qual até sentem aversão, daí os termos lipofobia e gordofobia.

Quem desenvolveu a teoria sobre os *memes* foi o biólogo Richard Dawkins. Em seu livro “O gene egoísta”, mostra que, da mesma maneira que os genes se multiplicam por meio da imitação, os *memes*, que seriam replicadores culturais, também o fazem. Chegou a essa nomenclatura porque:

Precisamos de um nome para o novo replicador, um substantivo que transmita a ideia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação. "Mimeme" provém de uma raiz grega adequada, mas quero um monossílabo que soe um pouco como "gene". Espero que meus amigos helenistas me perdoem se eu abreviar mimeme para meme. Se servir como consolo, pode-se, alternativamente, pensar que a palavra está relacionada a "memória", ou à palavra francesa mêmme. [...] Da mesma forma como os genes se propagam no "fundo" pulando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no "fundo" de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação (DAWKINS, 2007, p. 148).

O autor faz questão de enfatizar, no início do livro, que sua obra é uma pesquisa científica e não ficção, como alguns biólogos a classificariam. No momento histórico em que o pesquisador se situava, outros pesquisadores relutavam em aceitar que as pesquisas do campo da biologia pudessem abarcar aspectos sociais e culturais, e, mesmo assim, essa nova ciência, seria mais tarde denominada memética.

A repetição marcada não é, para o autor, garantia de fidelidade na reprodução dos *memes*:

À primeira vista parece que os memes não são, de forma alguma, replicadores de alta fidelidade. Cada vez que um cientista ouve uma ideia e transmite-a a outra pessoa ele provavelmente muda-a bastante. [...] Os memes estão sendo transmitidos a você sob forma alterada. Isto é bastante diferente da qualidade particulada, do tipo tudo-ou-nada, da transmissão dos genes. Parece que a transmissão dos memes está sujeita à mutação contínua e também à mistura (DAWKINS, 2007, p. 150).

Quando Dawkins fala sobre a qualidade dos replicadores, cita a “fidelidade da cópia”. O que ele descreve como falta de fidelidade é o que para a AD chamamos de efeito metafórico. Ao transmitir um *meme*, o sujeito, imerso em suas formações discursivas, deixa alguns rastros de sua escolha, pois não compartilha simplesmente uma imagem ou frase, compartilha o que lhe afetou, o que lhe despertou diversos sentidos. Os sentidos originários são mesclados com outros e transmitidos a outros leitores. Esse efeito pode ser observado quando um jornalista científico relata uma pesquisa em uma linguagem diferente da do cientista e a traz para um contexto jornalístico.

A informática se apropriou do termo e muitos nem sabem dessa origem que vem da biologia. Temos em Dawkins o conceito de memória como uma unidade, que é copiada e se reproduz incessantemente. No entanto, esse movimento de viralização, de se espalhar com imensa rapidez, causa uma marca na memória social, assim como a conceituação de memória discursiva em Michel Pêcheux, já que ela:

[...] não poderia ser concebida como uma esfera plena, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos (PÊCHEUX, 2010, p. 56).

A regularização é o fio do discurso, o efeito da memória diante da repetição, da paráfrase e da naturalização dos sentidos em relação à pessoa gorda, principalmente ao de rejeição de um corpo que está fora dos padrões ditados pelo imaginário social. A memória discursiva ratifica as diferentes vozes, produzidas por discursos heterogêneos, mas que se materializam em um texto que parece ser uníssono.

Os *memes* não têm uma autoria declarada, como em outros textos que circulam nas redes sociais. No *meme* existe o apagamento do autor, já que muitos deles carregam críticas severas e a responsabilidade por sua veiculação recai sobre as páginas e os perfis que os compartilham. Seus sentidos não são estabilizados, são produzidos por uma exterioridade constitutiva do discurso.

Os *memes* abaixo são de uma página chamada “Treino, Dieta e Saúde”¹⁴. Suas publicações são frequentes, sendo mais de 2 ou 3 por dia, por isso foram selecionadas algumas postagens dos meses de dezembro de 2018 e janeiro de 2019.

¹⁴ <https://www.facebook.com/treinodietasaude/>



Como na polêmica apresentada acima com a reação da culinária Rita Lobo, temos um exemplo de *meme* que retrata a substituição de alimentos calóricos por outros mais saudáveis. Os panetones recheados de frutas e chocolates, tradicionais na época natalina, já ganharam versões mais *lights*; ainda assim a montagem mostra a embalagem de uma marca bastante consumida no Brasil, a Bauducco, com chuchus, um legume não muito apreciado por algumas pessoas, mas que, por não ter um gosto marcante, é utilizado em diversas releituras, como a do brigadeiro. O chuchu também possui uma quantidade mínima de calorias, portanto o foco na dieta está garantido com esse alimento.

Os memes também reforçam os sentidos de escolha, colocando a responsabilidade no sujeito que está gordo. Como podemos observar abaixo, existem opções saudáveis, como frutas e legumes ou as famosas *junk food* (comida lixo). O que dá o tom de humor são as formulações “ser feliz” ou “ser magro”, que nos parecem uma contradição, porque “ser feliz” raramente é associado a ser obeso, e, apesar de ser prazeroso comer algo extremamente calórico, a felicidade e a beleza pertencem àqueles que são magros. O gordo que escolhe a “felicidade”, carrega depois a “culpa”. Culpa é uma palavra também muito recorrente nas postagens.



Outro *memes* que desperta sentidos de escolha, abaixo, mostra que o sujeito busca um corpo ideal, mas que, por causa de suas opções, não consegue alcançá-lo. O mesmo site que publica um *memes* com imagens de comidas calóricas associadas à felicidade também reforça que, se a escolha de comer esses alimentos for feita, o corpo desejado não será alcançado. Reforça a “cabeça de gordo” porque, se o meu desejo é ter uma barriga sem gordura, “sarada”, não posso comer um bolo de cenoura com cobertura de brigadeiro. Se eu o faço, é porque não consigo me controlar e sou um gordo “sem-vergonha”.



Ao discutirmos a beleza, o corpo magro é exaltado e o corpo gordo raramente recebe esse *status* de ser belo. Os *memes* também reforçam que, para que o gordo seja belo, ele precisa de outros atributos. A seguir, podemos ver a imagem de uma princesa que, além de não ter uma beleza clássica, é gorda. Temos a formulação “às vezes você nem é feio, só nasceu na época

errada”. Da mesma maneira, podemos associar alguns dizeres consolidados que circulam na sociedade, como dizer que a pessoa é gorda, mas tem um rosto bonito; que é gorda, mas é divertida; que é gordo, mas está sempre bem vestido, e tantas outras formulações adversativas.



Em um arsenal de imagens bem montadas, personagens famosos, formulações que parecem inocentes, está o efeito de sentido do preconceito com as pessoas gordas. Ser gordo é motivo de piadas, e tentar emagrecer com dietas milagrosas, fracassar diversas vezes, é colocado nos *memes*, por meio do humor, como uma incapacidade, como falta de vontade, de desleixo, de pessoas que não se preocupam com o seu próprio corpo, pois, se tomassem os devidos cuidados, fariam as escolhas certas e seriam magros.

2.4 As mídias sociais e o ciberespaço

Discorreremos um pouco mais sobre as mídias sociais e seus espaços na atualidade ao considerarmos que a internet não é mais um território à parte, uma realidade virtual. Nos novos estudos sobre esse meio de comunicação, encontramos um domínio onde existe uma “redefinição da consciência, da identidade, da corporalidade, da comunidade, da cidadania e da política” (ROGERS, 2016, p. 2).

A ideia do ciberespaço apartado do mundo real talvez já possa ser descartada, pois estudos demonstram que as identidades se fundamentam tanto no on-line¹⁵ como no off-line, e

¹⁵ Apenas para efeito de explicação, o uso de termos estrangeiros, principalmente em inglês, é muito comum, chegando alguns deles a serem incorporados à nossa língua portuguesa, de uma forma “aportuguesada” como “deletar”, “linkar”, “stalkear” etc.

os métodos de pesquisa precisam contemplar os contextos de produção e locais onde não há essa divisão, dentro de uma nova cultura. Segundo Rogers (2016, p. 5):

Trata-se de uma pesquisa que passa a se preocupar com mudanças nos tipos de questões colocadas ao estudo da internet. A internet é usada como um espaço de pesquisa, para além da cultura on-line. A questão não é mais o quanto a sociedade e a cultura estão on-line, mas sim como diagnosticar mudanças culturais e condições sociais por meio da internet.

Assistimos às mudanças da sociedade acompanhando os discursos que circulam e que são acessados pelos usuários nas redes sociais. Emagrecer é uma necessidade criada e reforçada por diversos meios de comunicação, o que não se enquadra necessariamente como uma novidade, nem como uma exclusividade da internet, pois há séculos receitas sobre emagrecimento circulam em folhetins, propagandas em revistas, na TV, no rádio etc. O que ocorrem são reformulações, e novos discursos surgem em plataformas diferentes, por isso é importante conhecê-las em seus contextos de produção.

Outro ponto que Rogers (2016) enfatiza é que a pesquisa na internet se depara com objetos instáveis. Os sites, as redes sociais e as diversas mídias lutam para se manter ativos e, para melhor estudá-los, tentamos fixá-los, como fazemos com as fotografias. Mantemos os registros de acontecimentos que podem se apagar a qualquer momento, já que os dados se alteram a todo instante. Apesar dessa observação e de nosso objeto fazer parte desse mundo instável, a fixação da imagem marca, para nós, o momento histórico em que nos encontramos e no qual o discurso foi capturado. Mesmo que ele desapareça, o que pode acontecer com frequência, esse é, a nosso ver, um indício de seu funcionamento, já que “quem pesquisa a internet e com ela é repetidamente surpreendido pelo que ocorre no meio, como atualizações de *softwares* que abruptamente interrompem e, algumas vezes, ‘esvaziam’ a pesquisa de outrem” (ROGERS, 2016, p. 9).

Sempre há um risco de esvaziamento. Quando iniciamos nossa pesquisa, o IG ainda era uma promessa, um aplicativo com um potencial reconhecido, mas ainda incerto. Ao ser incorporado pelo FB, ganhou mais credibilidade, mais usuários, sem perder as suas características iniciais. Passou a ser considerado uma mídia social e adquiriu recursos para compartilhar e transitar entre as outras redes existentes. Dessa maneira, o texto escrito ganhou mais espaço, apesar do texto visual ainda ser o foco, seja ele estático ou em vídeos e *GIFs* animados¹⁶.

¹⁶ GIF (*Graphics Interchange Format* ou *Formato de Intercâmbio de Gráficos*). Os GIFs animados são compostos de várias imagens nesse formato, que criam movimentos e animações.

De modo mais teórico, seguir o meio é uma forma de pesquisar as especificidades dele. A especificidade do meio não se refere apenas à subdivisão das disciplinas nos estudos de mídia, de acordo com os objetos de estudo: vídeo, rádio, televisão, etc. Refere-se também às distinções ontológicas das mídias, nos sentidos em que as ontologias são construídas de modo distinto. Para o erudito literário e pesquisador das mídias Marshall McLuhan, as mídias são específicas no modo como elas engajam os sentidos (ROGERS, 2016, p. 10).

O que propõe esse teórico quando diz que as pesquisas devem seguir o meio é que elas têm de ser reorientadas no sentido de considerar a internet não apenas como uma fonte de dados, mas também como um método e uma técnica para seus estudos (ROGERS, 2016, p. 13).

Para ampliar essa definição de redes sociais, empregamos as ideias de Boyd e Ellison (2007), que afirmam que as redes sociais são plataformas que permitem aos indivíduos: “[1] construir um perfil público ou semi-público em um sistema limitado, [2] articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e [3] visualizar e acessar sua lista e a de outros no mesmo sistema” (BOYD; ELLISON, 2008, p. 211, tradução nossa). Dessa maneira, os perfis são unicamente identificáveis e articulam conexões, consumindo, produzindo e interagindo com os conteúdos gerados pelo próprio usuário ou por suas conexões no site.

A natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de um site para outro. O termo “amigo” é um exemplo, pois uma conexão não significa necessariamente uma amizade, e os motivos pelos quais as pessoas conectam-se variam (ROGERS, 2016, p. 26). No IG, o termo utilizado é seguidor, pois um perfil pode ser seguido e seguir outros de seu interesse.

Descreveremos a seguir, de forma breve, as redes que fazem parte desta pesquisa. Não nos aprofundaremos em suas histórias, que facilmente são encontradas em sites de busca, mas em suas características como meios de circulação do DSE.

2.5 O *Facebook* e seu reinado

O *Facebook* foi uma das primeiras redes sociais a ter um alcance mundial significativo e que perdura até a atualidade. Iniciou suas atividades como um programa acadêmico, conhecido pelos serviços abertos para suportar dados demográficos de nicho, ou seja, para suprir as redes de algumas faculdades distintas, como Harvard. Seus usuários necessariamente tinham que ter um e-mail institucional, o que manteve a rede fechada por um tempo, como uma comunidade íntima e privada. No entanto, em vista do potencial apresentado, a rede foi aberta para outros usuários, conquistando maiores horizontes.

Descreveremos o *Facebook* em primeiro lugar porque se mantém em seu reinado há mais de uma década, o que chega a ser raro para outras redes, como por exemplo o Orkut¹⁷, que foi um sucesso entre os anos de 2004 e 2014. São mais de 15 anos desde a sua fundação em 4 de fevereiro de 2004. Fato raro diante da volatilidade de milhares de páginas na internet, que surgem e desaparecem sem chegar a completar um ano sequer.

A preeminência do FB é notória e parece-nos que não está perto de um fim. O poder que conquistou em todo o mundo e o retorno financeiro garantem a esse gigante credibilidade e a compra de outras redes que despontam, como foi o caso do *Instagram*.

Atribui-se como criador o atual detentor de seus direitos, Mark Zuckerberg, porém há diversas polêmicas, incluindo o caso do brasileiro Eduardo Saverin, que teria ajudado o colega de Harvard a criar o protótipo do que seria hoje a maior rede social do mundo. Saverin, depois de algumas brigas judiciais, teria vendido a sua parte a Zuckerberg.

Dos cadernos que circulavam no campus das universidades com as fotos e a descrição dos estudantes, a uma página que atribuía classificação para os alunos mais “quentes”, até o *TheFacebook*, que mais tarde se tornaria apenas *Facebook*, muita história se passou. O que não se pode negar é o potencial de geração de sentidos que acontece em um espaço visitado por milhões de usuários diariamente e em especial no Brasil, um país que aderiu com muita força às redes sociais.

A idade mínima para se registrar no site é de 13 anos, todavia muitas crianças têm acesso, seja por contas criadas pelos pais, seja nos celulares deles. A preocupação geralmente se dá quando a criança recebe ou vê conteúdos pornográficos, até mesmo em casos de ameaça de pedofilia, mas quando se trata de outros discursos, como o DSE, não há controle.

As postagens feitas no *Facebook* seguem uma estrutura que apresenta o enunciado escrito primeiro e depois a imagem. Para que ela não perca o seu destaque, são permitidos até 480 caracteres, o que equivale a aproximadamente 7 linhas; depois desse espaço, aparecem reticências e um link para clicar se o leitor quiser acessar o resto da publicação com os termos “Ver Mais”. No entanto, a cada dia, o aplicativo vem incorporando características mais dinâmicas e atrativas para poder atender a todos os públicos, de idades variadas.

De uma forma ingênua, cada vez mais cedo a população recebe mensagens diárias de por que ser magro e como ser magro. A necessidade de fazer dietas, de se alimentar de forma “correta” é incutida também nas crianças, que chegam a ter distúrbios alimentares sérios e

¹⁷ O Orkut foi uma das primeiras redes sociais a despontar e fazer sucesso mundialmente. Era ligada ao Google, e o Brasil chegou a ter mais de 30 milhões de usuários. Só foi ultrapassada pelo *Faceboook*, e como muitos migraram para a nova rede de Zuckerberg, extinguiu suas atividades no ano de 2014.

preocupação excessiva com seus corpos. O que não é uma exclusividade do FB, por isso descreveremos a outra rede social com a qual também trabalharemos a seguir, o *Instagram*.

2.6 O *Instagram*, sua história e suas características

O *Instagram* é o espaço das imagens nas mídias sociais, onde perfis de sujeitos diversos publicam suas rotinas através de fotos, animações e vídeos, acompanhados de enunciados escritos. O ano de 2010 marca o início desse aplicativo criado pelos engenheiros norte-americanos Kevin Systrom e Mike Krieger, que tinham o objetivo de entregar uma ferramenta para os amantes de fotografia em busca de efeitos e filtros profissionais para compartilhar seus momentos com os amigos que também tivessem um perfil na rede.

Inicialmente, apenas os usuários de *iPhone* tinham acesso, porém o aumento significativo de usuários fez crescer a necessidade de uma versão para o sistema operacional Android em 2012, ano em que também o gigante *Facebook* adquiriu-o, ao não deixar passar despercebido o potencial do que hoje conhecemos como uma das mais populares mídias sociais, com 800 milhões de usuários no mundo, sendo 50 milhões ativos só no Brasil¹⁸.

Desde sua aquisição pelo FB, o IG tem assimilado características de outras redes concorrentes, como o *Snapchat*. O *Stories*, por exemplo, vídeos curtos criados por fotos ou vídeos em sequência, que são publicados por apenas vinte e quatro horas na barra superior da seção principal, é uma forma de acompanhar o que seus amigos e empresas têm de novidade com apenas um clique, voltando e avançando com os dedos, enquanto a história é passada em forma de slides. Essa função, é possível dizer, foi praticamente clonada de seu concorrente, assim como o uso das *hashtags*¹⁹, que eram exclusividade do *Twitter*, e de vídeos, quando o *Vimeo*²⁰ começou a se destacar, um precursor do popular *YouTube*.

Os dados da Sproat Social²¹, uma plataforma de gestão de marketing digital, em uma pesquisa de 2017, demonstram os dias de maior audiência do IG, que são: quarta-feira às 15h; quinta-feira às 5h, às 11h e das 15h às 16h; e sexta-feira às 5 da manhã. Sim, 5 horas da manhã, horário em que muitos usuários acordam e checam os seus celulares. Hábito que tem se tornado

¹⁸ <http://marketingdigitalmassivo.com.br/usuarios-do-instagram-no-brasil-atualmente-infografico-2018/>

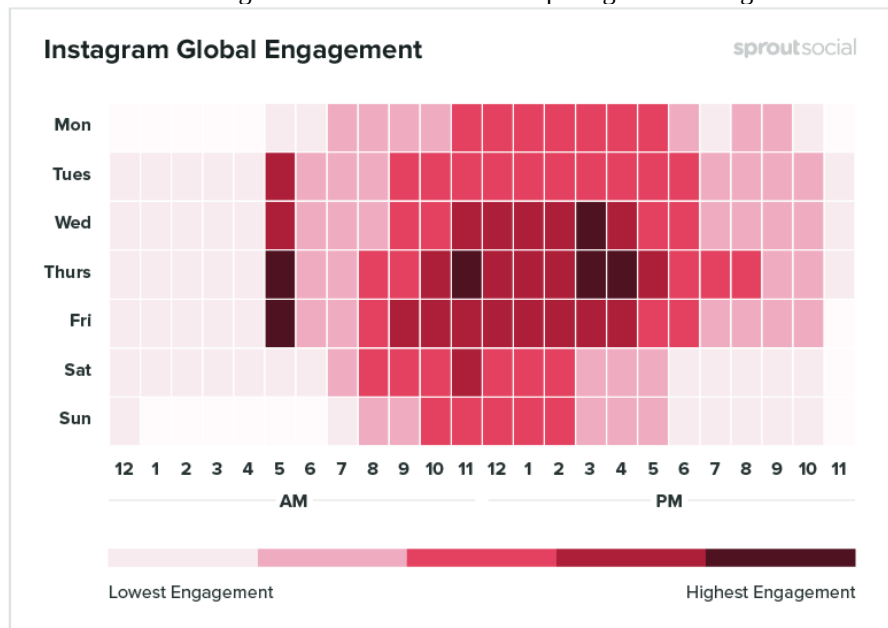
¹⁹ As *tags* (traduzidas literalmente para o português como etiquetas ou marcadores) que acompanham os conteúdos realizam um tipo de ancoragem que facilita a sua encontrabilidade. Nos enunciados verbais, podemos destacar o uso das *hashtags* para navegar pelas publicações que foram etiquetadas da mesma maneira. A forma de escrita de inicia com o símbolo # e todas as palavras escritas sem espaço. Ex: #dicasdasemana

²⁰ <https://vimeo.com/pt-br>

²¹ <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>

comum, como a primeira coisa que os sujeitos fazem, mesmo antes de se levantarem da cama. O dia com menos envolvimento dos usuários é o domingo, conforme a figura abaixo:

Figura 1 Melhores horários de postagem no Instagram



Fonte: <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>

O IG também é reconhecido como uma rede de intervalo, ou seja, uma mídia à qual as pessoas acessam nos períodos de descanso do trabalho, como se folheassem uma revista de notícias. Sua interface é leve, intuitiva e o apelo visual reforça a entrega do conteúdo de forma prática, já que nesse momento o usuário quer receber informações úteis rapidamente, visualizar belas imagens sem fazer nenhum esforço.

As suas imagens, assim como as do FB, irão nos auxiliar a traçar o desenho do discurso sobre o emagrecimento, mesmo que esse não tenha formas e curvas definidas, como os corpos desejados pelos sujeitos.

2.7 O Big Data como recurso à pesquisa acadêmica em saúde

Como nossa pesquisa segue o meio internet, é necessário conhecer algumas de suas particularidades e recursos utilizados por outros pesquisadores como fonte de dados, especialmente o *Big Data*. Se soubermos olhar para ele de forma mais apurada, enxergaremos tendências reveladoras quanto à saúde da população, já que diariamente as pessoas compartilham dados sobre a sua saúde ou questões ligadas a surtos e epidemias em suas regiões nas mídias sociais (KLEIN; GUIDI NETO; TEZZA, 2017, p. 209).

Essa sondagem nas redes pode complementar as pesquisas tradicionais de campo, e é reconhecida atualmente como parte integrante da vigilância em saúde. Os picos de busca sobre determinados assuntos podem detectar precocemente um surto de determinada doença e agilizar ações preventivas e educacionais (KLEIN; GUIDI NETO; TEZZA, 2017, p. 210-211). O valor das mídias sociais está ligado à capacidade de chegar diretamente à população, a quem são voltadas as ações na área. Desse modo,

Big data não são apenas grandes conjuntos de dados, mas uma mudança no pensamento. Assim como a Ford mudou a forma de produção e a forma do trabalho em si, o *big data* é um sistema de conhecimento que está mudando os objetos desse conhecimento, bem como as interações humanas (KLEIN; GUIDI NETO; TEZZA, 2017, p. 211).

O fluxo de informações dentro das mídias sociais é importante, e a comunicação, considerada como um setor crítico dentro da saúde pública, tem melhorado com essas ações entre indivíduos e organizações, já que a rede também tem o papel de informar, educar e capacitar as pessoas sobre as questões de saúde, além de agilizar o envio de mensagens em casos de emergência, mobilizar parcerias e facilitar mudanças de comportamento (KLEIN; GUIDI NETO; TEZZA, p. 211). Assim, a construção do conhecimento por meio da difusão de opiniões contribui de modo significativo para a formação de equipes voltadas para inovação, inteligência de mercado e tomada de decisões.

As limitações quanto às ferramentas de monitoramento estão sujeitas aos termos de privacidade das mídias sociais. Outro fator limitante, e comum em nosso país, é a exclusão digital, que chega a atingir um percentual significativo em alguns Estados. Santa Catarina, por exemplo, tem 85,7% dos domicílios com utilização de internet, “mesmo assim, é preciso considerar que 14,3% da população catarinense não têm acesso à internet em casa e isso pode ser um limitador no monitoramento das informações nas mídias digitais” (KLEIN; GUIDI NETO; TEZZA, 2017, p. 214).

Os rastros deixados nas redes sociais são bases de informação pública e, aliados a um trabalho de mineração de dados e métodos estatísticos, podem servir de fonte para prever eventos na área. No livro *Homo Deus: uma breve história do amanhã*, do historiador Yuval Noah Harari (2016), o autor nos apresenta uma nova ciência, que denominou dataísmo e a detalha em um capítulo com o título de “religião dos dados”:

O dataísmo está entrincheirado firmemente em suas duas disciplinas-mãe: a ciência da computação e a biologia. Das duas, a biologia é a mais importante. Foi o envolvimento do dataísmo com a biologia que transformou uma

inovação limitada à ciência da computação em um cataclismo que abalou o mundo e que pode transformar completamente a própria natureza da vida. Você pode não concordar com a ideia de que organismos são algoritmos e de que girafas, tomates e seres humanos são apenas métodos diferentes de processamento de dados. Mas deveria se conscientizar de que este é o atual dogma científico e de que isso está mudando nosso mundo para além do reconhecível (HARARI, 2016, p. 322).

Os algoritmos são a base de toda programação computacional. A biologia tem usado os programas computacionais para acompanhar a programação do nosso corpo, por isso Harari afirma que todos os organismos são algoritmos. Eles são um conjunto de “instruções” que guiam os processos biológicos, monitoram todas as possibilidades de resposta para que se chegue a um resultado esperado. Da mesma maneira, são as instruções e os direcionamentos que o usuário das redes sociais recebem ao se conectar, as informações que procuram e as sugestões que lhes são apresentadas para resolver suas dúvidas.

Milhares de algoritmos estão presentes nas ações que os internautas fazem todos os dias. Ao pesquisar uma página sobre emagrecimento, o Facebook lhe oferece sugestões de páginas semelhantes que podem ser de seu interesse. Após algum tempo, aparecerá em seu espaço de navegação uma oferta de um produto para emagrecer e o programa de um *coach* de saúde para lhe motivar a atingir seus resultados. Aquela propaganda que apareceu como “patrocinada” foi programada por um algoritmo, e se você responder “sim” ou “eu quero” na linha de comentários, outro algoritmo entregará mais informações e outras ofertas de produtos que você talvez esteja procurando.

O *status* de religião está presente por conceber esse sistema de processamento de dados como “onisciente e onipotente”, o que, segundo o autor, torna o próprio sistema como “fonte de todo significado”:

Humanos querem se fundir no fluxo de dados porque, quando você é parte desse fluxo, você é parte de algo muito maior que você mesmo. As religiões tradicionais lhe diziam que cada palavra e ação suas eram parte de algum grande plano cósmico e que Deus o observava a cada minuto e se importava com todos os seus pensamentos e sentimentos. Agora a religião dos dados diz que cada palavra e ação suas são parte de um grande fluxo de dados, que algoritmos o vigiam constantemente e se importam com tudo o que você faz e sente. A maioria das pessoas gosta muito disso. Para os verdadeiros crentes, estar desconectado do fluxo de dados acarreta o risco de perder o próprio sentido da vida. De que adianta fazer ou experimentar qualquer coisa se ninguém souber disso, e se isso não contribuir para a troca global de informações? (HARARI, 2016, p. 337).

No restante do capítulo o autor levanta questões políticas e de estratégias de governo que podem ser beneficiadas com o controle dos dados da população e reforça o que está na citação acima, mostrando que estar conectado é uma necessidade e que os humanos se fundem no fluxo de dados. A visibilidade, a experiência e a troca de informações são inerentes às redes sociais. Postar algo todos os dias é não correr o risco de ser esquecido, por isso, religiosamente, mais e mais informações são entregues aos seguidores das páginas que acompanhamos.

Levantamos essa questão, assim como a do Marketing Digital, que traremos a seguir, para que não fechemos nossos olhos para toda a base de dados que pode ser encontrada com facilidade nos meios digitais e utilizadas para ações de saúde pública. O *Facebook* recentemente teve problemas quanto a vazamento de dados de sua plataforma, o que deixou muitos usuários em alerta, porém é difícil fugir desse controle e da exposição desde o momento em que nos inserimos na cultura digital, pois estamos fragmentados em dados que, apesar da tecnologia avançada de segurança, podem ser violados a qualquer momento.

2.8 O Marketing Digital e as Redes Sociais

O funcionamento do Marketing como pano de fundo desse cenário não pode ser desconsiderado. Na era digital, as empresas e os profissionais da área utilizam-se de estratégias voltadas para o público que se encontra nas redes sociais. Não é mais apenas o relacionamento com o cliente na internet, são técnicas de escrita que acionam os mecanismos de busca, direcionando o leitor para a sua página no *Facebook* ou do *Instagram*. Dessa forma, tudo é otimizado com SEO²²:

Na era da web gravável, novas habilidades e novas práticas estão surgindo. Em um ambiente que permite a todos comunicar informações globalmente, o referenciamento da internet (ou SEO) é uma disciplina estratégica que visa gerar visibilidade, tráfego da internet e uma exploração máxima das publicações dos sites. Muitas vezes mal interpretado como uma fraude, o SEO evoluiu para ser uma ferramenta de facilitação para quem deseja referenciar seu site com os mecanismos de busca (BOUTET; QUONIAM, 2012, p. 443, tradução nossa).

²² Abreviação de *Search Engine Optimization*. Não é de costume usar a tradução, a sigla é utilizada pelos profissionais em inglês. Em português o termo seria Ferramenta de Otimização de Busca.

Por que chamado de fraude, segundo os autores? Porque essa prática, utilizada com o que chamamos de Marketing de Conteúdo, é uma parte da estratégia de *Inbound Marketing*. Segundo o cofundador da empresa Rock Content²³, Vitor Peçanha:

Inbound Marketing é qualquer estratégia de marketing que visa atrair o interesse das pessoas em vez de correr atrás dela, como no marketing tradicional. Também é chamado de Marketing de Atração e possui três grandes pilares para atrair o público: SEO, Marketing de Conteúdo e Estratégia em Redes Sociais²⁴.

As estratégias são milimetricamente pensadas para o que é denominado de *buyer persona*, “um perfil semificcional que representa o cliente ideal de uma empresa, criado para ajudar seu negócio a compreender melhor quem é o cliente e do que ele precisa. As personas permitem estratégias de Marketing mais acuradas”²⁵.

Os movimentos daquele cliente ideal são monitorados, principalmente pelas redes sociais. Ferramentas como o *Google Analytics*²⁶ e outras dentro da própria rede fornecem dados para o profissional de marketing. Espaços publicitários são comprados pelas empresas, mas o que se vê com melhores olhos na atualidade é a criação do tráfego orgânico, ou seja, todo conteúdo que o consumidor recebe de uma forma natural, como se não fosse uma propaganda. Nesses conteúdos podemos incluir os *sites* das empresas, os *blogs* e as redes sociais.

O uso de palavras-chave também é muito importante numa estratégia de *Inbound Marketing*. Existem ferramentas que mostram as palavras mais pesquisadas pelos que acessam o *Google*; mas não precisamos ir tão longe, ao entrar no site buscas, as sugestões que aparecem ao digitarmos nossas dúvidas são aquelas palavras mais procuradas. Essas palavras, além de serem usadas nos textos produzidos pelos redatores (de forma estratégica), são utilizadas nas *hashtags*, títulos e chamadas, como podemos ver nas imagens a seguir:

²³ <https://rockcontent.com>

²⁴ <https://rockcontent.com/blog/o-que-e-inbound-marketing/>

²⁵ <https://rockcontent.com/blog/personas/>

²⁶ <https://analytics.google.com>

Figura 2: Pesquisa pela palavra “emagrecimento” no Google

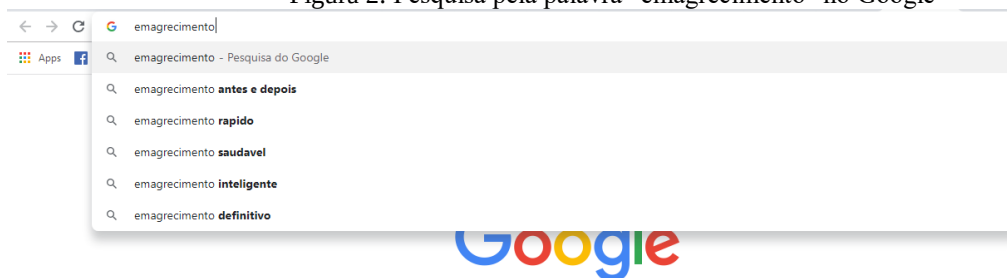
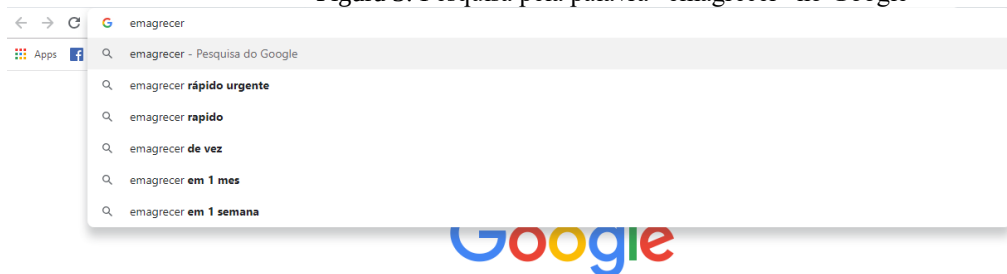


Figura 3: Pesquisa pela palavra “emagrecer” no Google



Nas duas imagens, vemos a palavra “rápido”, o que indicia o perfil do sujeito que busca a perda de peso. Apesar de o “emagrecimento saudável” ser uma das principais buscas, o tempo é determinante para a maioria, já que aparece em mais de uma sugestão. No contexto de produção desta pesquisa, temos que pensar também nos filtros utilizados pelas ferramentas de busca, que foram objetos da pesquisa de doutorado de Daiana de Oliveira Faria (2016). Segundo a pesquisadora,

[...] os recursos de personalização são capazes de individualizar o sujeito, que é inscrito pela máquina desde o momento em que ela lhe atribui um número (endereço IP), até o momento em que os conteúdos direcionados lhes aparecem na tela (FARIA, 2016, p. 12).

As buscas, portanto, são personalizadas de acordo com os padrões de cada usuário. As sugestões apresentadas nas figuras acima não aparecerão necessariamente iguais para todos que pesquisarem as mesmas palavras. As repetições e a regularização das buscas nos colocam diante de um conceito muito importante na AD, que é o de memória discursiva. A memória, que Pêcheux distingue das definições neurobiológicas, que “é constituída pelo sistema nervoso central” (PÊCHEUX, 2012a, p. 141) e associada a um “organismo vivo”, não é a memória discursiva, que:

Dentro do quadro de reflexões sobre a circulação metafórica entre as figuras do organismo e a sociedade, é possível lançar uma hipótese alternativa colocando em jogo o *estatuto social da memória* como condição de seu

funcionamento discursivo, a partir da produção e interpretação de rede de traços gráficos ou fônicos.

Sob essa perspectiva, a memória se reporta não aos traços corticais *dentro* de um organismo, nem aos traços cicatriciais *sobre* esse organismo, nem mesmo aos traços comportamentais depositados *por* ela no mundo exterior ao organismo, mas sim a um conjunto complexo, preexistente e exterior ao organismo, constituído por séries de *tecidos de índices legíveis*, constituindo um corpus sócio-histórico de traços (PÊCHEUX, 2012a, p. 141-142, grifos do autor).

Nossos traços estão gravados na internet, a cada ação que realizamos on-line. O fio do discurso que une as repetições infinitas e paráfrases é a memória, que também pode ser associada à noção de memória coletiva, já que se constrói dentro de uma sociedade, segundo suas crenças e valores. Cristiane Dias nos traz um outro conceito ligado à memória nas redes eletrônicas, o de memória metálica, que foi definido por Orlandi em 1996 e retomado por ela em seus estudos sobre o uso das tecnologias da linguagem nos espaços urbanos. “O sentido é da ordem da quantidade não da historicidade desses dizeres. É da instância de sua circulação” (DIAS, s/d, s/p).

As repetições ocorrem principalmente com a finalidade de regularizar os discursos, de reforçar os sentidos dominantes sobre o emagrecimento nas redes sociais, também podem saturar alguns dizeres por meio de uma existência apenas técnica, sendo assim não há uma estabilidade nos fios da memória metálica, apesar das determinações históricas e ideológicas ligadas à memória discursiva.

Na memória metálica, a significação se dá no nível da circulação. Tomando como exemplo o Twitter ou o Facebook, quanto mais atualizações um sujeito fizer em seu perfil, mais visibilidade terá porque aumentará a circulação. Vemos que nesse caso, o ponto de partida para a construção dos sentidos não é a filiação do sujeito a uma rede de constituição, mas a uma atualização e circulação. “Repetição e quantidade, em sua forma binômica” (Orlandi, 2010). O já-dito armazenado que retorna sob a forma da atualização de dados num ultradiscorso e não da formulação do interdiscurso num intradiscorso (DIAS, s/d, s/p).

Tomando o funcionamento da memória metálica em relação ao marketing digital, temos os resultados das buscas do Google como um acúmulo de ocorrências que são apresentados por algoritmos, que acumulam as informações em um constructo técnico (computador, nuvem). Segundo Orlandi (2006), não há uma estratificação no processo de distribuição, ela é feita em série, “na forma de adição, acúmulo: o que foi dito aqui e ali e mais além vai-se juntando como se formasse uma rede de filiação e não apenas uma soma. Quantidade e não historicidade. A memória metálica produz, pois, um efeito de filiação” (DIAS, s/d, s/p). Essa filiação nos

discursos, portanto, é refletida no número de seguidores das páginas do FB e do IG, que são os sujeitos que serão afetados pelos sentidos repetidos freneticamente.

Colocamos em pauta um pouco sobre o marketing digital para que o leitor possa entender a complexidade e o planejamento existentes em uma postagem nas redes sociais, principalmente quando se trata de páginas de profissionais ou de leigos com bastante visibilidade. Não necessariamente todos os nossos sujeitos se utilizam ou conhecem essas técnicas, mas não há como ignorar que elas existam e que sejam cada vez mais significativas na produção de sentidos quando trabalham em conjunto com a memória discursiva e a memória metálica.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

A presente pesquisa é um estudo qualitativo, no qual a figura do investigador é o instrumento principal para coleta, organização e análise, e, principalmente, por estar centrada no contexto e nas condições de produção dos fenômenos em que os sujeitos estudados estão inseridos. “Para o investigador qualitativo, divorciar o acto, a palavra ou o gesto de seu contexto é perder de vista o significado” (BOGDAN; BIKLEN, 2010, p. 48).

Sua natureza é descritiva, assim,

A abordagem da investigação qualitativa exige que o mundo seja examinado com a ideia de que nada é trivial, que tudo tem potencial para constituir uma pista que nos permita estabelecer uma compreensão mais esclarecedora do nosso objeto de estudo (BOGDAN; BIKLEN, 2010, p. 49).

O objeto definido para este estudo é o Discurso Sobre o Emagrecimento, que, na voz dos sujeitos leigos e profissionais de saúde, circula como um outro discurso sobre saúde e tratamentos para a obesidade e doenças associadas, por meio da apropriação dos discursos da ciência, ao mesmo tempo que também os silencia, fazendo circular outros sentidos.

Com o intuito de ilustrar como se dá a construção do objeto, recorreremos a Bogdan e Biklen (2010), para quem a análise de dados se dá de forma indutiva, e a direção a seguir só começa a se estabelecer a partir da coleta de dados e com o passar do tempo, com o contato com os sujeitos.

Não se trata de montar um quebra-cabeças cuja forma final conhecemos de antemão. Está-se a construir um quadro que vai ganhando forma à medida que se recolhem e examinam as partes. O processo de análise dos dados é como um funil: as coisas estão abertas de início (ou no topo) e vão-se tornando mais fechadas e específicas no extremo. O investigador qualitativo planeia utilizar parte do estudo para perceber quais são as questões mais importantes. Não presume que se sabe o suficiente para reconhecer as questões importantes antes de efectuar a investigação (BOGDAN; BIKLEN, 2010, p. 50).

Nos estudos discursivos, portanto, a metodologia se constrói junto com as análises. Ao ler o DSE, na posição de analistas, apontaremos o que nos causa estranhamento e o que, para nós, indicia regularidades dentro do corpus recolhido.

Estudamos o sujeito falando, a língua em movimento, as imagens criadas e imaginadas para uma determinada sociedade, num determinado momento histórico. O sujeito da contemporaneidade que se constrói e desconstrói com a mesma rapidez e fluidez das sociedades líquidas de Bauman (2001).

Aplica-se o método qualitativo nos estudos sobre saúde, empregando-se a concepção de que o fenômeno não é estudado em si, mas as significações individuais e coletivas para as pessoas que participam deles. Conforme Turato (2005, p. 509, grifos do autor):

Torna-se indispensável assim saber o que os fenômenos da doença e da vida em geral representam para elas. O *significado* tem função estruturante: em torno do que as coisas significam, as pessoas organizarão de certo modo suas vidas, incluindo seus próprios cuidados com a saúde.

Pensando-se nessas significações individuais e coletivas é que delineamos nosso corpus, pois o sujeito está inserido em uma sociedade em que tudo flui de forma muito rápida, assim como os discursos que circulam sobre a obesidade e seus cuidados, criando novos hábitos, comportamentos, visões e discursos outros, sempre num ciclo de reformulações.

As pesquisas na internet são de um campo relativamente novo, assim como as regulamentações para uso de conteúdos em redes sociais, que serão nossos locais de observação. Como não existem no Brasil leis que regulamentem as postagens e o seu uso por terceiros e para fins de pesquisa, quando o autor de algum site, blog ou perfil em rede social o faz de forma pública, subentende-se que elas possam ser utilizadas, já que estão dispostas de forma irrestrita.

Por não se tratar de entrevistas ou outro método de pesquisa que exija a interferência do pesquisador, não haverá necessidade de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para os participantes, nem de aprovação em Comitê de Ética em Pesquisa. Segundo Kozinets (2014, p. 142): “O consentimento é necessário somente quando ocorre interação ou intervenção”.

Analisar comunicações de comunidades ou culturas on-line ou seus arquivos não é pesquisa com seres humanos *se o pesquisador não registrar a identidade dos comunicadores e se ele puder obter acesso de maneira fácil e legal a essas comunicações ou arquivos* (KOZINETTS, 2014, p. 134, grifos do autor).

Também em Kozinets (2014, p. 139) temos que “embora as noções de espaço público ou privado possam ser nebulosas quando aplicadas em um sentido geral para a internet, existem certos tipos de comunicação on-line em que a expectativa de privacidade é mais acentuada”, o que não seria o caso das redes sociais, onde a maioria dos sujeitos está para divulgar um modo de ser, um modo de vida e almeja a maior visibilidade possível.

Existem métodos de ocultação que podem ser utilizados, mas, por se tratar de fotos e vídeos pessoais, os criadores desses perfis ficam expostos de qualquer maneira e não haveria como realizar esse procedimento, já que as imagens complementam os enunciados e, em muitos

casos, seus sentidos são mais destacados do que o texto escrito.

A seguir, traremos algumas metodologias que os pesquisadores da internet começam a utilizar em seus estudos, apesar do terreno nebuloso, que ainda passa por experimentações, mas que ajudarão a colocar os sentidos desta pesquisa em um fio, dentro das regularidades possíveis.

3.1 Metodologias e Internet

Não existe um consenso quanto a nomenclaturas sobre os estudos na internet. Alguns autores os nomeiam apenas como etnografia; outros, como etnografia virtual; e também encontramos o termo netnografia no livro de Kozinets (2014).

Para o autor, existe a necessidade de uma nomenclatura diferenciada, já que as pesquisas denominadas etnográficas na internet se diferem das etnografias praticadas em campos de estudos do mundo “real”. A começar pelas normas éticas e termos de consentimento aplicados, o que, em alguns casos, não é possível de se fazer on-line, ou quando se observa um ambiente virtual. Não apenas a nomenclatura, mas cita a importância de uma metodologia mais uniforme entre os pesquisadores para que haja mais agilidade e que os estudos nesse campo sejam direcionados aos pares que possam dar um parecer favorável aos escritos, por já conhecerem as possibilidades de realização daquele trabalho.

O virtual e o real se mesclam nas pesquisas sociais, porém, hoje, não se considera o ambiente on-line menos real do que os ambientes presenciais. O autor também afirma que “os nossos mundos sociais estão se tornando virtuais” (KOZINETTS, 2014, p. 9). Desse modo, para ele, a Netnografia seria uma forma especializada de etnografia “adaptada às contingências específicas dos mundos sociais de hoje mediados por computadores” (KOZINETTS, 2014, p. 9), o que dificulta o entendimento de diversas facetas sociais, caso o pesquisador desconsidere as interações on-line da sociedade moderna.

Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 17, grifos dos autores) atentam para a peculiaridade da internet, que “pode ser tanto *objeto* de pesquisa (aquilo que se estuda), quanto *local* de pesquisa (ambiente onde a pesquisa é realizada) e, ainda, *instrumento* de pesquisa”. Consideraremos a internet como um local determinado para a realização de nossos estudos, onde os ambientes virtuais são povoados por sujeitos, agrupados por interesses comuns, tornando-se verdadeiras comunidades, e, assim, a barreira entre o real e o virtual se estreita ao observarmos as relações e as práticas sociais desses espaços.

Polivanov (2013) faz uma descrição das nomenclaturas utilizadas para os métodos e reforça o fato de que, a etnografia, utilizada nos estudos na/da internet pode ser considerada

“tanto um processo e método de pesquisa qualitativa quanto um produto”, sendo que esse tem como objetivo uma “interpretação cultural”. Segundo a autora, essa nova era traz uma “ciência interpretativa, à procura do significado”.

As primeiras pesquisas sobre a internet consideravam-na como um espaço mediado, fora do que foi estabelecido como experiência da “carne”, na qual o indivíduo está presente, com o seu corpo. Mais adiante, novos estudos mostraram que as interações on-line não são exclusivas desse mundo mediado e que elas extrapolam sim o limite do “virtual”.

Para Kozinets (2014), existe a necessidade de uma delimitação sobre o que seria uma comunidade na internet nas quais as relações são mediadas por computador. Para o autor, a definição de Roward Rheingold, pesquisador norte-americano que estuda as implicações sociais dos meios modernos de comunicação, seria a mais adequada, estendendo a explicação da citação abaixo em um quadro em seu livro, nas quais elas seriam:

[...] agregações sociais que emergem da rede quando um número suficiente de pessoas empreende [...] discussões públicas por tempo suficiente, com suficiente sentimento humano, para formar redes de relacionamentos pessoais no ciberespaço (RHEINGOLD, 1993, p. 5 apud KOZINETS, 2014).

O antropólogo Robin Dunban desenvolveu uma pesquisa para saber qual era o mínimo de participantes para que surgisse uma comunidade e registrou uma média de 20 a 200 pessoas (ao máximo) envolvidas para que a eficiência da comunicação existisse. O que acontece nas comunidades atuais é que esse número é ultrapassado (e muito). Nos perfis que seguimos para esta pesquisa, o mínimo de seguidores é de 15 mil pessoas. Dunban (apud KOZINETS, 2014) também cita que algumas comunidades têm se dividido por causa desse número, que estaria fora dos padrões para a comunicação eficiente.

Talvez esse número exagerado esteja causando confusões nos leitores e seguidores de certos perfis, assim como a repercussão de determinados assuntos que circulam em suas páginas. As vozes da ciência e do senso comum ecoam por uma comunidade que não tem controle da dimensão de seus membros e de quais sentidos cada um estaria recebendo, apropriando-se.

As discussões são públicas, ou seja, qualquer sujeito pode participar, dentro de sua realidade e de suas condições de produção, como cidadão e interessado no assunto abordado pela comunidade. E, como o controle desses sentidos é praticamente impossível, o mediador (no caso o autor do perfil) ascende um discurso polêmico, já que uma das condições para essas comunidades existirem é o envolvimento do leitor, o “suficiente sentimento humano”.

3.2 Tudo vale?

Não seguir uma regra metodológica pode levar muitos a este questionamento. O imaginário social contemporâneo carrega a premissa de que nada pode ser defendido sem uma base científica sólida ou uma referência a estudos e experimentações feitas por cientistas.

O que é ou não científico é uma preocupação abordada historicamente, que foi (e ainda é) bastante polêmica. Em seu livro *A invenção das ciências modernas*, Isabelle Stengers (2002) dedica um capítulo a esse assunto, o que encontramos também nos escritos de Bruno Latour (1994). A autora afirma que a maioria dessas questões ainda não foram resolvidas, pois a ciência “moderna”, como a conhecemos, ainda fica presa às amarras de um positivismo que seria necessário para a validação dos conteúdos produzidos “em nome da ciência”.

A autora utiliza várias vezes a expressão “em nome da ciência” porque é por ela que muitos tentam justificar experimentos que seriam avanços para a humanidade. Nas ciências da natureza, a utilização de animais e até de seres humanos (quando não existiam comitês de ética em pesquisa ou no início dos experimentos médicos) era comum, assim como a falta de preocupação com as consequências de tais práticas. O laboratório era o espaço onde as experiências podiam ser repetidas sucessiva e indefinidamente. O sucesso na repetição era a garantia da validade científica, nesse local onde a “objetividade científica” ganhava sentidos, segundo Stengers (2002, p. 31).

Nessa discussão sobre o científico e o não científico, cabe destacar o surgimento da carreira de maior prestígio até hoje na área das ciências da natureza, a medicina. Muitos experimentos foram feitos em “nome da ciência” e em nome dessa carreira, que sempre teve grandes desafios para se proteger do que vinha de “fora”, ou seja, do que não era considerado científico. Com a democratização dos meios de comunicação, cada vez mais médicos se utilizam das redes sociais em uma tentativa de aproximar-se de seus pacientes (ou clientes, se pensarmos por um viés econômico).

Que a medicina seja um dos setores em que os limites são mais rigorosos, em que o público é exortado a aderir aos valores da ciência, não é um acaso. Contrariamente a outras práticas ditas científicas, presume-se que a medicina persiga o “mesmo” fim, curar, desde a noite dos tempos, e a questão de saber quem o tem direito de exercer a medicina é bem mais antiga do que a referência à ciência. O conflito, indissociável da “experiência social” do médico, entre médicos diplomados e aqueles que são denunciados como charlatões, não foi criado “em nome da ciência”, mas a referência à ciência deu-lhe novas feições” (STENGERS, 2002, p. 33).

A proteção da carreira médica se faz através da referência à ciência e, como destaca a autora, através de limites rigorosos. Seguindo em suas reflexões, sobre o que era considerado charlatanismo, os que praticavam certas experiências fora do campo da medicina ou que prometiam curas milagrosas eram acusados de enganar a sociedade, e a salvação desse “público enganado” seria o profissional habilitado e legitimado pela sociedade e pelo seu conhecimento científico.

A busca pela “razão” é o “critério pelo qual o cientista deve aceitar submeter-se” (STENGERS, 1993, p. 47). O que Stengers (2002, p. 48) apresenta é que a razão tão almejada não é objetiva como se pretende e que não há possibilidade de formular critérios que possam valer de forma geral na construção das ciências. Ela destaca outro autor que também nos é caro quando pensamos sobre a metodologia de nosso trabalho e a necessidade de um método para confirmar as teorias e validar o que é considerado científico, Paul Feyerabend. No livro *Contra o Método*, que teve sua primeira edição lançada em 1975, já no prefácio à 3ª edição, o autor coloca um cenário que nos é familiar:

Médicos, agentes de desenvolvimento e sacerdotes trabalhando com os pobres e desvalidos perceberam que essas pessoas sabem mais a respeito de sua condição do que o supunha a crença na excelência universal da ciência ou da religião organizada, e modificaram suas ações de acordo com isso (FEYERABEND, 2007, p. 11-12).

As práticas na área de saúde estão sempre no alvo das críticas e opiniões da sociedade e são revistas de tempos em tempos. Os questionamentos é que mudam e a forma com que os leigos adquirem certos conhecimentos; sendo assim, a proteção à profissão é uma preocupação constante, e o médico tem que se reinventar para manter o seu posto de autoridade e persuadir, de forma significativa, seus pacientes.

A sociedade do espetáculo, de Guy Debord (2003), leva-nos a pensar sobre a espetacularização da medicina e das outras profissões na área de saúde na internet. Médicos renomados, como o Dr. Drauzio Varella²⁷, e outros médicos celebridades que surgem a cada dia, lutam por um espaço no mundo virtual com o objetivo de aproximarem-se dos seus pacientes, ou, podemos talvez dizer, clientes.

O espetáculo, segundo Debord (2003, p. 18), “submete para si os homens vivos, na medida em que a economia já os submeteu totalmente. Ele não é nada mais do que a economia desenvolvendo-se para si própria”. O que indicia que esse trabalho, balizado apenas na história

²⁷ <https://www.facebook.com/drauzio varella/>

e na biologia, perde o seu sentido se não for inserido numa sociedade na qual o capital domina as relações entre todos os seus membros. A recompensa desses médicos “espetaculares” é o capital e a oportunidade de ter mais clientes em seus consultórios. Mas com a utilização de qual discurso? O da ciência dura e rígida, ou o dos charlatões que prometem curas e soluções para todos?

Para que a divisão entre o científico e o não científico fique mais aparente, o caminho a percorrer é o da busca por um método que valide todas as práticas dentro da ciência? Segundo o pensamento que segue os princípios positivistas, criticados no livro de Feyerabend (2007), muitos trabalhos científicos estão fadados ao fracasso caso não haja um método “claro”, que descreva as ações do pesquisador para chegar aos resultados apresentados. Novamente aqui, temos a busca pela objetividade, algo que não é simples, já que a evidência é apenas uma ilusão dos sujeitos.

O autor nos apresenta suas considerações sobre como a ciência é representada pela sociologia, levando em conta que, mesmo os mais entusiastas, como o filósofo húngaro Imre Lakatos, acreditavam que, se utilizarmos apenas a história para tentar desvelar a construção das ciências, estaremos em um campo que apresenta somente algumas regras simples de avaliação das teorias:

Há estudos das várias tradições (religiosas, estilísticas, de patronagem, etc.) que influenciaram cientistas e deram forma à sua pesquisa, eles mostram a necessidade de um tratamento do conhecimento científico que seja mais complexo do que aquele que emergira de positivismo e de filosofia similares [...] Na sociologia, a atenção aos detalhes levou a uma situação em que o problema não é mais porque e como a “ciência” muda, mas como se mantém unida. Os filósofos, em especial os filósofos da biologia, suspeitavam havia já algum tempo que não há apenas uma entidade chamada “ciência”, com princípios claramente definidos, mas que a ciência compreende grande variedade de abordagens (em alto nível teóricas, fenomenológicas, experimentais) (FEYERABEND, 2007, p. 13).

A diversidade de assuntos e de motivações é que leva os cientistas a iniciarem seus estudos. Essa motivação pode vir de situações “não científicas” às quais o pesquisador é apresentado ou com as quais é confrontado. Em nossos estudos, conforme podemos interpretar como analistas, talvez o que o motive o médico ou profissional da saúde a criar um perfil nas redes sociais para propagar a forma “correta” de seus seguidores cuidarem de sua saúde esteja fundado na preocupação em relação à saúde pública, ou até mesmo com a acumulação de capital do próprio profissional.

O discurso da academia, que agora circula fora dela, cria quais efeitos de sentido? Sustenta-se em qual imaginário? O próprio médico disponibiliza conhecimentos que antes eram acessíveis a poucos e divulga pesquisas nas mais diversas áreas, com uma linguagem que, podemos dizer, antes era utilizada por poucos que divulgavam ciência. Feyerabend faz esse questionamento: “Devemos continuar usando termos antiquados para descrever *insights* novos, ou não seria melhor começar a usar uma nova linguagem? E não seriam poetas e jornalistas de grande auxílio para encontrar tal linguagem?” (FEYERABEND, 2007, p. 15).

A linguagem do jornalista, à qual se refere Feyerabend, foi objeto de estudo em nossas pesquisas de mestrado (MARANGONI, 2013), na qual constatamos indícios de que o jornalista científico se apropria dos discursos da ciência e os reformula em outra linguagem, ou seja, em uma linguagem que considera mais simples e que pode contemplar o público leitor imaginado das revistas de divulgação científica.

Num primeiro momento, podemos pensar que os profissionais de saúde e os leigos têm buscado essa simplificação da linguagem, mas, se acompanharmos muitos desses perfis on-line, a utilização de termos técnicos é muito comum. Quais os gestos de interpretação do leigo para compreendê-los não temos como saber, mas eles os repetem a fim de dar legitimidade aos seus discursos, que precisam ser amparados por um conhecimento científico, comprovado diante de testes e experimentações. Também os profissionais os utilizam com a finalidade de sustentar sua autoridade e mostrar o domínio da linguagem acadêmica.

A medicina como prática social mobiliza os médicos para uma aproximação com os seus pacientes. O alternativo, que não era considerado dentro da academia, também penetrou seus muros e circula na voz dos especialistas. Ao considerarmos que há outro discurso e a linguagem dos sujeitos tem se equiparado, temos que considerar que o fenômeno não ocorreu apenas de dentro para fora. E, assim como os discursos da ciência circulam pela sociedade, também o discurso do chamado senso comum e da “não ciência” circula dentro da academia.

Embasada em conceitos científicos e em experimentações alternativas, a internet tem criado “gurus”, reconhecidos por sua autoridade, muitas vezes por serem profissionais de saúde. A consulta ao médico, portanto, pode hoje se dar dentro do consultório ou em comunidades nas redes sociais. Se os discursos têm se mesclado e os próprios especialistas têm utilizado fontes alternativas para complementar as suas orientações, o deslocamento para uma consulta seria necessário apenas em casos graves, em que o paciente precise de alguma intervenção direta.

Como acontece, então, o retorno do capital para esses gurus, já que as suas consultas são virtuais? Ele se dá através do prestígio criado nesses ambientes e pelas referências dos leigos quanto à sua imagem, criando oportunidades para lançar livros, produtos para dietas etc.

O investimento está na alimentação de suas páginas com conteúdos que satisfaçam a necessidade dos seguidores e que eles os repitam indefinidamente pelas redes sociais.

O que Feyerabend quer problematizar em seu livro *Contra o método* é que as tentativas de proteção ao que é científico não tiveram sucesso porque os cientistas precisam aceitar que outros fenômenos, advindos de experimentações fora de laboratórios e de sujeitos que não foram formados e “formatados” dentro da academia, também influenciam no modo de se fazer ciência atualmente. O cientista deve manter a mente aberta para aceitar outros conceitos que possam contribuir para sua pesquisa, sem precisar descartar todo conhecimento que adquiriu dentro de sua teoria. E, apesar de ser chamado de anarquista, quando o autor afirma que “tudo vale”, quer evidenciar exatamente essa necessidade de ampliação do campo científico, com a aceitação de outros modos de fazer ciência, sem descartar o que já foi adquirido historicamente pelos cientistas.

As tentativas de simplificação não cabem a um fazer que é complexo e engloba milhares de vieses e áreas de conhecimento distintas. O modo como se trabalha nas ciências da natureza e nas ciências humanas é diferente, nem por isso menos científico a nosso ver. O embate entre os cientistas dessas áreas pelo domínio do que seria a ciência verdadeira ainda perdurará, assim como a luta dos pesquisadores sociais por um posto legitimado dentro de muitas universidades.

Utilizando a linguagem para descrever os procedimentos adotados em qualquer pesquisa, os cientistas caem em suas armadilhas e não se atentam a que a busca pela objetividade é desfeita quando entram em um terreno esburacado e cheio de falhas. Feyerabend destacou que muitas pesquisas foram desenvolvidas através de erros anteriores, logo as falhas dentro de uma linguagem, que pretende ser transparente, confrontam-se com a sua própria natureza, que é opaca e carrega a subjetividade.

Subjetividades de um cientista que está envolvido com o seu objeto, mas também que pretende convencer o seu público (pacientes, clientes) de que sua pesquisa é importante para o desenvolvimento da sociedade e dos tratamentos até hoje conhecidos. Coracini (2007), ao afirmar que o fazer científico é um fazer persuasivo, mostra-nos a importância de ficarmos atentos a essa prática de linguagem e nos convida a duvidar da transparência e da busca por uma só verdade científica:

É graças à opacidade da linguagem, que permite a ilusão da aproximação do real, sem a interferência do sujeito e da ideologia, que esses discursos alcançam o objetivo que se propõem, qual seja: o de convencer o interlocutor da verdade (aparente) que anunciam (CORACINI, 2007, p. 46).

O fazer científico é eminentemente interpretativo, o olhar do pesquisador direciona sua pesquisa. E podemos acrescentar com a citação de Feyerabend de que:

Ora, é evidentemente possível simplificar o meio em que o cientista trabalha pela simplificação de seus atores principais. A história da ciência, afinal de contas, não consiste em fatos e conclusões extraídas de fatos. Também contém ideias, interpretações de fatos, problemas criados por interpretações conflitantes, erros e assim por diante. Em uma análise mais detalhada, até mesmo descobrimos que a ciência não conhece, de modo algum, “fatos nus”, mas que todos os “fatos” que tomamos conhecimento já são vistos de certo modo e são, portanto, essencialmente ideacionais (FEYERABEND, 2007, p. 33).

As interpretações e conflitos estão presentes na linguagem utilizada pelos profissionais e leigos. Para ela é que voltamos nossos olhares, e ousaremos duvidar de sua objetividade, acreditando que os “fatos nus” são interpretados por sujeitos, tomados de subjetividade, que os interpretam e impregnam de sentidos.

Simplificar a ciência e a dividir em campos, separando-a da história, faz com que as sequências de fatos obtidos pelos pesquisadores fiquem mais homogêneos e “estáveis”, como destaca Feyerabend. Dirigindo-se a prática científica: “Sua imaginação é restringida, e até a sua linguagem deixa de ser própria. Isso se reflete na natureza dos ‘fatos’ científicos, experienciados como independentes de opinião, crença e formação cultural” (FEYERABEND, 2007, p. 34).

Os fatos que aqui trazemos são experimentados e vivenciados pelos pesquisadores dentro da sociedade de que fazem parte. Seria ingênuo de nossa parte não considerar a subjetividade diante do que apresentaremos durante o decorrer de nossas observações e constatações, porém, como já destacamos na introdução deste trabalho, existem algumas regras nas quais os saberes que pretendem alcançar a legitimação científica precisam se encaixar. Os textos de Feyerabend e de outros cientistas que trabalham com a linguagem nos inspiram a buscar por um outro modo de fazer ciência, assim como Bruno Latour (1994), que nos faz pensar se nos é permitido ser “modernos”, ou se a própria ciência já atingiu um nível que a permita se desvencilhar de certas regras.

O uso da linguagem pelos profissionais de saúde e sujeitos leigos tem o potencial de desenvolver novos campos de estudo, mesmo que seja utilizada de uma forma considerada “não científica”. O que o leigo carrega em seus discursos é permeado pelo que está dentro da academia, e o que o profissional acredita ter apropriado, como discurso puro da ciência, também está permeado por discursos do senso comum. A possibilidade de separação desses discursos

já estaria comprometida, e a construção de um outro discurso poderia vir de uma ruptura entre o científico e o “não científico”, assim como de uma junção desses dois elementos.

3.3 Seleção do Corpus e Recortes: o entrelaçamento dos fios para as análises

A partir da premissa de que não se pode fazer uma descrição exaustiva dos conteúdos, mas uma teorização em torno de alguns aspectos discursivos observados, toma-se o texto como unidade de análise dentro de suas condições de produção (históricas e de leitura). O objeto teórico que será trabalhado nas análises é o discurso; já o objeto empírico é o texto, onde os discursos se materializam. Entenda-se aqui por texto uma unidade onde a multiplicidade de sentidos se manifesta, podendo ser um texto escrito, uma fala, uma imagem, enfim, qualquer materialidade simbólica.

Em termos da operacionalização dos conceitos, a noção de texto é nuclear. Através dessa noção, entendida como unidade diferente, em natureza, da soma de frases – e como conceito que acolhe o processo de interação pela e (na) linguagem – nos instalamos no domínio da significação como multiplicidade (polissemia, efeito de sentido) e não como informação cuja organização deriva do caráter linear atribuído à linguagem (ORLANDI, 1984, p. 14).

Buscaremos as marcas linguísticas que se destacam, como as metáforas, as repetições de palavras, os ditos e os não ditos (o silêncio), que indiciam modos de significar que demonstram que os sentidos podem vir a ser outros, e que nem sempre é “natural” que o que está escrito naquele enunciado só poderia ser escrito dessa maneira, por não acreditarmos na homogeneidade dos sentidos e dos sujeitos. Essa repetição e essa recorrência de sentidos também acontecem com as imagens, fazendo com que o verbal e o não verbal signifiquem simultaneamente para os sujeitos.

O olhar do analista recorta, destaca e separa as unidades discursivas que servirão para os seus propósitos. Destacamos que, nessa etapa, o que ocorre não é um gesto linear, pois o analista passa por um processo de idas e vindas dentro da teoria e recorre a outros discursos para estruturar suas análises dentro de um território no qual necessita lidar com conflitos e confrontos ideológicos que ocorrem durante o gesto de leitura e interpretação.

Estabelecendo-se as delimitações, o material coletado irá nos fornecer os recortes para análise, e será feita uma seleção que passará a contar com a organização das sequências discursivas segundo os objetivos propostos neste trabalho (MITTMANN, 2005, p. 1).

Voltaremos nossa atenção aos sentidos que emergem de unidades discursivas e que

passaram pelo olhar do analista, afetado pela ideologia que o toma e o fez recortar o que lhe pareceu importante para nortear a hipótese defendida. As análises, assim, dão-se na disputa de sentidos, pois trazem parte do arquivo do próprio analista.

Halavais (apud FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 12) reforça a dificuldade da pesquisa social, assim como a dificuldade de distanciamento do pesquisador com o seu objeto: “a ideia de que nós podemos ser observadores e intérpretes neutros dos comportamentos sociais permanece um desafio”.

O analista do discurso trabalha na opacidade da linguagem, duvidando da homogeneidade de sentidos:

[...] o analista precisa se colocar no lugar de quem não aceita a evidência do sentido como produto de um processo fixo - o analista olha para a construção do sentido constitutivamente sob o efeito metafórico. Isso não significa que o analista possa se colocar fora da ideologia, já que esta exterioridade é ilusória, mas as relações que se dão entre sujeito e linguagem são qualitativamente diferentes e isso produz efeitos (PFEIFFER, 1995, p. 3).

Como aporte metodológico para as análises feitas nos domínios da internet, ainda temos pouca literatura no Brasil. Fragoso (2011) apresenta uma perspectiva sobre a pesquisa na internet e as apropriações metodológicas desse campo, como é o caso dos estudos das redes sociais, o que temos mais detalhadamente em Recuero (2009), e as abordagens etnográficas, nomeadas por alguns autores como “netnografia” (AMARAL, 2008; KOZINETS, 2014).

A definição do campo de observação e da seleção dos sujeitos para pesquisa passa por uma primeira etapa, definida por Minayo (2008) como “fase exploratória”, na qual foram levadas em conta as postagens feitas por sujeitos leigos e profissionais de saúde nas redes sociais, que apresentaram, segundo a nossa leitura, indícios e marcas da apropriação ou do silenciamento da voz do discurso científico nos enunciados escritos e imagens, que acreditamos caracterizar o nosso objeto, o DSE.

Nessa fase, consideramos apenas o discurso do leigo e como ele remetia ao discurso do profissional e aos discursos científicos consolidados. Acessando as páginas dos especialistas, as similaridades e aproximações nos fizeram repensar nossos sujeitos e um outro discurso que estaria surgindo, utilizado por ambos, em mesclagens que se construía dentro das redes sociais.

Entre idas e vindas, no caminho traçado pela leitura de nosso objeto, iniciamos os nossos recortes. A saber,

O recorte é uma unidade discursiva. Por unidade discursiva entendemos fragmentos correlacionados de linguagem-e-situação. Assim, um recorte é um fragmento da situação discursiva.

Ressaltemos, então, que o recorte distingue-se do segmento porque o segmento é, simplesmente, uma unidade ou da frase ou do sintagma, etc. No caso da segmentação, o linguista visa a relação entre unidades dispostas linearmente. A hierarquização dos níveis de análise, neste caso, se faz mecanicamente. O que não é o caso, quando se trata dos recortes, já que não há uma passagem automática entre as unidades (os recortes) e o todo que elas constituem (ORLANDI, 1984, p. 14).

Finalizamos esta seção concordando com a autora sobre o fato de que “*o texto é o todo em que se organizam os recortes*” (ORLANDI, 1984, p. 14, grifos da autora), e que “pretendemos que a ideia de recorte remeta à polissemia e não à de informação” (ORLANDI, 1984, p. 14). Logo, são os sentidos produzidos pelo DSE que nos nortearão em suas multiplicidades, mesmo que entregues ao leitor disfarçados de informações.

3.4 Primeiro Recorte

Dos textos obtidos pelos pesquisadores, nosso arquivo, nomeado corpus discursivo, serão destacadas sequências conforme os objetivos desta pesquisa.

Diante do universo de discursos passíveis de análise, traçamos um primeiro recorte de um arquivo, definido por Pêcheux (1997) como ‘campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão’. Deste, delimitamos um campo discursivo de referência a partir de uma sequência de restrições (MITTMANN, 2005, p. 1).

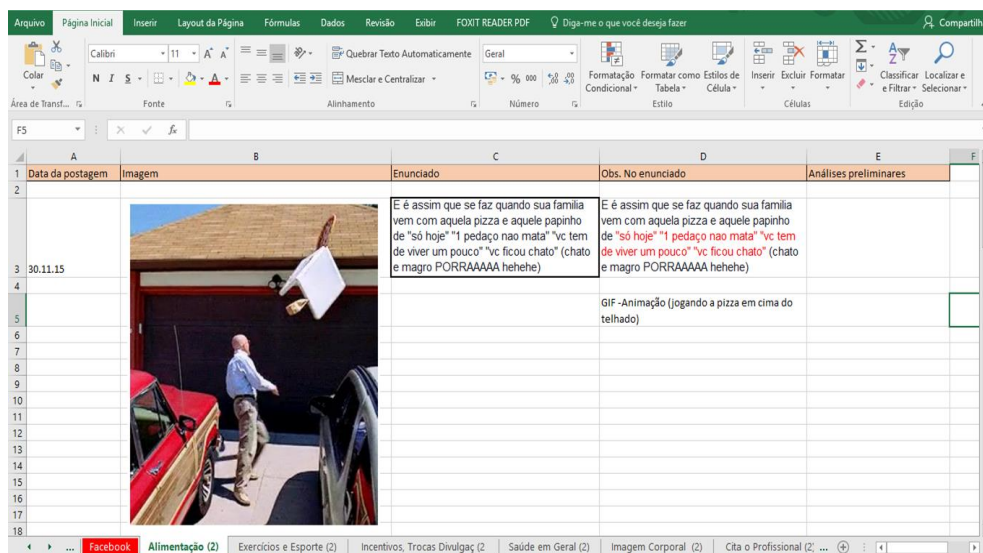
A princípio, como instrumento de coleta, os textos foram alocados em um programa de edição de dados que é o Excel, apenas para fins de organização, não sendo utilizadas as ferramentas do programa para cruzamento de dados, estatísticas, como é característica das pesquisas quantitativas. A pesquisa qualitativa tem uma característica descritiva e utilizamos esse recurso apenas para organizar a coleta e poder futuramente fazer os recortes necessários.

Conforme o corpus foi se constituindo e o número de perfis aumentando, a coleta começou a ser feita com palavras-chave para os sentidos mais recorrentes que analisamos. As próprias redes sociais fornecem essa facilidade de busca, no *Facebook* podemos pesquisar pelas palavras desejadas e, no *Instagram*, as *hashtags* auxiliam nessa função de pesquisa.

Como podemos observar na figura abaixo, em um primeiro momento, as postagens foram organizadas por data, e nas colunas seguintes o enunciado, em forma de imagem ou de texto, é colado por meio da cópia da tela do computador ou celular, e, também, no caso dos

enunciados escritos, transcritas. As colunas que seguem são destinadas a uma análise preliminar com os primeiros olhares do analista e os primeiros estranhamentos. Dividimos em planilhas pelos sentidos mais recorrentes, o que configurou nosso primeiro recorte.

Figura 4: Uso do Excel para coleta de dados



Como esse recurso foi utilizado apenas para dois perfis que selecionamos no início da pesquisa, a saber, Diário de um Gordo²⁸ e Emagrecendo com a Elô²⁹, que recentemente mudou para Juntas com a Elô, foram poucas as postagens utilizadas neste texto final. As regularidades encontradas nesse primeiro momento foram a base para a construção de um corpus maior, que passou a incluir os profissionais de saúde. Sendo assim, as restrições às quais Mittmann se refere serão destacadas em um segundo recorte do analista.

3.5 Segundo Recorte

As sequências discursivas encontradas foram organizadas conforme os sentidos que mais se destacaram durante os anos que acompanhamos os perfis relacionados à saúde e ao emagrecimento (de 2015 a 2019). Pudemos perceber, no decorrer desse percurso, que os discursos da academia e do chamado senso comum já não se separavam, e com isso, nosso corpus apresentou a necessidade de acrescentarmos perfis de médicos, nutricionistas e

²⁸ <https://www.instagram.com/gordodiario/> Obs.: o perfil de Rodrigo Dias no *Facebook* também existe, mas não é atualizado desde 2017. <https://www.facebook.com/gordodiario/>

²⁹ <https://www.facebook.com/juntascomaelo/>
<https://www.instagram.com/juntascomaelo/>

educadores físicos, os principais profissionais envolvidos nos processos de emagrecimento. Apesar de a psicologia ter um papel importante em todo o processo de perda de peso, essa função é delegada aos *coaches* de saúde, que costumam exercer uma das três profissões citadas anteriormente, ou, além disso, serem sujeitos que receberam certo treinamento, mesmo não sendo da área de saúde.

Algumas formulações nos chamaram a atenção pela repetição, como “é só fechar a boca”, chamando a responsabilidade para o sujeito que está acima do peso e quer emagrecer. Para descrever os movimentos do DSE, trouxemos para o leitor também o contraponto com discursos que divergem do que é o discurso dominante, apesar de serem poucos perfis, e com um número de seguidores bem inferior aos que fazem sucesso nas redes sociais.

Deixamos de lado a organização do Excel e mergulhamos na deriva dos sentidos que foram apresentados pelos sujeitos. Analisando algumas formulações separadas no decorrer da pesquisa, hoje temos uma compilação para apresentar ao leitor, que certamente é pequena dentro de uma imensidão de perfis nas redes sociais e não se encerrará ao final deste texto.

Mesmo sabendo que nosso objeto é mutante, tentamos capturar alguns de seus movimentos e artimanhas nas tramas da rede. A aventura em seus caminhos foi se delineando, ao mesmo tempo em que os sentidos foram se dissolvendo nos enunciados dos sujeitos.

3.6 Redação das Análises

O corpus desta pesquisa foi se apresentando conforme o desenvolvimento de nosso trabalho, e a redação das análises não se concentra em um bloco fechado. Todos os capítulos contêm alguma forma de análise, alguma postagem que corrobore o conceito apresentado ou até mesmo que o ilustre, se pensarmos de uma forma imagética.

Nossas análises discursivas são amparadas por uma análise indiciária e seguem o Paradigma Indiciário de Ginzburg (1989). Com base nele, buscaremos as marcas e indícios discursivos nas postagens das redes sociais, pesquisa que já vimos realizando desde nossa dissertação de mestrado (MARANGONI, 2013), porém em outro veículo de comunicação, que era a revista. As pistas contidas nos textos irão nos remeter a particularidades encontradas no discurso sobre o emagrecimento.

O contexto histórico remontará à individualidade de um campo de saber mais abrangente, que pretende ser a ciência “pura”, mas que não deixa de ser afetado por outros discursos que também circulam por outros campos do saber, que se mesclam e se complementam. Os sentidos que o autor coloca em circulação podem ser “pistas traidoras e que

deixam resíduos de sua existência”, ou seja, “dados marginais, considerados reveladores” (GINZBURG, 1989, p. 149).

Ao silenciar certos dizeres, outros estão em curso, e, ao se afastar de seu dizer, os sentidos que escapam, apontam para o autor. Sendo assim, “a tendência para apagar os traços individuais de um objeto é diretamente proporcional à distância emocional do observador” (GINZBURG, 1989, p. 163). Dessa forma, mesmo que os criadores dos perfis tentem se afastar e não se responsabilizar por certos dizeres, eles deixam suas marcas no texto, “se a realidade é opaca, existem zonas privilegiadas – sinais, indícios – que permitem decifrá-la” (GINZBURG, 1989, p. 177).

Um conceito do filósofo Ch. S. Peirce nos permite entender melhor o paradigma indiciário: o método da abdução. Tal método explica os fatos observados inferindo a causa pelos efeitos: a partir de um fenômeno surpreendente que suscita a curiosidade do pesquisador, constrói-se por inferência uma hipótese que plausivelmente o explique. A hipótese é construída pela análise de um conjunto significativo de fatos, a partir dos quais pode ser elaborada uma teoria explicativa. Através desse método, pode-se ler um dado aparentemente anômalo ou inesperado como ocorrência de uma determinada regra ou código de referência, podendo-se assim realizar generalizações. O paradigma indiciário utiliza-se desse método (MASSIMI, 2018, p. 106).

Colocando os dispositivos da teoria discursiva em movimento, foram redigidas as análises com as bases científicas exigidas pela comunidade acadêmica. Ressaltamos novamente que não se trata de uma descrição dos enunciados e imagens encontradas, mas de uma teorização a respeito delas, ou seja, de seus discursos.

[...] percorremos o olhar de analistas sobre o texto em busca de sua historicidade (o externo que é interno), investigando o ponto de encontro entre o ideológico e o lingüístico. Um ponto de encontro que não é transparente, pois, do contrário, efetuaríamos um trabalho de descrição e não de análise (MITTMANN, 2005, p. 1).

Os resultados obtidos após a seleção das sequências discursivas dentro dos objetivos propostos foram organizados e redigidos segundo os critérios dos analistas, que destacaram os indícios encontrados conforme as condições de produção dos discursos. As marcas linguísticas encontradas foram relacionadas de acordo com os sentidos mais recorrentes sobre o emagrecimento nos discursos, assim como os sentidos silenciados, mas que reclamam sentidos.

Não se tenta resolver a ambiguidade entendendo as diferenças como um “erro” que se tenta ultrapassar mediante a elaboração de uma definição.

Outrossim, tenta-se estudar os conceitos de como eles são entendidos por todos os que os utilizam (BOGDAN; BIKLEN, 1994, p. 62).

Ao observarmos o movimento discursivo do DSE, pudemos tecer nossas leituras sobre os discursos que circulam sobre o emagrecimento de forma saudável e como os sujeitos os têm recebido, pois “são as realidades múltiplas e não uma realidade única que interessam ao investigador qualitativo (BOGDAN; BIKLEN, 1994, p. 62).

De forma prática, para deixar a leitura mais fluida, colocaremos as postagens na íntegra, em tabelas de duas células, que podem ser verticais ou horizontais, dependendo do tamanho do enunciado e da imagem:

IMAGEM + DADOS DA POSTAGEM	ENUNCIADO
----------------------------	-----------

IMAGEM + DADOS DA POSTAGEM
ENUNCIADO

Os dados da postagem serão a rede social da qual foi retirada, o perfil e a data de publicação, conforme o exemplo:

Facebook
 Perfil: @emagrecendocomaelo
 Data: 20/05/2015

Dessa maneira, não utilizaremos um índice com lista de postagens, apenas das outras imagens que estarão presentes no texto. Outro detalhe serão os recortes. Como os textos estão na íntegra, não haverá anexos ao final da tese, e os recortes serão destacados abaixo em caixas de texto e letras em itálico, sendo numerados conforme a postagem apresentada e não de forma sequencial em todo o texto. Por exemplo, uma postagem apresenta 3 recortes, eles serão assim destacados: Recorte 1, Recorte 2 e Recorte 3. Na postagem seguinte, os recortes podem ter a mesma numeração, pois se referem a outro texto.

Não nos deteremos muito neste capítulo sobre metodologia, já que ela estará presente em todo o texto. Trouxemos para o palco do discurso algumas pontuações para que o leitor compreenda qual foi o nosso caminho e que ele, certamente, não é uma linha reta com um final determinado. Num percurso de muitas surpresas e curvas tortuosas, talvez haja alguma luz sobre o nosso objeto, o que Orlandi (2012, p. 12), numa coletânea de textos de Pêcheux, traz, dizendo que “em linguagem, as questões nunca estão já sempre respondidas. Elas retornam”.

4 POSIÇÕES SUJEITO E OS CORPOS ONDE O DISCURSO SOBRE O EMAGRECIMENTO SE MATERIALIZA

“As marcas da enunciação manifestam o jogo da intersubjetividade”, segundo Orlandi (2008, p. 4). Então, vamos nesse momento um pouco mais além, trazendo para esse jogo os sujeitos da Análise do Discurso. Para entendê-los, é preciso combinar alguns conceitos, como o da ideologia, que interpela o indivíduo em sujeito, e das formações discursivas, que os constituem à medida que eles se identificam e se desidentificam em seus domínios.

Isso supõe que o sujeito deixe de ser considerado como o eu-consciência *mestre do sentido* e seja reconhecido como *assujeitado ao discurso*: da noção da subjetividade ou intersubjetividade passamos assim a de assujeitamento. O efeito-sujeito aparece então como o resultado do processo de assujeitamento, em particular, do assujeitamento discursivo (PÊCHEUX, 2012a, p. 156).

Por conseguinte, o sujeito não é uno, é cindido, desmembrado de um corpo físico e capturado pelos sentidos que circulam nas formações discursivas em que transita. Logo, esse é o jogo operado pela ideologia, que o assujeita dentro de um universo de pré-construídos (interdiscurso) e o singulariza nos indícios de seus caminhos traçados e marcas deixadas em seus discursos.

Trataremos agora das Formações Discursivas (FD), já que os sujeitos de nossa pesquisa transitam por diversas delas, o que torna os discursos heterogêneos e passíveis de deriva de sentidos, como veremos nas postagens selecionadas de nosso corpus. A instabilidade contida em nosso objeto é fruto desse “passeio” entre os campos científicos e não científicos que os sujeitos fazem, mesmo que inconscientemente e que se refletem em seus perfis nas redes sociais.

Centrados nessa articulação entre sistematicidade e dispersão, os desenvolvimentos do conceito de FD mostram que a aproximação entre Pêcheux e Foucault se dá na direção de uma ideia cada vez mais forte de *heterogeneidade* (GREGOLIN, 2005, p. 1-2).

Os dois teóricos compartilham da concepção do que entendemos por formação discursiva, o que, para outros autores, garante uma “dupla paternidade” ao conceito. A heterogeneidade discursiva tem grande importância em nossos trabalhos e estará presente em todas as análises, é a voz do “outro discursivo” que ressoa em nossos dizeres e está presente

nos escritos de Mikhail Bakhtin e Jacqueline Althier-Revuz, que também trazem grandes contribuições teóricas.

Agora, quem nos mostra a construção das relações entre os enunciados é Foucault (1987). Segundo o autor, muitas vezes, eles são alocados em “grupamentos notórios e visíveis”, o que não dá espaço ao acontecimento, a outros enunciados que irrompem, pois apenas formam conjuntos que se referem ao mesmo objeto, dispersos no tempo. Seria, para ele, uma forma fácil de descrever essas relações, mas, quando definiu como unidade de análise a “loucura”, percebeu que não há uma constância nem uma individualização dos sentidos que possam ser descritos. O discurso sobre a loucura, nessa perspectiva, é formado por diversos objetos, de outras ordens:

A unidade dos discursos sobre a loucura não estaria fundada na existência do objeto “loucura”, ou na constituição de um único horizonte de objetividade; seria esse o jogo das regras que tornam possível, durante um período dado, o aparecimento dos objetos: objetos que são recortados por medidas de discriminação e de repressão, objetos que se diferenciam na prática cotidiana, na jurisprudência, na causuística religiosa, no diagnóstico dos médicos, objetos que se manifestam em descrições patológicas, objetos que são limitados por códigos ou receitas de medicações, de tratamento, de cuidados. [...] De modo paradoxal, definir um conjunto de enunciados no que ele tem de individual consistiria em descrever a dispersão desses objetos, apreender todos os interstícios que os separam, medir as distâncias que reinam entre eles – em outras palavras, formular sua lei de repartição (FOUCAULT, 1987, p. 37).

A dispersão encontrada no discurso da loucura é a mesma que encontramos no discurso sobre o emagrecimento. Suas características poderiam facilmente ser descritas pela citação acima. Essa é a maneira pela qual nosso objeto “acontece”, pois não há uma regularidade, ela sempre se quebra. O que existe é a repetição de muitos enunciados, que, no tempo capturado, agregam-se a outros objetos que surgem conforme os sentidos se transformam. Não é fácil, portanto, contê-lo em um conjunto fechado, nos quais apenas os enunciados que julgamos ser permitidos possam circular. Conforme o corpus foi se delineando, enunciados de outras ordens foram se agregando e enriquecendo os achados que descreveremos.

Mais do que buscar a permanência dos temas, das imagens, e das opiniões através do tempo, mais do que retraçar a dialética de seus conflitos para individualizar conjuntos enunciativos, não poderíamos demarcar a dispersão dos pontos de escolha e definir, antes de qualquer opção, de qualquer preferência temática, um campo de possibilidades estratégicas? (FOUCAULT, 1987, p. 42).

O DSE, portanto, não é um discurso fechado. Como já explicamos na introdução desta tese, o nomeamos para facilitar o delineamento de um objeto para o qual pudéssemos olhar mais concretamente, um objeto que agregasse uma escolha temática e nos direcionasse, se possível, nos caminhos em que a deriva opera. Da mesma maneira, quando tratamos do discurso científico, sabemos que não há um “conjunto fechado” de possibilidades para os seus enunciados, mas temos a ilusão de poder conter alguns de seus sentidos em um espaço determinado. As fronteiras que delimitam esses discursos são permeáveis, por esse motivo Foucault ressalta que é impossível encontrar uma unidade:

[...] encontramos, em vez disso, possibilidades estratégicas diversas que permitem a ativação de temas compatíveis, ou ainda a introdução de um mesmo tema em conjuntos diferentes. Daí a ideia de descrever essas dispersões; de pesquisar se entre esses elementos, que seguramente não se organizam como um edifício progressivamente dedutivo, nem como um livro sem medida que se escreveria, pouco a pouco, através do tempo, nem como a obra de um sujeito coletivo, não se poderia detectar uma regularidade: uma ordem em seu aparecimento sucessivo, correlações em sua simultaneidade, posições assinaláveis em um espaço comum, funcionamento recíproco, transformações ligadas e hierarquizadas (FOUCAULT, 1987, p. 43).

Conclui que teríamos “pequenas ilhas de coerência” que talvez pudessem descrever uma estrutura interna do discurso, ou algumas “cadeias de inferência” utilizadas em outras disciplinas das ciências humanas, como a filosofia e a história, mas que é preciso se afastar do que os linguistas faziam na época, quando criavam “quadros de diferenças”. Sendo assim, coloca a necessidade de descrevermos “sistemas de dispersão”, conceituando as FDs da seguinte maneira:

No caso em que se puder descrever, entre um 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, 1987, p. 43).

Adentrar os terrenos da AD é arriscado e nos exige ficarmos atentos às fronteiras. Os sujeitos desta pesquisa sempre estão “escapando” e transitando por elas, já que a quantidade de sentidos produzidos pelo DSE é imensa. Perder-se seria um dos maiores perigos, não fossem esses “caminhos tortos” que nos indiciassem outras possibilidades de olhar para o objeto.

O sujeito de nossas análises tem um posicionamento, um lugar social (autor, leitor, leigo, profissional) ao se assujeitar a algumas formações discursivas. Nesse posicionamento, pelo

discurso, ele assume uma posição, ou seja, realiza um ato político, que é inscrito no espaço da luta de classes. As fronteiras continuam nos mesmos lugares, mas, agora, Pêcheux nos traz a noção de como os sujeitos se deslocam segundo suas identificações (não diremos motivações, já que o fazem inconscientemente).

Por essa razão que, ao analisarmos o discurso sobre o emagrecimento, nosso olhar o coloca nas fronteiras e o historiciza em formações discursivas onde se encontram os sentidos mais recorrentes sobre o tema. O sujeito, no estatuto de enunciador, faz parte de um metadiscurso do sentido (PÊCHEUX, 2012a), que seria a causa de sua existência. Ou seja, ele se alinha às disciplinas de interpretação e é dividido no momento em que se inscreve no campo do simbólico.

Veremos a seguir as possibilidades de manifestação desse sujeito, como e onde pode haver essa emergência, o que vai culminar com o local onde o DSE se materializa, o corpo.

4.1 Os sujeitos tecidos no discurso da contemporaneidade

A internet hoje é uma aliada quando se trata de propagar informações e um dos meios de comunicação mais poderosos para se construir um imaginário social. Logo, o sujeito da contemporaneidade está na maior parte do seu tempo “conectado”, seja quando vai ao supermercado fazer compras, seja quando vai ao banco utilizar um terminal eletrônico, ou até mesmo ao andar nas ruas repletas de câmeras de vigilância. Conectar-se deixou de ser um apertar de botão no qual se alterna de ligado (*ON*) para desligado (*OFF*) e passou a ser algo que permeia a vida de grande parte dos cidadãos (dizemos grande parte, por ainda haver locais sem acesso a muitas tecnologias).

Quando tomamos os perfis nas redes sociais, temos um sujeito que está conectado e que se assume na posição de autor. Sendo assim, a responsabilidade pelo discurso que circula sobre emagrecimento tem um peso maior sobre ele porque “na autoria há uma liberdade vigiada, visto que o sujeito, representado socialmente, sofre uma cobrança maior por aquilo que escreve, pois assume a responsabilidade do seu dizer” (PACÍFICO, 2002, p. 79). O sujeito-autor não é aquele que apenas assina o texto, mas o que se encontra no movimento dos gestos autorais, nos percursos que engendram o texto. “A função-autor é, portanto, característica do modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade” (FOUCAULT, 1969, p.14).

Para que a autoria aconteça, é fundamental que haja um espaço para interpretação e produção de sentidos, uma disputa entre os já ditos que se linearizam em um outro discurso, na

ilusão da criação de algo novo, atual. Foucault (1969) ressalta que a função-autor não é apenas uma “reconstrução que se faz de segunda mão a partir de um texto dado como um material inerte”, pois o autor está inserido nesse outro texto, e alguns signos sempre remetem a ele e à sua ilusão de criar o “novo”. O sujeito do discurso, na posição de autor, é o responsável pela linearidade e pelas escolhas que faz quando produz um texto. Ao acessar o arquivo – entendido segundo Pêcheux (2010, p. 57) como “um campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma dada questão” – e recortar os sentidos que são permitidos circular, o que não é permitido é silenciado, e o silêncio também reclama sentidos (ORLANDI, 1997).

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015³⁰, realizada pela Secretaria de Comunicação Social³¹, dentre as redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros, o *Facebook* estava em primeiro lugar, com 83% dos usuários, e o *Instagram* em quarto lugar, com 12%. No ano de 2016, a última pesquisa encontrada³², não houve essa distinção de informação, talvez pela volatilidade das redes sociais, mas encontramos perguntas que dizem respeito à confiabilidade das notícias que circulam on-line.

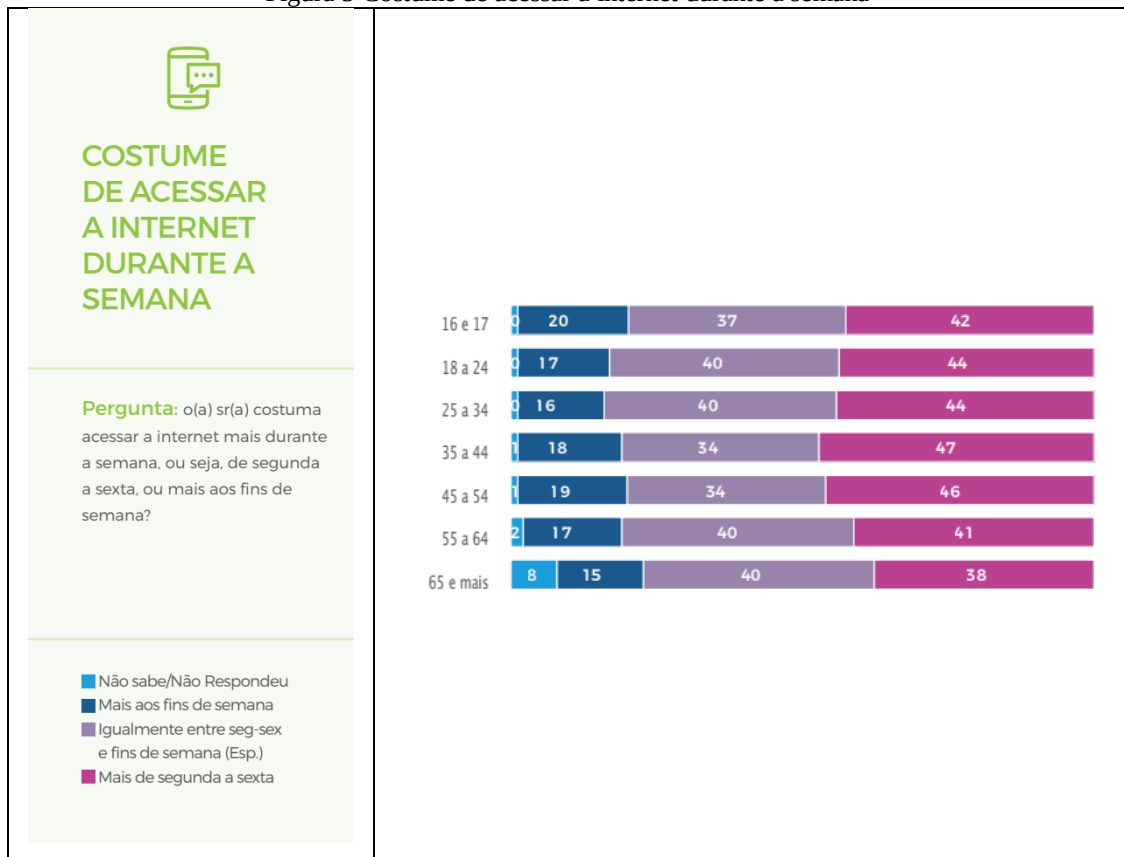
As respostas foram classificadas em 2016 por sexo, faixa etária, escolaridade, atividade, estado civil, cor ou raça, religião, renda familiar, ocupação, porte do município e tipo do município. Apenas para situar um contexto histórico e social junto com os usuários dos meios eletrônicos, apresentaremos os dados relacionados à faixa etária nas perguntas sobre o uso da internet. Os dados são o esboço de um perfil de leitores que acompanham diariamente as badaladas páginas de leigos, profissionais de saúde e celebridades *fitness* do *Facebook* e do *Instagram*.

³⁰ <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

³¹ <http://www.secom.gov.br>

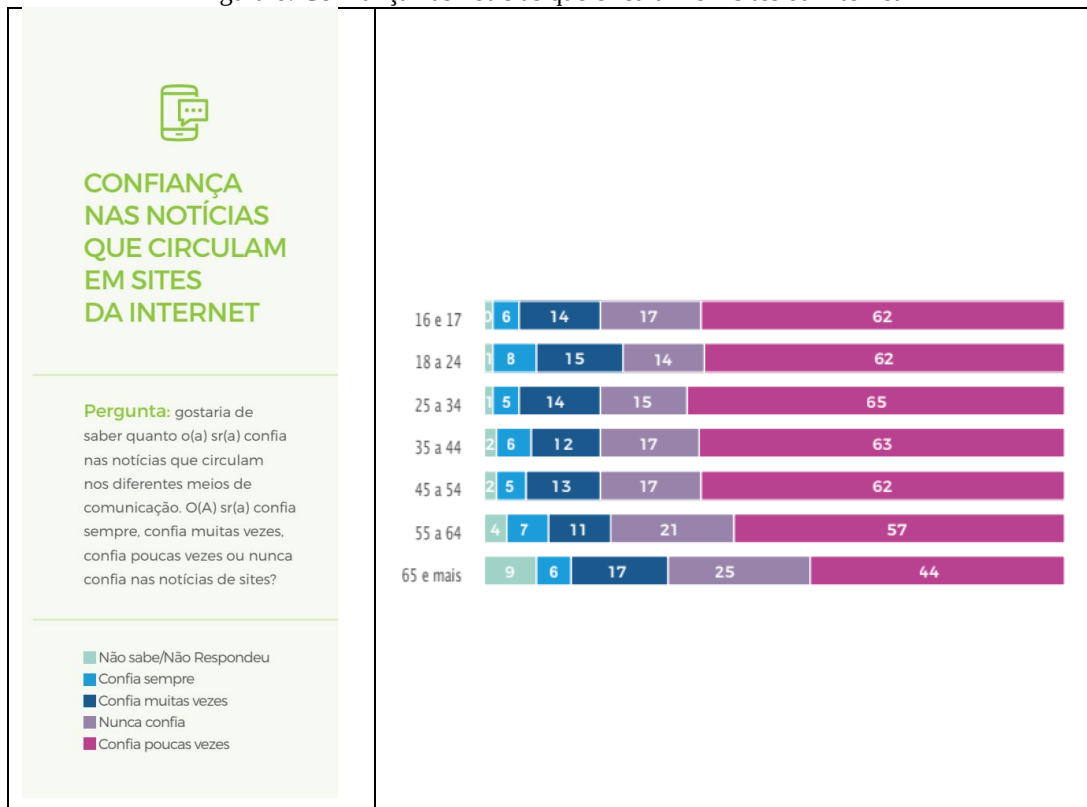
³² <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view>

Figura 5 Costume de acessar a internet durante a semana



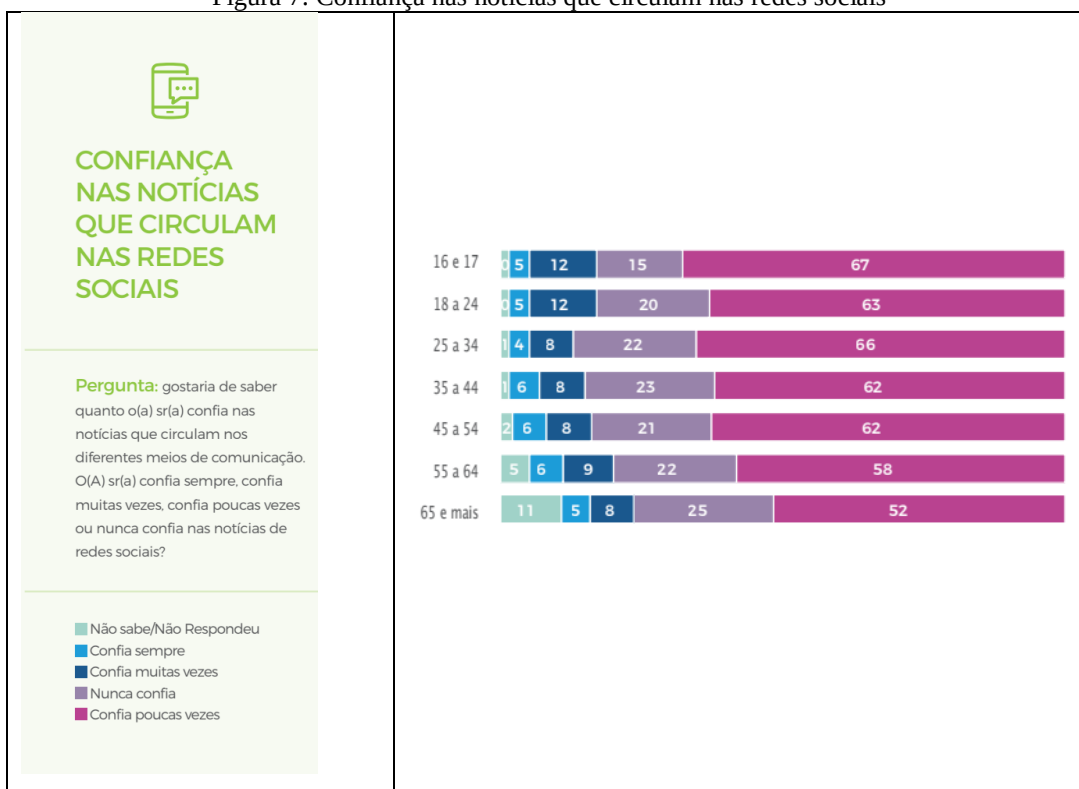
Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia (2016, p. 50).

Figura 6: Confiança nas notícias que circulam em sites da internet



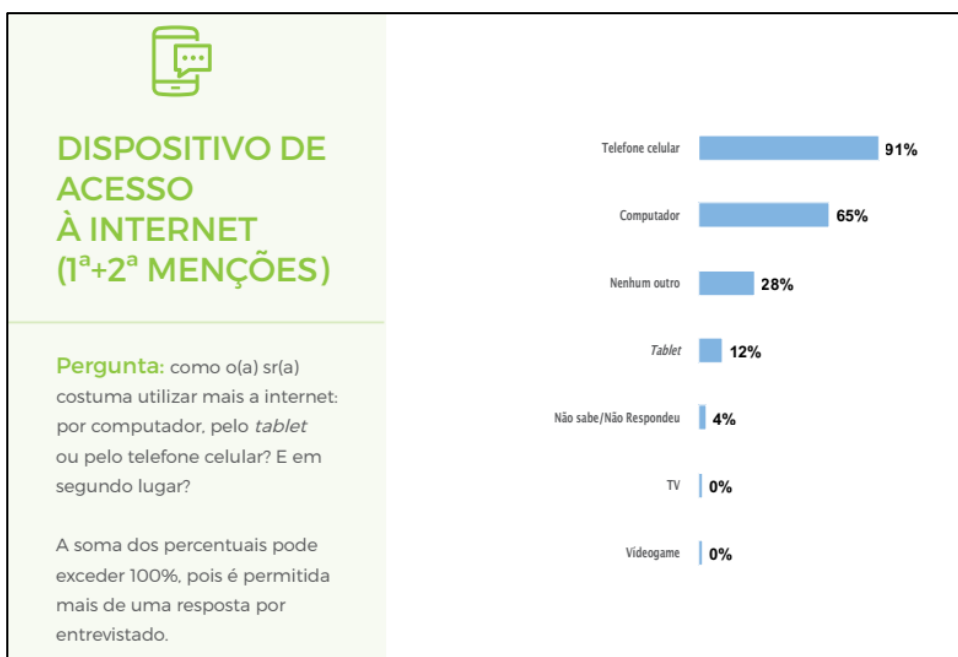
Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia (2016, p. 52).

Figura 7: Confiança nas notícias que circulam nas redes sociais



Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, p. 56

Figura 8: Dispositivo de acesso à internet



Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, p. 64

O costume de acessar a internet durante a semana (Figura 5) mostra-se bastante semelhante em todas as faixas etárias. A pesquisa também perguntou sobre os finais de semana, mas os índices não se alteram significativamente. Como nossa preocupação não são os números,

mas o perfil dos sujeitos que interagem nas redes sociais, essa informação só é relevante para nos mostrar que os brasileiros acessam a internet todos os dias de forma semelhante.

O que nos causou um estranhamento foram as mudanças nas perguntas do ano de 2015 para 2016. Com a emergência da circulação de notícias falsas (*fake news*) compartilhadas diariamente pelos usuários da internet, a confiabilidade foi uma das pautas da pesquisa e, surpreendentemente, a maioria dos entrevistados disse não confiar totalmente nas notícias que circulam em sites e nas redes sociais (Figuras 6 e 7).

Como indício numérico, podemos dizer que a faixa etária de 65 anos ou mais é a que tem o maior percentual dentre os que nunca confiam ou confiam muitas vezes nas notícias (Figura 6), corroborando um estudo estadunidense que apontou, durante as eleições presidenciais daquele país, que os idosos eram mais propensos a espalhar boatos pela internet³³. A explicação, segundo a matéria, é que isso se dava porque eles não seriam tão versados nas tecnologias digitais como os mais jovens ou, então, que haveria uma “deterioração da memória”, que faz com que eles sejam mais propensos às “ilusões de verdade”.

O dispositivo mais utilizado para o acesso não nos surpreendeu (Figura 8), mas indicia o que dissemos no início desta seção, que estar on-line não é mais uma questão de escolha, mesmo porque, quantas vezes, ao sair de um local, o *Google* não lhe enviou uma mensagem para classificá-lo? As movimentações dos usuários de internet são monitoradas facilmente por meio dos dispositivos que os acompanham 24 horas por dia, os *smartphones*. Dessa maneira, também a informação (verdadeira ou falsa) está ao alcance de nossas mãos e pode ser compartilhada em poucos segundos, o que acontece não somente no cenário político, mas que tem crescido ao abarcar questões de saúde. Com o advento da Internet das Coisas, outros dispositivos estão disponíveis à conexão de dados, portanto, TVs e videogames teriam um percentual maior em uma pesquisa mais recente.

Estudaremos mais a fundo as *fake news* e os efeitos de verdade nos capítulos seguintes. Para o momento, é importante ressaltar que o sujeito do discurso sobre o emagrecimento está mergulhado nas redes digitais, utiliza as tecnologias disponíveis e recebe uma quantidade de informações muito grande durante o dia, passando por diversas formações discursivas, numa velocidade nunca vista anteriormente.

Para compor o corpus de nossa pesquisa, portanto, selecionamos e acompanhamos perfis de duas posições sujeito, os quais denominamos como profissionais de saúde e leigos. A seleção desses perfis se deu pela popularidade e pelo número de seguidores que esses “autores digitais”

³³ <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/idosos-compartilham-sete-vezes-mais-noticias-falsas-do-que-usuarios-mais-jovens-no-facebook-diz-pesquisa/>

possuem nas maiores redes sociais conhecidas mundialmente.

Dos leigos, é possível dizer que talvez os seus leitores, também leigos em sua maioria, sejam capturados pelos seus discursos, e, na posição de autores, colocam para circular informações e conhecimentos adquiridos junto aos profissionais que os acompanham (médicos, nutricionistas, educadores físicos, psicólogos, entre outros), ou reproduzem conteúdos de outros perfis que seguem. Reproduzem e repetem por diversas vezes para reforçar os sentidos que querem destacar em seus enunciados, como no caso dos *memes* que circulam com formulações de efeito sobre o emagrecimento.

Os profissionais de saúde, já dotados do *ethos* acadêmico, buscam se aproximar das emergentes celebridades *fitness* e seus discursos começam a “furar” com o discurso científico, incorporando frases de efeito, linguagem mais simples, opiniões pessoais e exibição de resultados de tratamentos recomendados em seu próprio corpo. A repetição também é uma característica inerente, e a reprodução de *memes*, como os leigos, sendo que alguns deles criam *memes* de si próprios.

Alguns perfis que encontramos são recomendados por outros *sites* como “aliados”³⁴ aos leitores que querem emagrecer. Mesmo que as redes sociais selecionadas não estejam mais ativas ao término deste trabalho ou disponíveis num futuro próximo, para que essas postagens não se percam, consideraremos o momento no qual foram feitas através da cópia da tela do computador ou do celular.

Como para uma análise discursiva o número de sujeitos não é determinado por um N, e sim pela tentativa de esgotamento das análises através do corpus determinado, não pretendemos chegar a um final ou a uma conclusão fechada, mas satisfatória aos propósitos dos pesquisadores. Iniciamos esta pesquisa com dois perfis de sujeitos leigos, porém mudamos nossa escolha e acrescentamos os profissionais de saúde conforme o corpus tomava forma e nos “pedia” que esses sujeitos não fossem ignorados ou silenciados. Nosso N cresceu bastante, assim como as possibilidades de análise, no entanto tentaremos recortar os sentidos mais recorrentes e seguir por um caminho que nos é aberto, mesmo sem sabermos ao certo seu destino.

4.2 Onde o objeto se materializa: o corpo

O discurso sobre o emagrecimento se materializa em nosso envoltório corporal, no

³⁴ http://sites.uai.com.br/app/noticia/saudeplena/noticias/2013/09/15/noticia_saudeplena,145465/redes-sociais-sao-aliadas-de-pessoas-que-querem-emagrecer.shtml

espaço preenchido por células e tecidos que, até pouco tempo, segundo alguns cientistas da natureza, seriam os elementos determinantes de nossa evolução e das mudanças estruturais ocorridas durante a vida. Dizemos estruturais por serem da matéria, o que as separava das mudanças psicológicas, que não fariam parte da formação humana enquanto “máquina”, repleta de mecanismos ordenados e que funcionariam conforme uma ordem estabelecida geneticamente.

As ciências humanas trouxeram o corpo da natureza para a sociedade e para o âmbito psicológico sem a necessidade de o desvincular de sua biologia porque justamente quer mostrar ser impossível essa dissociação. Assim, seguimos nossos estudos agregando mais uma contribuição de outra área de conhecimento pelo simples fato de observarmos como os discursos sobre saúde, estética corporal, alimentação saudável/funcional e tantos outros com a mesma temática contribuem para a construção do corpo do sujeito contemporâneo.

Diante de um cenário onde uma parcela da população está acima do peso considerado “ideal” por causa, principalmente, da vida sedentária e da má alimentação, a busca pelo emagrecimento e por receitas que possam acelerar esse processo são grandes, realizadas tanto por sujeitos considerados obesos mórbidos, como pelos que querem perder um pouco de peso para se sentirem bem com seus corpos.

A fim de investigar como o tema está sendo tratado dentro da academia, pelos artigos em periódicos científicos indexados, realizamos pesquisas na base de dados Scielo³⁵ e, também, em bases disponíveis que agrupam trabalhos sobre a área de saúde, como a Biblioteca Virtual em Saúde, por meio do buscador LILACS³⁶ e na base Pubmed³⁷. Notamos que os termos “emagrecer” e “emagrecimento” não são muito utilizados nos títulos das pesquisas, e tampouco associados às redes sociais. Na base Pubmed, utilizamos o termo em inglês “*slimming*”, com os mesmos resultados.

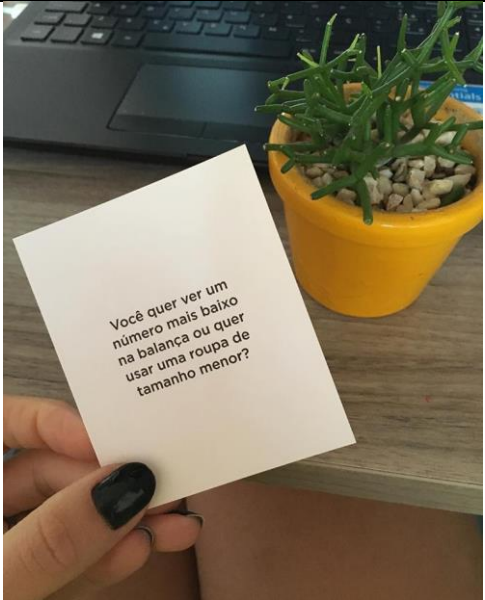
A diferença em números se faz notável quando buscarmos por “perda de peso” ou “*weight loss*”, termos que nos remeteriam a pensar como sinônimos, porém os efeitos de sentido que constroem são bem diferentes. Parece que “emagrecer” ou “emagrecimento” são evitados nos títulos dos artigos, por não serem considerados adequados ao público a que se destinam, ou seja, aos pares acadêmicos. Logo, poderíamos supor que, nas redes sociais, como os leigos parafraseiam os profissionais e sua linguagem acadêmica, “perda de peso” seria mais utilizado, quando o que ocorre é o contrário.

³⁵ www.scielo.com.br

³⁶ <http://lilacs.bvsalud.org/>

³⁷ <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/>

Vejamos a seguinte postagem:

 Você quer ver um número mais baixo na balança ou quer usar uma roupa de tamanho menor? Facebook Perfil: @juntascomaelo Data: 13/06/18	O que você quer? O que determinará que você alcançou seu objetivo? Lembrem que balança não é parâmetro de emagrecimento! Balança é parâmetro de perda de peso. Sim, perder peso e emagrecer são coisas diferentes! Peso calcula tudo, inchaço, roupa, período do dia. Emagrecer é diminuir gordura corporal! Então você pode estar emagrecendo e a balança continuar igual! Por que a massa magra pesa mais que gordura e quando há troca da composição corporal ocorre o emagrecimento mas nem sempre a perda de peso. Então qual o melhor modo para ver se está emagrecendo? Fita métrica e Fotos! ☺👉☐ #CoachDeEmagrecimento #21diasparamudar
---	--

Se, segundo o sujeito, emagrecer é diferente de perder peso, e o que mais importa é o emagrecimento, por que os profissionais utilizam o termo “perda de peso”? O valor sintático das palavras é semelhante, mas o semântico é diferente e parece-nos construído pelos discursos das redes sociais, já que não encontramos nenhum artigo científico ou artigo em *blog*, escrito por um profissional de saúde, que explicitasse essa diferença. Perder gordura é diferente de perder músculos ou outros tecidos (massa magra) e também de perder líquidos, mas não encontramos uma literatura especializada que trouxesse a diferença entre perda de peso e emagrecimento. O sentido é construído na internet, na maioria dos *blogs* e páginas a que os leitores têm acesso, como a da Elô, na postagem acima. Temos a seguir a postagem de um profissional de saúde:

Perder peso



Emagrecer

@rodrigosschroder

Facebook
 Perfil: @rodrigosschroder
 Data: 09/08/18

Não aguento mais ver profissionais da saúde dando dicas no Instagram e ensinando a "Perder peso" como uma analogia a "emagrecer", perder gordura. Quando se fala em emagrecimento, qual o primeiro lugar que as pessoas pensam que deveria mudar os números? Na balança! Que pena! Nem sempre isso é bom... Quando um paciente meu perde gordura mas perde massa muscular, eu sinceramente acho que todo o trabalho foi para o ralo! É uma moeda muito cara, um preço muito caro, perder gordura, perder peso, ao custo de massa muscular. Quando prioriza-se a perda de gordura o mínimo que o profissional deve calcular é que AO MENOS mantenha-se a massa magra ou até que se ganhe massa magra ao final do processo e não pensar apenas na mudança da balança. Pense só! O que vale mais? Perder 20 kg, sendo 14 de gordura e 6 de massa muscular ou perder apenas 10 kg, mas perdendo os mesmo 14 de gordura e ganhando 4 kg de massa muscular? O que fará melhor pra sua composição e pra sua saúde como um todo? Vejo protocolos extremamente loucos às vezes em que as pessoas perdem massa magra demais, e isso vale a pena? Óbvio que não! Você terá uma massa mineral óssea piorada, pior produção hormonal, piora do sistema imune... quando se faz uma dieta nunca, NUNCA, faça dietas extremamente restritivas que te levem ao catabolismo, a dieta pode ser restritiva sim, mas que te leve ao Anabolismo sempre E NUNCA EMAGRECER A CUSTO DE MASSA MUSCULAR... acreditem, o preço é caro demais! Emagreceu mas a balança não mudou tanto? Que bom! Parabéns... MAS EMAGRECER NÃO É SINÔNIMO DE PERDER PESO! Obrigado! [#drrodrigoteam](#)

A segunda postagem é de um médico, que questiona a postura dos colegas que utilizam o termo “perda de peso” como sinônimo de emagrecer. Certamente, o processo descrito de perda de gordura e de massa muscular se relaciona com a primeira postagem, a qual, muitas vezes, tem como inspiração os profissionais de saúde que publicam conteúdos como este. Se nos atentarmos à linguagem e aos alertas feitos por meio de caixa alta, ignorando-se a primeira oração que indicia que ele é um profissional, o modo de enunciar é praticamente igual ao do leigo. Algumas palavras do campo acadêmico aparecem como “anabolismo” e “catabolismo”, o que já é de domínio de quem não pertence à área de saúde e acompanha *sites*, páginas e *blogs* de celebridades *fitness*.

Para termos mais indícios de nossa suposição sobre o uso das palavras que questionamos, buscamos por eventos científicos com o tema do emagrecimento. Os resultados

no Google retornaram apenas com referências a congressos on-line, ou seja, eventos realizados por alguns profissionais de saúde, nem sempre presenciais, conhecidos como *webinars*, que permitem aos ouvintes participarem e fazerem suas perguntas por meio de chats, quando o evento é ao vivo. Ao buscarmos os termos “congresso” e “perda de peso”, tampouco tivemos retorno; os resultados eram semelhantes ou se dirigiam para páginas que tratavam sobre emagrecimento. Os congressos científicos encontrados tratam da doença, que é a obesidade e as síndromes metabólicas.

Segundo o dicionário Michaelis³⁸, “emagrecer” tem o significado de “tornar(-se) mais magro; apresentar redução de peso; emagrar, emagrentar”. O “emagrecimento”³⁹ é definido como: “1 Ação ou efeito de emagrecer. 2 Que apresenta enfraquecimento; definhamento”.

No Dicionário On-line de Português⁴⁰ temos:

Significado de Emagrecimento

(substantivo masculino)

Perda de gordura; diminuição do peso do corpo.

Debilitação progressiva; definhamento, enfraquecimento.

Ação de emagrecer, de tornar magro.

Sinônimos de Emagrecimento

Emagrecimento é sinônimo de: definhamento, emaciação, enfraquecimento, magreza

O sinônimo de emagrecer, portanto, seria, além de perder peso, o de definhar, como encontramos nos dicionários de língua portuguesa. No entanto, a palavra ganhou uma conotação positiva na internet, ao ponto de que até os profissionais de saúde questionassem por que outros da mesma área não fazem uso dela.

Pesquisando-se os termos “rede social” e “emagrecimento” em um buscador comum como o Google, os resultados gerados são de muitas reportagens em *sites* e *blogs* exaltando o crescimento de grupos que utilizam a rede social para emagrecer e seus benefícios, e a maioria são sites de divulgação, sem cunho acadêmico, apesar de muitos pertencerem a profissionais de saúde.

Encontramos todos os dias artigos e reportagens on-line abordando o emagrecimento, e Tfouni (2011), em um estudo sobre a anorexia, destacou que “os regimes e a valorização de corpos muito magros seriam os gatilhos disparados pelo imaginário contemporâneo e/ou pela linguagem contemporânea típica e não os fatores causais do quadro anoréxico”. Esses gatilhos levam os sujeitos a se identificarem com os perfis que acompanham todos os dias nas redes

³⁸ <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/emagrecer/>

³⁹ <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/emagrecimento/>

⁴⁰ <https://www.dicio.com.br/emagrecimento/>

sociais e a desejarem os seus corpos, lembrando que:

[...] ao falarmos de corpo não falamos mais apenas de carne, músculos e tendões. Falamos de um sujeito imerso na linguagem; falamos de deslizamentos significantes, de sentidos e significações. Falamos de um sujeito que está constantemente escapando e confundindo-se com o eu e/ou o corpo (TFOUNI, 2011, p. 363).

Assim, a representação do corpo na internet não é apenas de um conjunto de órgãos anatomicamente organizados em uma estrutura óssea, “os corpos são construídos, educados e significados na cultura da qual fazem parte” (FRIEDERICH, 2008, p. 1). Seguir uma dieta da “moda” e ter que pagar por profissionais para emagrecer não é barato e acessível a uma grande parcela da população em nosso país. Ao contrário, ter um celular com acesso à internet tem um custo irrelevante por dia, e poder receber informações sobre como emagrecer gera a ilusão de que os usuários também podem conquistar o corpo daquela pessoa que estão seguindo.

Com os mesmos ares de ineditismo e novidade, os discursos sobre obesidade e perda de peso de forma saudável são reformulados nas redes sociais. Segundo Sanches (2005, p. 3):

O que torna a era em que vivemos diferente de outros períodos históricos em relação ao corpo? [...] O corpo do sujeito de nossa época deve ser magro. E o indivíduo deve fazer todo o esforço necessário para moldar seu corpo ao padrão vigente da magreza e, portanto, de beleza. O segundo aspecto não está, necessariamente, no formato do corpo, mas nas facilidades que a contemporaneidade oferece ao indivíduo que busca moldá-lo ao padrão vigente em nossa época. E isso ocorre principalmente por intermédio do virtual, ou melhor, do entrelaçamento do sujeito com o virtual - a conexão permanente que permite receber, produzir e disseminar todo tipo de informação em uma velocidade jamais vivenciada pela humanidade.

O corpo da pós-modernidade tem que se adaptar ao novo “design” (SANCHES, 2015) exigido. O discurso que perdura é o da força de vontade, que deve partir de quem quer conquistar esse modelo divulgado. O esforço e as recompensas dependem exclusivamente do sujeito que se propõe a seguir os novos padrões estabelecidos e moldar seu corpo e sua maneira de pensar, segundo os ideais da sociedade em que vive. O local onde os discursos se materializam é um mistério, cheio de vieses, mas é tratado como único, igual para todos.

4.3 O corpo e a natureza: o natural e as naturalidades

A evolução das ciências e suas divisões dentro do meio acadêmico despertam nossos olhares para discursos que circulam na contemporaneidade e fazem parte do imaginário social.

O corpo, pensado de forma científica, estaria dentro ou fora da natureza? Para onde temos que olhar quando estudamos sujeitos que vivem nos seus discursos questões que fazem parte da biologia, mas que são pensadas, imaginadas e expressas através da linguagem?

Corpo vivido na sociedade, na história, que continua a ser, biologicamente, um agrupamento de células e reações químicas afetados pelo ambiente natural. Por assim ser, esse corpo continua na natureza, mas não apenas o fator natural o afeta. As naturalidades da língua os transformam, os transfiguram em novos corpos, imaginados por outros seres naturais.

Ao buscar na história temos que as dietas e as tentativas de emagrecer datam de mais de mil anos atrás (FOXCROFT, 2013), o que traz um questionamento sobre a natureza de nossos corpos e se forçá-los a emagrecer seria algo natural. A obesidade passa a preocupar a sociedade a partir do momento em que nossos ancestrais deixaram de ser nômades e se estabeleceram em locais onde a variabilidade nutricional não era grande. Ao criarem a agricultura, essa diversidade de alimentos fica menor e, para conseguirem outros alimentos, o que antes faziam caçando, aderiram ao sistema de trocas com outras comunidades (ZUCOLOTO, 2008). Se o natural era caçar, agora a caça não é mais a fonte principal de aquisição de alimentos. E se o esforço para isso exigia muitas calorias, agora a comida está em todos os quintais e os animais estão confinados para o abate.

São esses dados históricos que despertariam a curiosidade dos cientistas anos mais tarde e os fariam estudar o sistema metabólico do ser humano. Sendo assim, o sistema que se conhece é o do homem pós-moderno, e o que se conhece sobre o de nossos ancestrais são muitas suposições. O que se conhece é como as células e alguns sistemas funcionam hoje, o que pode ser diferente de épocas mais remotas. Dessa forma, podemos supor que a obesidade não é algo natural. O ser humano tem a capacidade de armazenar gordura em determinadas situações, mas o quadro que vemos hoje, de uma epidemia, é causado por alimentação inadequada e por problemas de ordem genética e metabólica.

E emagrecer? Forçar o corpo a perder peso através de restrições alimentares ou excesso de exercícios, é natural?

A justificativa para a aplicação de muitas dietas é a de fazer com que o corpo perca o que está em excesso e que não faz parte de sua natureza. No entanto, sabemos que comer é um ato social, que engloba outras necessidades além da fome. Os rituais, os tipos de alimentos, dependem de cada cultura. Como estudar todos esses fatores de forma separada? O corpo fora da natureza, apenas como parte de um ser social. O acesso às informações na internet leva os sujeitos a alterarem os processos biológicos de seus corpos através do que circula dentro das redes sociais. São discursos vindos de dentro da academia e apropriados para diversos

propósitos. Remodelados, dependendo da voz de quem fala e da autoridade que o sujeito enunciador tem frente a seus seguidores.

O discurso da saúde dentro da internet hoje é permeado por diversas vozes, e o discurso científico se dilui dentro de diversos frascos, como um experimento de laboratório. Cada sujeito utiliza sua dosagem científica própria: os médicos com uma dosagem maior, outros profissionais com uma dosagem moderada, e os leigos, que têm variações muito grande, pois a dosagem pode ser baixa, moderada ou muito alta, apropriando-se de conteúdos na íntegra, os quais muitas vezes copiam e repetem. Mas esses discursos estão sempre remetendo ao que está dentro da academia e ao que é considerado científico.

Portanto, não é qualquer dieta que foi repetida em um número significativo de sujeitos que terá efeito para todos. A questão da individualidade biológica é também uma proteção às carreiras médicas e da área de saúde em geral. Não são as pílulas milagrosas nem a mudança de hábitos alimentares que trarão o mesmo resultado a todos os corpos, biologicamente diferentes.

A prática da medicina também é uma prática social. Em um determinado momento, os médicos precisaram solicitar aos seus pacientes que compartilhassem de seus valores e insistiam para que resistissem à tentação de curar-se pelo que Stengers (2002) chama de “más razões”, ou seja, aquelas que não atestam essa individualidade biológica e que fazem com que alguns pacientes sejam curados por medicamentos que não foram produzidos por métodos comprovados e com ativos que serviriam “para qualquer um”, os medicamentos dos charlatães.

Quando os experimentos sobre medicamentos se iniciaram, o uso de testes com placebos trouxe aos cientistas evidências de que alguns comportamentos biológicos poderiam condicionar as curas e aproximar as individualidades para que os efeitos fossem parecidos em todos os indivíduos. Stengers questiona essa conduta:

Mas por que um doente, a quem só interessa sua própria cura, aceitaria essa distinção? Ele não é “qualquer um”, membro anônimo de uma amostragem estatística. Que lhe importa se o restabelecimento ou a melhora de que irá se beneficiar eventualmente não se constituir nem numa prova nem numa ilustração da eficácia do tratamento a que se submeteu? (STENGERS, 2002, p. 34).

Onde estaria a diferenciação entre os médicos e os charlatães nesse momento? As curas que a medicina busca são as comprovadas e reproduzíveis, que nivelariam todos os pacientes e seus sintomas para torná-los “iguais”. Talvez essa questão nos indique um caminho pelo qual

as informações que hoje estão na internet façam tanto sucesso entre a população leiga. Os médicos e os “charlatães” têm se equiparado em seus discursos?

Se pensarmos na sociedade pós-moderna como um conglomerado de comunidades repletas de sujeitos que buscam as soluções para os seus problemas e têm comportamentos cada vez mais individualistas, a linha entre o científico e o não científico não estaria se rompendo? Podemos nos apoiar nos escritos de Zygmunt Bauman (2003), que descreve o sujeito pós-moderno em seu livro “Comunidade”, no qual mostra a segurança que essas comunidades virtuais trazem para os seus participantes, mas que, apesar de os membros dessas comunidades buscarem os seus iguais, eles estão em busca da solução para algo singular.

A tentativa de romper os obstáculos apresentados nos experimentos que legitimam a profissão de médico envolvem esferas administrativas e investimentos pesados da indústria farmacêutica. “O médico que não quer se assemelhar ao charlatão, vive com mal-estar a dimensão taumatúrgica da sua atividade. O paciente, acusado de irracionalidade, intimado a se curar pelas ‘boas razões’, hesita” (STENGERS, 2002, p. 35). Por essas razões é que o paciente fica perdido em meio às orientações e às promessas milagrosas divulgadas pela internet. As promessas dos charlatães também são baseadas em estudos científicos e também prometem resultados iguais para todos. Os discursos têm se assemelhado, e essa hesitação se dá em todos os aspectos, desde a hora de escolher um profissional para o seu tratamento, o valor dos serviços que serão prestados por esses profissionais, e até mesmo no questionamento quanto ao tratamento indicado.

Se a linha que separa o científico do não científico fica mais fina e frágil com o surgimento da internet não podemos afirmar, mas acreditamos no questionamento de Stengers de que a objetividade pretendida pela ciência e por alguns cientistas está em um terreno repleto de “problemas, de interesses, de constrangimentos, de temores, de imagens”. E podemos dizer que é caro para nossos estudos o que a autora afirma que “o argumento em ‘nome da ciência’ se encontra por toda parte, mas não para de mudar de sentido” (STENGERS, 2002, p. 35).

Quais sentidos são evocados nos pacientes que os levam a escolher um tratamento tradicional ou um tratamento “alternativo” para sua doença? No caso da obesidade, na busca pelo emagrecimento, esses sentidos têm mudado? Os médicos e profissionais de saúde buscam se filiar à mesma formação discursiva dos discursos que não são considerados científicos?

O que Stengers prevê são duas alternativas para esse embate, a ruptura ou a demarcação. Na ruptura, o que se considera como descoberta é o “novo” que vem para quebrar certas convicções e teorias que estariam ultrapassadas; para isso, a desqualificação do que precedia a descoberta acontece. Na demarcação, existe a busca por um critério que selecione e qualifique

os “iguais” a fim de que sejam legitimados e habilitados para exercer a profissão de cientista. Nesse campo de “ruptura epistemológica” (termo utilizado por Gaston Bachelard), diversas teorias lutam em busca do título de ciência, como é o caso das ciências humanas e dos estudos da linguagem.

Para a biologia, o homem é produto da natureza; para a AD, ele se transforma em sujeito, afetado pelo social e pela história. A materialização de seus discursos está na linguagem, está no corpo, que é biológico, social e histórico. Ao pensarmos o homem em nosso trabalho, ele é um ser biológico em busca da cura por uma doença crônica instalada, que é a obesidade, porém sua procura ganha sentidos no discurso, pelo qual ele constrói efeitos de sentido sobre o que está ao seu redor e é afetado a todo momento.

As experimentações feitas pelos médicos são feitas pelos próprios sujeitos leigos ao testarem centenas de dietas que estão disponíveis no ambiente virtual, sem qualquer acompanhamento. O que podemos observar nas redes sociais é que os grupos de dieta, assim como os que eram presenciais há um tempo, são apoios para os que buscam uma forma de emagrecer. O mal-estar, as sensações que não seriam naturais ao corpo quando um indivíduo começa uma dessas dietas são valorizadas por outros membros do grupo como sinal de esforço e de superação, assim como são consideradas reações que aparecem devido à “desintoxicação” do corpo por determinadas substâncias. Baseados em recortes da ciência e discursos sobre a toxicidade de algumas substâncias no corpo humano, a maioria ignora os sinais do próprio corpo frente a uma restrição severa de nutrientes e enfrenta as dificuldades como algo natural.

O natural da história e o ideológico proposto por Althusser, entendido por nós como a naturalização dos sentidos, é o que Stengers ressalta na seguinte passagem:

Bachelard realçava que a história “histórica” das ciências é permeada pela opinião, ou, segundo os termos de Althusser, pela ideologia. O problema é que a imagem da história “lenta e hesitante”, retardada continuamente pela “pressão concreta da ciência popular que efetua [...] todos os erros”, pressupõe uma moralidade que a história das ciências não manifesta, a saber, o caráter separável, porque não fecundo, do erro ou do ideológico que, em consequência, se autodenunciam (BACHELARD apud STENGERS, 2002, p. 37).

Ao aceitarem como natural a necessidade de perda de peso e os sacrifícios que precisam ser feitos para alcançarem os resultados desejados, por um efeito da ideologia e do imaginário social no presente momento histórico, os sujeitos estariam forçando seus corpos a comportamentos que não lhes cabem. Acreditando que o benefício esperado (emagrecer) seja a

solução para o reestabelecimento do corpo saudável, os efeitos colaterais e de resistência do próprio organismo são ignorados em nome desses resultados.

Não é um fenômeno da contemporaneidade, portanto, a informação que circula sobre as práticas e experimentos científicos fora da academia. O conhecimento que o leigo tem sobre si mesmo e sobre seu corpo intriga aqueles que acreditavam ter em suas mãos um instrumento de poder pelo qual as curas possam ser alcançadas. Apesar de chegarem aos consultórios com diagnósticos praticamente “prontos”, encontrados em ferramentas de busca como o Google ou sugeridos por parentes, vizinhos e grupos nas redes sociais da qual fazem parte, os pacientes em muitos casos ainda têm a figura do médico como o unificador desses diagnósticos e decisor de qual melhor tratamento seguir. O dilema que esses profissionais enfrentam é o de saber como não ultrapassar a fronteira que o delimita e define como detentor dos saberes da ciência. O que o leigo traz pode conter, além de paráfrases de conteúdos encontrados na internet, com fundamentação científica, conhecimentos e crenças populares já validadas ou refutadas pelos cientistas.

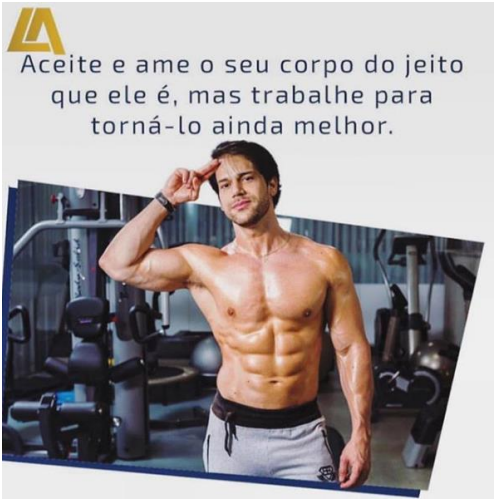
Por ser um fazer persuasivo, a ciência apoia-se em argumentos para convencer seus súditos de sua validade. No entanto, Feyerabend alerta que, quando os argumentos não são suficientes, o uso da “força” emerge, não como um ato físico propriamente, mas como uma manobra política:

Até o racionalista mais rigoroso será então forçado a deixar de argumentar para recorrer à *propaganda* e à *coerção*, não porque deixaram de ser válidas algumas de suas razões, mas porque desapareceram as *condições psicológicas* que as tornam efetivas e capazes de influenciar outros. E qual a utilidade de um argumento incapaz de influenciar pessoas? (FEYERABEND, 2007, p. 40, grifos do autor).

Se a ciência é persuasiva, os discursos sobre a ciência e que se apoiam na ciência também o são. Se o cientista precisa recorrer à propaganda para divulgar e convencer seus leitores, todos aqueles que a utilizam “em nome da ciência” estão praticando um fazer que não pertence apenas a quem está dentro de um laboratório, mas que é de uso comum. A argumentação se dá desde o momento de nosso nascimento e segue durante toda a vida, e saber “convencer” não é uma arte exclusiva de publicitários, jornalistas, vendedores, entre outros.

Quais seriam essas “condições psicológicas” que Feyerabend cita? Para nós, seriam as mudanças nos discursos da sociedade, influenciados pela ciência e pela propaganda. A ciência também vende a imagem de um corpo saudável e magro, assim como as incontáveis revistas e páginas nas redes sociais. Em algumas páginas encontradas em nossas pesquisas, o próprio

médico e seu corpo é a propaganda para seus seguidores, afinal, segundo o pensamento contemporâneo, quem iria se consultar com um médico ou nutricionista obeso? Se ele não consegue ter o controle sobre o seu corpo, como poderá receitar tratamentos para quem precisa emagrecer? Um médico magro seria capaz de influenciar com mais eficiência os seus pacientes, como podemos conferir nas postagens abaixo. Trazemos os perfis de três profissionais: um médico, uma educadora física e uma nutricionista.

 Instagram Perfil: @dr.leandroalmeida Data: 28/01/19	Vamos fazer um exercício simples: Você ganhou o carro que sempre sonhou, uma máquina. Você abasteceria com qualquer combustível? Faria manutenção com peças de procedência duvidosa? Usaria algo que afetasse o desempenho do seu carro no médio e longo prazo? Então por que você faz isso com seu corpo, que é a melhor máquina que existe? Ame seu corpo, mas trabalhe, de maneira incansável para torná-lo cada vez melhor. Você sempre será grato por isso. #endocrinology #metabolismo #fisiologia #drleandroalmeida #motivacaofitness #vidasaudavel #melhoracadadia #alimentacaosaudavel #saopaulo #bh#riodejaneiro #novalima
 Instagram Perfil: @dr.leandroalmeida Data: 19/11/18	Já foram treinar hoje seus bandidos?

 Instagram Perfil: @dr.leandroalmeida Data: 16/01/19	Tive que entrar nessa onda! 2008-2018 #10yearschallenge
--	---

 Instagram Perfil: @raquelquartiero Data: 16/01/19	2009 x 2019. 27 anos e 37 anos (quase! Faço aniversário 22/2). Sinceramente tô melhor agora aos 37 do que aos 27 anos. Se eu não me acabar melhor, quem vai!? #10yearschallenge #10years #10yearsater
---	---

 Instagram Perfil: @raquelquartiero Data: 13/12/18	Treino feito e fazendo uma foto pra postar tipo blogueirinha. 😊😊💪
--	--

 Instagram Perfil: @karinapeloinutricionista Data: 01/01/19	Que você brilhe em 2019! ✨🌟👉🌟
 Instagram Perfil: @karinapeloinutricionista Data: 25/08/18	Mas esse Brasil é lindo! Viajamos pelo mundo, mas sempre nos encantamos com a sua beleza. E hoje estou assim, alagoando-me. Hoje foi te usar Maceió, sua linda. E amanhã estarei com meu amor @wendellcarvalho_oficial numa imersão de 12h, em que vou falar sobre saúde, longevidade e emagrecimento. Informações: https://www.phdproducoes.com.br/. Vai ser incrível ❤️👩🏻👤 #alagoanese #vidasaudavel #metodomagraparasempre #escolhas#imersao #longevidade #escolhassaudaveis#escolhaserfeliz #mudesuavida

A credibilidade pelo conhecimento dá lugar à credibilidade da imagem. Não apenas do próprio profissional, mas de seus pacientes. Para arrebatrar mais pessoas para os seus tratamentos, as famosas imagens de “antes e depois” têm um papel fundamental. São as provas dos resultados que esses profissionais podem alcançar, dos sucessos que obtiveram com seus pacientes e com seus próprios corpos.

Os enunciados foram colocados apenas para complementar as imagens, mas não analisaremos cada um separadamente. No geral, todos são profissionais de saúde e vendem seus programas de emagrecimento, mostrando os resultados em si próprios. As fotos de antes e depois e a *hashtag* #10yearschallenge fazem parte de um desafio lançado nas redes sociais, para que as pessoas postassem fotos atuais e de 10 anos atrás, comparando suas mudanças, não necessariamente do corpo; mas onde o DSE domina, esse foi o foco do desafio. Na postagem do Dr. Leandro Almeida, quando pergunta: “Já foram treinar hoje seus bandidos?”, ao nos depararmos com a palavra “bandidos”, sentidos sobre o que está fora da lei, fora da ordem

emergem, já que o “correto” é que todos seus seguidores façam exercícios diariamente e não vivam na “bandidagem”, como os obesos.

Os erros e os fracassos nos tratamentos recomendados pelos especialistas estão silenciados na opacidade dos discursos que garantem sua alta porcentagem de sucesso. O porquê de as dietas fracassarem, por que os pacientes não conseguem ter adesão total são temas, de certa forma, menos explorados do que os resultados com a aplicação de determinada dieta. Interesse também que resvala no campo político, pois as medidas para contenção de gastos públicos com a obesidade pedem resultados efetivos, descartando, muitas vezes, medidas de longo prazo e de prevenção da doença.

4.4 Imaginários sobre o corpo

A busca por soluções para a perda de gordura, considerada algo ruim desde os primórdios da humanidade, inicia-se nas sociedades gregas, fazendo-se presente nas eras medievais e séculos precedentes ao nosso. A ideia de comer demais era associada ao pecado e à luxúria e reprimida pelos médicos em nome da ciência e da cultura fortemente arraigada nos preceitos da igreja católica. Historicamente, o corpo obeso foi considerado belo e exaltado poucas vezes na sociedade, fazendo-se associação com a fertilidade (no caso das mulheres obesas) e com a riqueza (quando havia escassez de comida e só as classes mais abastadas a tinham em abundância), porém, na maioria delas, era sinônimo de vergonha e de desleixo, e associado ao pecado da gula nas comunidades de crença cristã (FOXCROFT, 2013).

Seguir modismos é um hábito que sempre existiu dentre os que buscam um corpo perfeito, e os meios de comunicação foram os maiores responsáveis pela disseminação de algumas dietas e descobertas, às vezes nem tanto “científicas”. Muitos folhetos impressos espalhados pela sociedade descreviam as experiências de pessoas influentes e com certo prestígio que compartilhavam seus processos na redução de peso e que vendiam modelos de dieta. A figura do médico, entre os séculos XVIII e XIX, não tinha grande importância para os processos de perda de peso. Apesar de a profissão ter uma origem bem antiga, apenas quando foi consolidada, juntamente com suas especialidades, no final do século XIX, a endocrinologia, com as pesquisas sobre o metabolismo humano, fez nascer um novo cenário, que refutou, assim como comprovou, algumas das dietas desses folhetos e empirismos que circulavam na sociedade.

Hoje, o discurso sobre a qualidade de vida e a alimentação saudável se alia a uma poderosa ferramenta de comunicação, a internet, pois, através da rede eletrônica, modelos de

comportamento são divulgados e seguidos por milhões de pessoas. E o imaginário social tem grande força, pois o que circula sobre emagrecimento e saúde já não está presente apenas quando os sujeitos estão lendo um *blog* ou acessando uma rede social; os discursos perpassam a vida dos indivíduos e os constituem, assim como constituem os seus corpos, que cada vez são mais determinados pelo que a sociedade imagina.

Segundo Diaz (1996, p. 14, tradução nossa):

Em uma sociedade como a nossa, que valoriza o técnico-científico, uma pessoa que se sente doente recorre a um médico (ou seja, um técnico). Seu imaginário social “marca” que essa atitude é adequada. Ao contrário, se uma pessoa é indígena e seu imaginário “marca” que em caso de uma enfermidade há de consultar um xamã, essa será, possivelmente, a conduta que seguirá.

A autora também faz uma citação que vem ao encontro de nossos estudos ao falar sobre situações em que o imaginário social produziu ações e resultados concretos, como é o caso da anorexia e da bulimia: “em uma cultura cujo imaginário de beleza fora as mulheres gordinhas, as garotas comiam comidas substanciosas. Ao contrário, em uma cultura da magreza, como a atual, o imaginário provoca culpa diante da comida” (DIAZ, 1996, p. 15, tradução nossa).

O corpo “ideal”, tão almejado, é imaginado como se não houvesse diferenças individuais e que as mesmas recomendações profissionais servissem para todos, e o imaginário social leva os sujeitos a crerem nessas facilidades que a internet oferece, pois “o discurso, o dizer, o fluir de proposições dotadas de sentido, circula pela sociedade” (DIAZ, 1996, p. 17).

A relação do sujeito com o mundo se dá pela ideologia, que, para Orlandi (1994, p. 56), “é vista como o imaginário que medeia a relação do sujeito com suas condições de existência”. A ideologia, que propicia o imaginário a agir, é entendida por nós como um mecanismo de naturalização dos sentidos, ou seja, o que circula por uma sociedade e é legitimado por ela faz parte de uma imagem coletiva, considerada natural, por estarem todos capturados pelos mesmos sentidos, em um mesmo período histórico. Temos também em Orlandi que:

Quanto ao social, não são os traços sociológicos empíricos — classe social, idade, sexo, profissão — mas as formações imaginárias que se constituem a partir das relações sociais que funcionam no discurso: a imagem que se faz de um pai, de um operário, de um presidente, etc. Há em toda língua mecanismos de projeção que permitem passar da situação sociologicamente descritível para a posição dos sujeitos discursivamente significativa (ORLANDI, 1994, p. 56).

Desse modo, a imagem que se faz das pessoas que estão obesas é projetada na linguagem, no que é postado nas redes sociais. Os sentidos associados às dietas e aos

tratamentos para perda de peso são condições para o sucesso de tantos perfis de sujeitos leigos e profissionais de saúde, e o momento histórico em que a sociedade se encontra (leia-se sociedade da magreza) exalta os discursos desses sujeitos, imaginados como ideais de corpos perfeitos, de superação, de força de vontade. O que circula sobre o emagrecimento ganha potência na voz de um novo profissional, que são os *coaches* de saúde ou *health coaches*.

4.5 Os *Coaches* de Saúde ou *Health Coaches*

O desejo por emagrecer já faz parte da rotina de muitos, e em todas as manhãs, logo no desjejum, uma quantidade de rituais se inicia: a decisão de ingerir ou não carboidratos, a eliminação de açúcares e gorduras insaturadas, o número exato de calorias permitidas!

Além da ingestão calórica em excesso, a preocupação exacerbada com a alimentação tem deixado a sociedade doente, pois a ilusão de que tudo está disponível na internet e de que podemos nos alimentar de forma saudável apenas pesquisando *sites* e *blogs* com receitas *fitness* faz com que, em alguns casos, haja negligência na ingestão de alguns nutrientes e vitaminas necessárias para o bom funcionamento do corpo. A obsessão desmedida pela vida saudável possibilita a emergência de um novo profissional, que, com a autorização concedida por seus clientes e seguidores, coloca para circular discursos que podem adoecer ainda mais uma sociedade já enferma.

Disponibilizar dicas e orientações sobre saúde na internet não é mais exclusividade dos profissionais de saúde. Os leigos também têm essa autorização pela credibilidade de suas páginas nas redes sociais, e é comum encontrarmos cursos de *coaching* na área de saúde frequentados não apenas por aqueles que têm uma formação acadêmica para exercer uma profissão nessa área. A exemplo disso, vemos as diversas blogueiras, ex-participantes de programas de TV como o *Big Brother Brasil* e outros sujeitos com grande exposição nacional.

Nos perfis que observamos, temos alguns exemplos de leigos que se tornaram *coaches*, como é o caso da Elô, uma dona de casa de Biguaçu/SC, à qual dedicaremos posteriormente um capítulo porque a acompanhamos desde 2015 e seu discurso ilustra a instabilidade e a deriva no DSE. A figura a seguir mostra seu perfil no Instagram; mais adiante mostraremos que até o nome de sua página se modificou com a nova fase “*coach*” desse perfil, que era inicialmente “Emagrecendo com a Elô” e agora é “Juntas com a Elô”. Sua descrição no *Facebook* é idêntica à do IG: a autora da página se intitula *Coach Lifestyle* (*Coach* de Estilo de Vida), e, em sequência, aparece a *hashtag* #ibc, que indicia sua formação pelo Instituto Brasileiro de

Coaching⁴¹. Apenas para registro, não conhecemos a fundo esses cursos, nem nos interessa fazer a divulgação de nenhum deles; apenas utilizamos os nomes, pois estão nas postagens dos sujeitos.



Mesmo que não conhecêssemos a Elô, ao entrar em seu perfil, já saberíamos que se trata de um sujeito leigo, que não tem nenhuma formação na área de saúde e que reforça essa condição como “mulher real, casada e mãe”. Os “-40kg” são demonstrados na postagem a seguir, com as fotos de antes e depois, junto com um convite para um desafio de emagrecimento:

	Toda grande caminhada começa com o 1º passo! Em 5 dias inicia a edição 12 dos #21diasparamudar, mais de 4 mil pessoas já mudaram de vida e tiveram sua auto estima e saúde transformadas! E a culpa foi delas! Que decidiram fazer por onde! E você ? O que tem esperado para virar a sua chave? Só você tem esse poder, e a hora pode ser agora e eu estarei aqui para te ajudar nessa mudança. #21diasparamudar é um projeto em formato de desafio. Com um material exclusivo com todas as orientações e um grupo motivacional orientado no whatsapp te ajudaremos a eliminar de 3 a 10 kgs em 21 dias dando um pontapé a uma vida com mais saúde! VAGAS LIMITADAS! Corre garantir a sua. Investimento de apenas 69,90. Início dia 10/12.
Facebook Perfil: @juntascomaelo Data: 05/12/18	

⁴¹ <http://www.ibccoaching.com.br>

🔗 o que não te desafia não te muda! ?
<http://bit.ly/Desafioverao21>

A palavra “desafio” é bastante utilizada pelos *coaches* de saúde, um sentido que reforça a responsabilidade do cliente em emagrecer em um curto período de tempo. Nesse recorte da postagem, afirma-se que “mais de 4 mil pessoas já mudaram de vida e tiveram sua autoestima e saúde transformadas! E a culpa foi delas! Que decidiram fazer por onde!”. Desafios e programas de emagrecimento rápido, com preços acessíveis, têm despertado o interesse de muitas pessoas, tanto que o sujeito diz que 4 mil pessoas já participaram e tiveram resultados satisfatórios. Porém, esses resultados só vieram por “culpa delas”, ou seja, se não há comprometimento, não há resultados.

O uso da palavra “culpa” é recorrente, mas o sujeito Elô tenta trazer um sentido oposto, já que a culpa por comer demais, por não emagrecer é algo ruim, e a culpa de conseguir bons resultados em um desafio traria satisfação e felicidade.

Os desafios acabam rápido e se renovam a cada período, com temas diferentes para alcançar os mesmos objetivos. Após as festas de final de ano, vem o desafio de verão, posteriormente o detox pré-carnaval e, certamente, virá o pós-carnaval, o da páscoa etc. Ocasões em que se costuma abusar de comidas mais calóricas, levando muitos a ganhar peso e, conseqüentemente, a querer perdê-los com a mesma rapidez. Jogar fora, como na postagem abaixo:



Facebook
 Perfil: @juntascomaelo
 Data: 16/02/2019

COMEÇA EM 6 DIAS!
 #DETOXCOMAELO ☐ pré carnaval!
 Para você jogar fora até 5 kgs em 7 dias de forma saudável!
☐ Estratégia detox.
☐ 2 sugestões de cardápio.
☐ Lista de compras.
☐ Receitas.
☐ Grupo de whatsapp!! Por apenas 24,90!

Click no link e Garanta uma vaga antes que acabe! ☐

DETOX PRÉ CARNAVAL

<http://bit.ly/PRECARNAVALDETOX>

Um pacote completo é entregue ao cliente, para que ele não fuja da dieta e siga um roteiro estabelecido, que seria a “estratégia detox”. As receitas, as sugestões de cardápios e a lista de compras fecham o campo de possibilidades com alimentos permitidos e, caso o usuário não saiba como prepará-los, também recebe essas instruções. Se ele não perder peso, isso aconteceu porque foi culpa dele, que não seguiu as orientações. O sucesso ou o fracasso não dependem do *coach*, e sim do *coachee*.

A figura do *Coach* já é muito conhecida no mundo corporativo. Em sua tradução literal, é um treinador, aquele que entrega aos seus discípulos ferramentas essenciais para o seu desenvolvimento pessoal e profissional. Na área de saúde, os *coaches* começam a despontar como uma nova solução para a obesidade, para aqueles que não conseguem emagrecer e ter uma vida saudável, ou seja, que não têm equilíbrio em todos os aspectos que envolvem o biológico e o psicológico do ser humano.

As apresentações desses profissionais nas redes sociais nos chamam a atenção, como exemplificaremos, sem mostrar nesse momento a identidade dos perfis que foram extraídos. Vejamos um deles, retirado do Facebook:

Meu nome é [...], sou criador do treinamento [...] Sou uma pessoa normal como você, que por anos da minha vida lutei contra meu peso, até o dia que desenvolvi o método que vou apresentar para você agora!

Essa apresentação nos remete a um sentido de proximidade. O autor da página deixa explícito que é uma pessoa que, como tantas outras, lutou contra o peso, mas não diz se é ou não um profissional de saúde. O que ele deixa explícito é que foi o “criador” de um treinamento, que desenvolveu um método que supostamente trará os resultados que os interessados buscam. Temos aqui a reformulação de dizeres já muito conhecidos nos discursos das dietas, as promessas de novidade, de algo que seja “diferente” e inovador, como também já vimos com o exemplo da Elô, que criou o seu próprio desafio.

Seguindo, temos a apresentação de outro *Coach* em um *blog*:

Com um estilo visionário e experiência de mais de 30 anos em treinamentos comportamentais, inovou ao desenvolver a exclusiva metodologia [...], que dá base ao [...], o curso de Coaching mais completo e diferenciado do Brasil e do mundo.

Novamente temos na fala o sentido de inovação, da criação de novos métodos, que seriam “diferentes” dos que já são conhecidos em nosso país e até internacionalmente. A formulação usada para construir o sentido de credibilidade ao *Coach* são os anos de experiência, e, além disso, muitos deles valorizam ainda mais suas apresentações com as formações obtidas, principalmente em cursos realizados no exterior, como veremos no próximo exemplo, também retirado de um *blog*.

Sou Health Coach pelo Institute for Integrative Nutrition de NY, certificada pelo Massachusetts General Hospital nos programas “Using Mind Body Techniques in Clinical Practice: Applications of BHI’s RR Meditation Techniques” e “Stress and the Relaxation Response: The fundamentals of Mind Body Medicine”, participante do treinamento Cultivating Compassion Training pelo Compassion Institute de Stanford. Formação básica em Mindfulness pela Unifesp, também formada em Comunicação Social, com certificado da Miami AdSchool em Madrid, Hamburgo, Paris, Chicago, Boulder, Nova Iorque. Morou em Austin, San Diego, Venice e Santa Monica vivendo estilo de vida saudável integralmente.

Essas apresentações podem capturar o leitor e alimentar a credibilidade dos enunciadores em um primeiro contato. O excesso de termos em inglês também é uma ferramenta que faz com que o *Coach* exponha seus conhecimentos, inclusive em outra língua, em que muitos não têm fluência aqui no Brasil, mas que valorizam pelos efeitos de sentido de um mundo globalizado.

O discurso dos *Coaches* é carregado de metáforas para explicar como alcançar o sucesso no processo de emagrecimento. A credibilidade e a autorização em falar sobre dietas e até sugerir programas criados por eles mesmos é construída, como vimos, em cima de um discurso de experiência, de tempo de estudo sobre o assunto, ou apenas observações feitas por eles ao longo dos anos. Utilizam-se do nome de instituições renomadas, como a Organização Mundial de Saúde⁴² (OMS), incorporando-as em suas falas, assim como deixam explícito que trabalham com as técnicas de *coaching*, que visam mudanças psicológicas e comportamentais, já que mente e corpo não podem ser trabalhados separadamente.

Os programas completos, com esses profissionais mais experientes, têm um custo relativamente alto e inacessível a muitas pessoas, por isso que despontam os desafios de poucos

⁴² <https://www.who.int/eportuguese/countries/bra/pt/>

dias. A valorização financeira desses programas ganha justificativa nas promessas de emagrecimento rápido e eficientes, tanto que, em uma das páginas do *Facebook*, o *Coach* promete em um de seus vídeos um tratamento que tem “início e fim” e que o paciente “nunca mais” irá engordar.

A pessoa que recebe o tratamento, como em qualquer consultório em que haja profissionais de saúde, é também denominado de paciente, mesmo que o *Coach* não tenha formação acadêmica na área. Em alguns casos, eles traçam um plano a ser seguido por esse paciente e contam com o suporte de nutricionistas e educadores físicos. Como muitas palavras utilizadas estão em inglês, a própria palavra *Coach* não é traduzida para o português, e, na área de saúde, surgem algumas variações conforme encontramos: *Health Coach*, *Lifestyle Coach*, *Integrative Health*, *Wellness and Positive Life Consultant*, *Coach de Saúde* e *Coach de Emagrecimento*.

Abaixo temos a definição da profissão encontrada em um site americano, citado por uma grande parte dos *Coaches* de Saúde, o *Integrative Nutrition*⁴³:

O Health Coach é uma autoridade em bem-estar e mentor de apoio. Os Health Coaches educam e dão suporte aos clientes para definir e atingir suas metas de saúde e bem-estar por meio de ajustes de estilo de vida e comportamento. Os clientes aprendem a desenvolver uma compreensão mais profunda das escolhas alimentares e de estilo de vida que funcionam melhor para eles e implementam mudanças duradouras que melhoram sua energia, equilíbrio e saúde (tradução nossa).

No caso desse site, a página denomina quem recebe o treinamento como cliente. A carreira de *coach* atrai muitas pessoas pelo retorno financeiro, porém, antes de receber o montante desejado, é preciso construir credibilidade, ser autorizado por seus clientes e/ou pacientes a promover e ofertar o seu treinamento. Na definição encontrada em um site brasileiro sobre *coaching*⁴⁴, temos que:

O Health Coaching, ou Coaching de Saúde, pode ser utilizado por profissionais da saúde como, médicos, dentistas, nutricionistas, fisioterapeutas e profissionais de educação física e nada mais é, do que um processo de autoconhecimento, autocura, autodesenvolvimento e outros “autos” necessários para o alcance dessa plenitude. Partindo então do pressuposto que o Coach não ensinará nada ao Coachee, mas o ajudará a descobrir aquilo que faz sentido pra ele, encontramos um dos princípios mais fortes do processo: o comprometimento.

⁴³ <https://www.integrativenutrition.com/health-coaching>

⁴⁴ <https://www.jrmcoaching.com.br/blog/o-que-e-health-coaching/>

A saúde virou uma moeda valiosa; hoje queremos ter saúde, comprar saúde. O papel dos *Health Coaches* é esse, vender o que desejamos. No caso da citação, o curso do site é direcionado para profissionais de saúde, mas os princípios são os mesmos dos outros que são destinados ao público leigo. O processo de *coaching* nessa área, como em qualquer outra, é trazer o potencial do participante à tona para que ele tome suas próprias decisões e tome as rédeas de sua vida.

O sentido de responsabilidade é bem marcado nesse discurso, já que os *coaches* são mediadores, enquanto os protagonistas das ações são os próprios clientes. Com o argumento de que os profissionais de saúde que não se atualizam perdem clientes ao continuarem com os tratamentos tradicionais, os *coaches* chegam com “novas” propostas, propostas de mudanças, tanto na mente e no corpo como na metodologia para se obterem os resultados desejados.

O tratamento é individualizado, porém focado nas potencialidades do cliente, dessa forma ele é quem dirige e determina a velocidade na busca por uma vida saudável. Por isso, o termo comprometimento é tão acentuado, pois o sucesso de um trabalho de *coaching* sempre dependerá da dedicação de quem o contratou. Sendo assim, o insucesso nunca é culpa do *Coach*, já que ele entregou as ferramentas necessárias ao cliente e a responsabilidade de usá-las em seu benefício era dele.

Ao buscarmos páginas desses profissionais nas redes sociais, notamos que no Brasil ainda temos poucos que se denominam *Health Coaches*; alguns profissionais o fazem em seus blogs pessoais ou são atrelados a clínicas que ofertam outros tratamentos. Talvez esse efeito seja reflexo de uma polêmica ocorrida há alguns anos, quando o namorado de uma blogueira famosa ofertava aulas e treinamentos físicos sem a formação adequada exigida em nosso país. O *Healthstyle Coach*, como se denominava, foi autuado pelo Conselho Regional de Educação Física (CREF) e, a partir do ocorrido, diversos profissionais lançaram uma campanha para conscientizar a população de que o profissional habilitado para aplicar qualquer treinamento físico é o professor de Educação Física, utilizando a *hashtag* #eutenhocref.

A posição desse profissional ainda é polêmica e desperta divergências entre os especialistas, porém não podemos negar que eles podem ser um suporte para os sujeitos afetados pelos discursos sobre a beleza e sobre a necessidade de ser magro na contemporaneidade. Assim, a ortorexia e o surgimento dos *Health Coaches* no Brasil marcam um momento histórico em que a busca pela saúde precisa ser vigiada. Enquanto profissionais de saúde ou leigos que atuam com treinamentos e tratamentos de *coaching* podem ajudar a

sanar algumas obsessões, eles também podem reforçar sentidos que não contribuem com a saúde da sociedade.

5 EFEITOS DA ERA DA PÓS-VERDADE

Começamos este capítulo falando sobre política porque foi por ela que notícias falsas começaram a ser propagadas com mais intensidade nas redes sociais, em especial durante a campanha do atual presidente estadunidense Donald Trump. O ano eleitoral nos Estados Unidos marca uma era conhecida pela pós-verdade, conforme nos apresenta o jornalista Armando Medeiros, vice-presidente da Associação Brasileira de Comunicação Pública⁴⁵:

Apelos emocionais e que mobilizam crenças pessoais são mais eficazes para conquistar a opinião pública do que fatos objetivos. Este é o significado de *post-truth* (pós-verdade), a palavra emblemática do ano de 2016, de acordo com o Dicionário Oxford (MEDEIROS, 2017, p. 23).

A publicação independente, chamada UNO, da consultoria Llorente & Cuenca⁴⁶, com que Armando Medeiros contribuiu com o artigo citado acima, mostra a preocupação dos jornalistas quanto ao *status* de verdade na sociedade contemporânea. Ainda é comum vermos essa classe profissional preocupada com a veracidade e a objetividade da informação, o que, para nós, analistas do discurso, sempre foi algo impossível de ser alcançado, dados a opacidade da linguagem e o envolvimento do sujeito em seus dizeres, mesmo que de forma inconsciente. O jornalista brasileiro questiona se há realmente algo de novo nessa definição:

O enfoque sobre as pessoas assimilarem conteúdos a partir de um processo de memorização e percepção seletivas, de acordo com seu repertório de convicções, está presente nas teorias de comunicação que buscaram, no século passado, desvendar os caminhos da persuasão.

A psicanálise demonstrou o poder dos aspectos subjetivos e inconscientes nas ações dos indivíduos. Mal-entendidos também são frequentes na trajetória científica de teorias políticas, econômicas, sociais e seu confronto com a realidade social repleta de releituras e reinterpretações das certezas produzidas pelo conhecimento objetivo (MEDEIROS, 2017, p. 23).

A nova roupagem que recebem os discursos que se pretendem verdadeiros nada mais é do que uma reformulação de preocupações antigas nos estudos das humanidades e, como destaca Medeiros, nos estudos da área de comunicação. Releituras e reinterpretações fazem parte do processo de circulação dos discursos, pois cada olhar é singular, e o jornalista, ao entregar uma notícia aos seus leitores, a reformula em seus dizeres, o que chamamos de efeito metafórico para a AD e que foi trabalhado na dissertação de mestrado anterior a esta tese

⁴⁵ <https://abcpublica.org.br/>

⁴⁶ <https://www.llorenteycuenca.com/pt/>

(MARANGONI, 2013). Assim, o deslizamento de sentidos entre os discursos do leigo e do profissional para o DSE é o efeito metafórico que podemos notar nas postagens que apresentamos.

Nessa mesma publicação, outros jornalistas destacam pontos importantes quanto à pós-verdade e que corroboram a nossa pesquisa. Victoria Prego, Presidente da Associação da Imprensa de Madri, Espanha, delimita um terreno que é fértil para a proliferação de notícias falsas, denominando-o como “bolhas informativas”:

Os cidadãos passam a fazer parte, assim, de grupos compactos e impermeáveis. Isto, por si só, é grave, na medida em que produz uma atomização de infinitas bolhas auto-referenciais, monolíticas e nas quais não há lugar para pontos de vista divergentes.

Esse mundo atomizado, que se faz forte protegido por si mesmo, ao contrário, cria uma imensa debilidade, porque é o perfeito e fértil terreno para a difusão das falsas notícias – o que hoje é chamado de pós-verdade –, que não têm necessidade de serem confrontadas com uma realidade que desmantelaria sua mentira, porque o receptor da falsidade a assume como certa, na medida em que reforça suas opiniões ou crenças e as encaminha para aqueles que compartilham de sua bolha particular. Isso significa que são bilhões de notícias falsas circulando pelo mundo a uma formidável velocidade, no galope das redes sociais, sem que seja possível desmontar, com mínima eficácia, as superstições (PREGO, 2017, p. 20-21).

Levando-se em conta que o apelo emocional é o principal elo entre os produtores de notícias na era da pós-verdade e os seus receptores, os que vivem na mesma bolha são amparados pelos seus iguais. No entanto, talvez o tema seja hoje um problema maior e mais evidenciado porque as bolhas estão aumentando o seu tamanho. A influência de algumas informações pode chegar aos quatro cantos do mundo simultaneamente, e indivíduos com as mesmas crenças, ainda que em culturas diferentes, validam as novas verdades.

Contar um fato, hoje, já não é suficiente, agora é imprescindível envolver o destinatário das informações para que, com um simples clique, este deixe um registro de sua “aprovação” em relação à mesma e seja capaz, como nunca antes, de expressar uma opinião ou incluir uma nova informação, que voltará ao mercado – sendo verdade ou mentira – para competir com a informação elaborada jornalisticamente. Para isso, deve-se acrescentar que a obrigação de transmitir tornou-se superlativa pela qualidade exigida, no menor tempo possível, para anteciper-se à concorrência e obter a maior quantidade de respostas antes de outra transmissão similar (PALMA, 2017, p. 18).

O engajamento de uma notícia é medido nas redes sociais pelo número de visualizações e principalmente de curtidas e de compartilhamentos, o que se faz com apenas um clique, como

destaca Adalberto Palma, Diretor-executivo do *The Aspen Institute México*⁴⁷, também em artigo para a revista UNO. A credibilidade é construída pelo envolvimento emocional, acrescentados os números de indivíduos que validaram aquela informação. No entanto, essa credibilidade precisa ser adquirida rapidamente, antes que uma nova notícia apareça para ofuscar a importância da última publicação, ou que fatos novos sejam incorporados por outros sujeitos, sejam eles jornalistas ou não, o que também se mostrou como uma ameaça à classe na revista citada:

O jornalismo tem, portanto, inúmeros concorrentes, a começar por seus pares, passando pela própria tecnologia, que o ajuda a transmitir, culminando no destinatário da informação que, de fato, pode conseguir uma sintonia maior do que o mais zeloso meio de comunicação formal (PALMA, 2017, p. 18).

Temos certamente um caso semelhante às apropriações dos discursos dos profissionais de saúde pelos leigos. A ameaça a profissões consolidadas é nítida na internet, e, nas redes sociais, atrás das telas de seus aparelhos eletrônicos, os sujeitos leigos flutuam em seus posicionamentos, assumindo o papel de médicos, jornalistas e outros profissionais por alguns instantes. Deslizamentos em suas formulações que trazem a voz da ciência por um outro filtro, que são consolidados no DSE.

Os jornalistas também são responsáveis pela disseminação de notícias sobre saúde, pois existem as especialidades dentro dessa profissão, aqueles que se dedicam à saúde, à divulgação científica. Para esta tese, o jornalista se posiciona no entremeio entre o leigo e o profissional de saúde, e as notícias que produz têm nuances científicas, da fonte onde foram recolhidas e uma linguagem que tenta se aproximar dos leitores em geral, mas que desliza em seus sentidos. Da mesma maneira, temos o efeito metafórico do DSE, em que os sujeitos estão sempre se deslocando e desestabilizando os sentidos em deslizamentos contínuos. Não poderíamos deixar de falar sobre o jornalismo, já que ele é importante e está presente também nas redes sociais. Nos últimos anos, ele tem se reinventado, assim como seus profissionais.

5.1 As *fake news* da saúde: mitos sobre tratamentos e alimentação

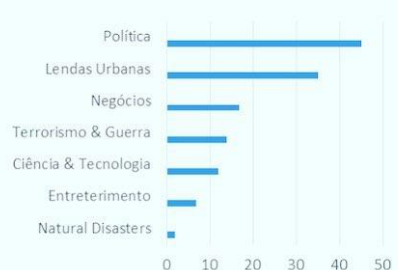
A disseminação das *fake news* da saúde está levando o país a perder o controle de algumas doenças até então erradicadas, como é o caso do sarampo e da poliomielite. Campanhas antivacinação colocam em risco a saúde da população e muitas mortes têm acontecido porque

⁴⁷ <http://aspeninstitutemexico.org/>

as imunizações obrigatórias não são realizadas. Os boatos são tantos que o Ministério da Saúde disponibilizou um canal de informação⁴⁸, um número no *Whatsapp* para que qualquer cidadão possa enviar suas dúvidas quanto a notícias divulgadas na internet.

Mais conhecidas como “mitos” nos cuidados com o corpo e na alimentação, algumas práticas podem parecer inofensivas, porém algumas podem ter consequências sérias. Temos casos de mães que mentem sobre a vacinação de seus filhos para os médicos e de pessoas idosas que deixam de tomar vacinas por medo de uma reação adversa. O médico Bruno Halpern utilizou o termo *fake news* em seu perfil para alertar sobre essas práticas, como vemos na postagem a seguir:

“Fake News” tem 70% mais chance de viralizar que uma notícia verdadeira .



Category	Percentage (%)
Política	45
Lendas Urbanas	35
Negócios	15
Terrorismo & Guerra	12
Ciência & Tecnologia	10
Entretenimento	5
Natural Disasters	2

39% das “Fake News” em saúde mais compartilhadas tem como tema: obesidade e emagrecimento, diabetes e gordura no fígado

Facebook
 Perfil: [@DrBrunoHalpern](#)
 Data: 05/12/2018

Copiei aqui o slide de uma aula, em que discuto um artigo recém-publicado na revista Science, que demonstra que o ser humano tem uma tendência maior a disseminar notícias falsas do que verdadeiras (a chance de disseminar uma notícia falsa era 70% maior). Por que? Porque em geral essas notícias falsas são mais apelativas que as reais, e por isso, causam mais choque, medo, desgosto, etc. ☞ Longe de ser um problema único da política, esse fenômeno recentemente se alastrou para a saúde, e vemos mais e mais informações falsas sendo amplamente disseminadas, geralmente por pessoas com alto poder de convencimento, que distorcem as evidências reais, em benefício próprio. ☞ Isso leva a uma tendência de menosprezar a medicina tradicional, considerada “ultrapassada”, e os médicos que a seguem

⁴⁸ <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/2018/08/27/ministerio-da-saude-lanca-canal-para-esclarecer-boatos-relacionados-a-temas-de-saude-nas-redes-sociais.ghtml>

são “preguiçosos, pois não estudam”. ☞ Uma matéria recente da revista *Veja* mostrou que quase metade das informações falsas de saúde no Brasil tem como tema obesidade, diabetes e esteatose hepática (gordura no fígado), tornando ainda mais relevante a necessidade de trazer fontes sérias de informação para a internet e redes sociais. ☞ Muitas vezes, novos estudos são divulgados como surpreendentes, que mudam tudo o que sabíamos sobre um alimento, por exemplo. Em ciência não é assim que as coisas ocorrem. Muito dificilmente um único estudo quebra paradigmas; e sim, uma série de estudos apontam numa direção, outros em outra, e só um conhecimento profundo de um assunto permite colocar em contexto novas pesquisas. ☞ Digo isso para que tomem cuidados com “profetas” que advogam que a medicina tradicional está errada; que um novo estudo derrubou premissas antigas, etc. ☞ Desconfie sempre de fórmulas mágicas e teorias da conspiração complexas. Cuidado, vocês podem estar ajudando a divulgar “fake news” em saúde. ☞ E confie mais em quem traga dúvidas do que certezas, principalmente, no estudo de doenças metabólicas, como obesidade e diabetes. Fonte: Varsoughi, et al. The spread of true and fake news on-line. Science 2018 [#fakenews#evidenciascientificas](#) [#obesidade](#) [#diabetes](#) [#falsosgurus](#)

Recorte 1

Copiei aqui o slide de uma aula, em que discuto um artigo recém-publicado na revista Science, que demonstra que o ser humano tem uma tendência maior a disseminar notícias falsas do que verdadeiras (a chance de disseminar uma notícia falsa era 70% maior).

Como as notícias falsas têm um apelo forte, especialmente emocional, não é de se admirar que os sujeitos sejam afetados pelos seus “efeitos de verdade”. Dr. Bruno começa sua postagem referenciando uma das revistas mais reconhecidas na esfera científica, a *Science*⁴⁹. O seu posicionamento como médico e o respaldo de uma revista notadamente legitimada são o que lhe confere autoridade para tratar sobre o assunto, logo no início da postagem. Podemos acrescentar os dados quantitativos quando diz que “a chance de disseminar uma notícia falsa era 70% maior”. Com a ajuda dos algoritmos e dos efeitos da memória metálica que atua nessa circulação, muitas notícias sobre saúde são distribuídas nos meios de comunicação.

Recorte 2

☞ Longe de ser um problema único da política, esse fenômeno recentemente se alastrou para a saúde, e vemos mais e mais informações falsas sendo amplamente disseminadas, geralmente por pessoas com alto poder de convencimento, que distorcem as evidências reais, em benefício próprio.

⁴⁹ <https://www.sciencemag.org/>

O termo *fake news* tem uma forte conotação política, tanto que, apesar de boatos, rumores e mentiras circularem há muito tempo na área de saúde, a ilusão que se tem é de que agora, com as mídias digitais, suas forças tenham se potencializado, como podemos ler nesse recorte. Não temos como dissociar a saúde da política, já que as medidas tomadas pelos órgãos governamentais afetam diariamente a população, seja no que se refere a tratamentos e procedimentos cirúrgicos, seja na distribuição de medicamentos.

A obesidade é uma pandemia e é responsável por diversas doenças associadas, como a diabetes, a hipertensão e diversos tipos de cânceres. Conta alta para os cofres públicos, já que a medicação é distribuída gratuitamente pelo SUS, por isso não há como pensar que as *fake news* não tenham também interesses políticos quando o assunto é saúde e que os apelos emocionais estejam ligados às relações de poder.

O investimento financeiro que cada sujeito aplica em seu corpo é proporcional às informações que ele acredita serem verdadeiras. As consultas médicas são caras, o atendimento público nem sempre tem a qualidade esperada, logo eles vão procurar alternativas compatíveis ao seu poder de compra (consideraremos aqui tanto a compra de bens materiais quanto a das ideias que circulam na internet). As referidas “pessoas com alto poder de convencimento” são o que conhecemos hoje por influenciadores digitais, e essa autoridade que recai sobre eles se dá graças ao número de seguidores que possuem. Eles “distorcem as evidências reais, em benefício próprio”, pois é mais fácil vender uma solução rápida para os que buscam emagrecer do que aguardar o resultado de estudos científicos que comprovem suas suposições, já que esses podem levar anos para chegar a conclusões mais concretas.

Recorte 3

☞ *Isso leva a uma tendência de menosprezar a medicina tradicional, considerada “ultrapassada”, e os médicos que a seguem são “preguiçosos, pois não estudam”. [...]*

☞ *Digo isso para que tomem cuidados com “profetas” que advogam que a medicina tradicional está errada; que um novo estudo derrubou premissas antigas, etc.*

Em dois momentos, o profissional se posiciona em seu discurso como o sujeito da ciência, da medicina tradicional e seu discurso é validado pelas fontes, por revistas conhecidas e um dizer referenciado, típico dos acadêmicos e seus pares. Porém, como já trouxemos nesta tese, os dizeres científicos são cada vez mais apropriados e reproduzidos pelos sujeitos leigos.

Também recorre aos apelos emocionais quando se coloca na posição de defensor do discurso médico, e a palavra “preguiçosos”, pouco usada para descrever um profissional na área de medicina, mas muito utilizada para descrever um obeso, aparece em uma das brechas em que os sentidos sobre o emagrecimento se mesclam nos discursos de profissionais e leigos.

Os “profetas” que cita podem ser os próprios médicos, os *coaches* de saúde e até mesmo os jornalistas. Profetizar é prever algo que pode acontecer em um futuro breve, porém o que pode ser profetizado para a saúde da população se a quantidade de informações é tão grande e desordenada? Na velocidade instaurada da vida pós-moderna, nem sempre há tempo de conferir as fontes de informação nem de se esperar pela conclusão de experimentos científicos, por isso é mais fácil lançar as palavras ao vento, como diria Pêcheux, “ça circule”, colocar para circular sentidos que, se tocarem as emoções dos leitores, terão grandes chances de serem considerados como verdade.

Podemos perceber esse efeito no último recorte. Temos citadas as fontes e um dizer que se choca com os desejos de rapidez dos leitores, já que o médico afirma que os resultados científicos não acontecem de forma repentina.

Recorte 4

☞ Uma matéria recente da revista *Veja* mostrou que quase metade das informações falsas de saúde no Brasil tem como tema obesidade, diabetes e esteatose hepática (gordura no fígado), tornando ainda mais relevante a necessidade de trazer fontes sérias de informação para a internet e redes sociais. ☞ Muitas vezes, novos estudos são divulgados como surpreendentes, que mudam tudo o que sabíamos sobre um alimento, por exemplo. Em ciência não é assim que as coisas ocorrem. Muito dificilmente um único estudo quebra paradigmas; e sim, uma série de estudos apontam numa direção, outros em outra, e só um conhecimento profundo de um assunto permite colocar em contexto novas pesquisas.

Para concluir este capítulo, portanto, vamos pensar a pós-verdade como uma relativização da verdade. Nesse jogo de significações, entra outro ator, a realidade. Os jornalistas que defendem a objetividade e a imparcialidade também incluem em suas opiniões o uso da intencionalidade, o que, para nós, seguindo os princípios da AD, também pode ser relativizada.

O sujeito-autor tem seus objetivos ao escrever um texto, porém não controla totalmente os sentidos por meio da linguagem, que não é transparente nem possui toda a objetividade pretendida pelas ciências mais rígidas. Ao escrever e disseminar uma notícia falsa, a relação com a verdade se dá junto com os apelos emocionais, por isso a tradução literal de *fake news* nem sempre dá conta de um sentido que “nem sempre” é totalmente falso. A *fake news* pode se amparar na verdade do autor, assim como na verdade dos leitores, dentro de suas crenças, valores e sentimentos. São gradações de sentidos (PIETROFORTE, 2016) que não definem a verdade em oposição à mentira, que seria seu outro polo, mas que despertam outros sentidos nesse entremeio.

No *dégradé* das tonalidades que estão entre esses polos e que mergulha no que Pêcheux chama de esquecimento número 1, em Orlandi (1997), a ilusão da autoria é o exercício de vozes heterogêneas que se cruzam para criar um outro texto. No caso das informações, um texto com um efeito de verdade, que pode ser o reflexo de uma informação que se acredita ser verdadeira.

A recepção e aceitação dessa verdade ou “meia-verdade” cabe aos sujeitos leitores, que não podemos dizer que são influenciados, mas que estão propensos a aceitar a informação por causa das suas condições de produção e do contexto histórico na qual está inserida.

A tecnologia é uma grande aliada na era da pós-verdade, cada rede social possui seus algoritmos para entregar aos usuários conteúdos de seu interesse, segundo os padrões de uso e buscas nesse espaço. A revista *Science* alerta quanto ao uso de *bots* (abreviação de *robots*, que são, na tradução literal, robôs), sistemas programados para compartilhar automaticamente conteúdos de determinados sites e agências de notícias (LAZER et al., 2018). Dessa forma, não podemos fechar nossos olhos a esses acontecimentos, mas, apesar da dificuldade de controlar como os sujeitos são afetados, não restam dúvidas de que existe um mecanismo muito poderoso nos domínios do virtual, como já discutimos no capítulo sobre as condições de produção do DSE.

Mecanismos de poder, aliados ao funcionamento do discurso político, que capturam os sujeitos por apelos emocionais e que criam um terreno fértil para a disseminação de “novas verdades”. Conferiremos esse efeito da pós-verdade nas postagens da Elô, no capítulo que se segue.

6 POSTAGENS DA ELÔ EM DISCURSO: SENTIDOS SOBRE EMAGRECIMENTO

Já falamos da Elô nos capítulos anteriores e já trouxemos algumas de suas postagens. A escolha desse perfil se deu logo no início da pesquisa, quando pretendíamos selecionar apenas sujeitos leigos, muitos dos quais poderiam estar em seu lugar pela semelhança do funcionamento discursivo. No entanto, a Elô esteve presente desde 2015 em nossos passeios pelas redes sociais, nos momentos de conferir o que acontecia nas *timelines* e na espera pela próxima postagem, pelos próximos capítulos de uma história que se delineou diante de nossos olhos.

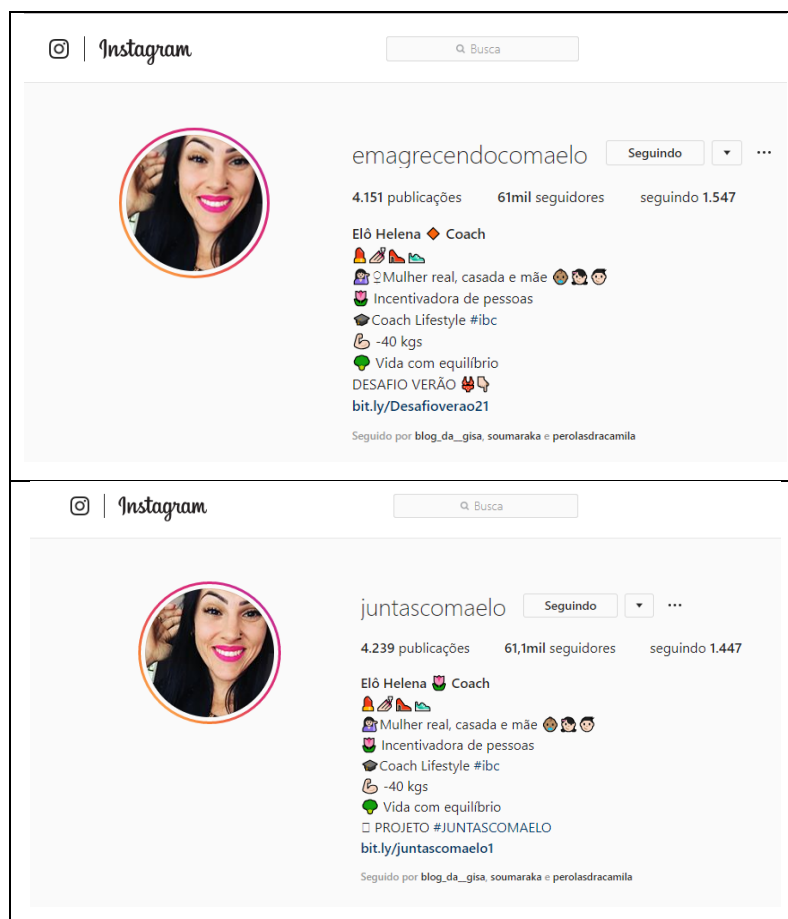
Trazemos a Elô não apenas como um estudo de caso, um *case*, como diriam os marqueteiros, mas como um sujeito que fez parte de nosso dia a dia, conforme observamos o dela. Vimos a dona de casa perder peso, recorrer a programas na internet, fazer “vaquinha” online para pagar sua cirurgia de excesso de pele, propagar dietas e se inserir na carreira de *coach*.

Por que esse perfil chamou nossa atenção? Porque seu discurso ilustra a trajetória dos sentidos sobre o emagrecimento e seu funcionamento nas redes sociais, já que ela muda de posição sujeito periodicamente. Suas postagens se alteram conforme os modismos e passam de “despretensiosas”, de uma dona de casa que emagreceu sozinha, para uma mulher que se tornou *coach* e hoje dá suporte a quem quer emagrecer de forma profissional. A deriva dos sentidos, as “verdades” que vão mudando a cada período de tempo, é como essa posição sujeito segue, navegando conforme o rumo dos sentidos mais recorrentes.

Iniciaremos com as fotos de seu perfil do *Instagram* e do *Facebook*, que são um pouco diferentes. No IG, a descrição já aparece na abertura do aplicativo, e já temos desde aí um indício de uma primeira mudança de posição sujeito no discurso da Elô, que começa com a mudança de nome de seus perfis. A princípio, era “Emagrecendo com a Elô”, tendência que seguia, já que muitos outros perfis começavam com o verbo “emagrecer” no gerúndio para trazer um efeito de ação, chamando os seguidores a tomarem uma atitude em suas vidas e também a acompanharem essas páginas, a emagrecer juntos.

Temos outros exemplos de perfis no Instagram, como: “Emagrecendo com Maristela” (@emagrecendocommaristela), “Emagrecendo com a Deh” (@emagrecendocoma_deh), “Emagrecendo com a Rafa” (@emagrecendocomarafa), entre tantos outros. Recentemente, o nome de seu perfil mudou para “Juntas com a Elô”, que era usado em um grupo de suas seguidoras e agora foi adotado inclusive para a página do *Facebook*.

A seguir, o seu perfil no IG, com a alteração dos nomes:



Outras informações do perfil não foram alteradas, exceto as últimas linhas que mostram o “desafio” ou o “projeto” a que está se dedicando no momento como *coach*. O perfil, agora mais profissional, continua com a descrição de “mulher real, casada e mãe”, três posições sujeito que ela assume. “Mulher real” pode ter os sentidos de uma mulher que tem suas tarefas do dia a dia, trabalha, realiza várias atividades durante o dia, inclusive a de cuidar da casa, do marido e dos filhos, assumindo a posição de “casada” e de “mãe”. O “real” nas postagens que faz também indicia um corpo “real”, que não é alterado por efeitos computacionais, como discute Sanches (2018, p. 141):

[...] na ilusão de tentar a todo custo modelar o corpo físico em um corpo-imagem, metafísico, que não corresponde à realidade, o sujeito é exposto a uma série de armadilhas provenientes de um discurso que se materializa em textos e imagens ilusórias. Discurso que interpela ideologicamente o sujeito a fazer todo esforço para alcançar o corpo idealizado em revistas e sites. Desta forma, o corpo do/no discurso midiático das dietas não pode ser pensado apenas como corpo empírico, mas o corpo em sua materialidade significativa.

Ela se coloca em uma posição oposta à das blogueiras e de outros sites *fitness*, tenta

colocar para circular sentidos sobre a aceitação de um corpo que não é igual, mas que é “real”. Porém, veremos mais adiante que esses dizeres também se dispersam em alguns momentos, quando há um grande esforço para atingir um corpo ideal, seja por meio de dietas ou de procedimentos cirúrgicos estéticos, e podemos perceber, conforme encontramos em Paula (2018, p. 89), “que não há espaço para a obesidade no campo da estética, tanto que alguns sujeitos se submetem a cirurgias bariátricas com a finalidade de perderem peso e atingirem esse ideal contemporâneo”.

A autora (PAULA, 2018, p. 90), em sua dissertação de mestrado, trabalhou com sujeitos que foram submetidos à cirurgia bariátrica e analisou seus discursos após um ano do procedimento:

[...] os sujeitos materializam na formação discursiva sentidos dominantes sobre estética ao associarem emagrecimento com cirurgia bariátrica. Esses sentidos tornam-se dominantes, pois o discurso da contemporaneidade contribui para que haja um deslocamento de sentidos em relação à cirurgia bariátrica. [...] quando o hospital, ou a clínica para Foucault (1980/2015), lugar este que legitima o discurso médico, coloca o corpo obeso em evidência, evidencia-se também o seu não lugar, a sua ‘falta’ de saúde, como se ser obeso fosse sinônimo de não saúde, ou seja, evidencia o corpo que está fora dos padrões: padrão de saúde, padrão de estética, padrão de magreza, como se o procedimento cirúrgico em questão objetivasse esse fim.

Sentidos que não são diferentes no discurso da Elô e de muitos outros perfis que seguimos. O corpo onde se materializam os discursos do emagrecimento é aquele que precisa ser moldado segundo os padrões ditados pela sociedade, porém o discurso que deve circular é o da busca pela saúde. Retomamos aqui o conceito de silêncio, já que o que pode ser dito é a necessidade de ser saudável, mas o que “fala” no silêncio e reclama sentidos é a preocupação em ser magro e ter um corpo dentro dos moldes aceitáveis, ou seja, sem nenhuma pele sobrando, sem gordura ou outras imperfeições, que existem nos corpos reais.

No *Facebook*, as páginas contêm uma foto de perfil e uma foto de capa. Na foto de perfil há uma caricatura da Elô, com o nome anterior, porém já está mudado na página. Notamos também a descrição, igual à do IG; mas, como no FB há uma limitação de espaço, ela não aparece completa, assim como a foto de capa, que só conseguimos ver completamente se clicarmos para abrir.

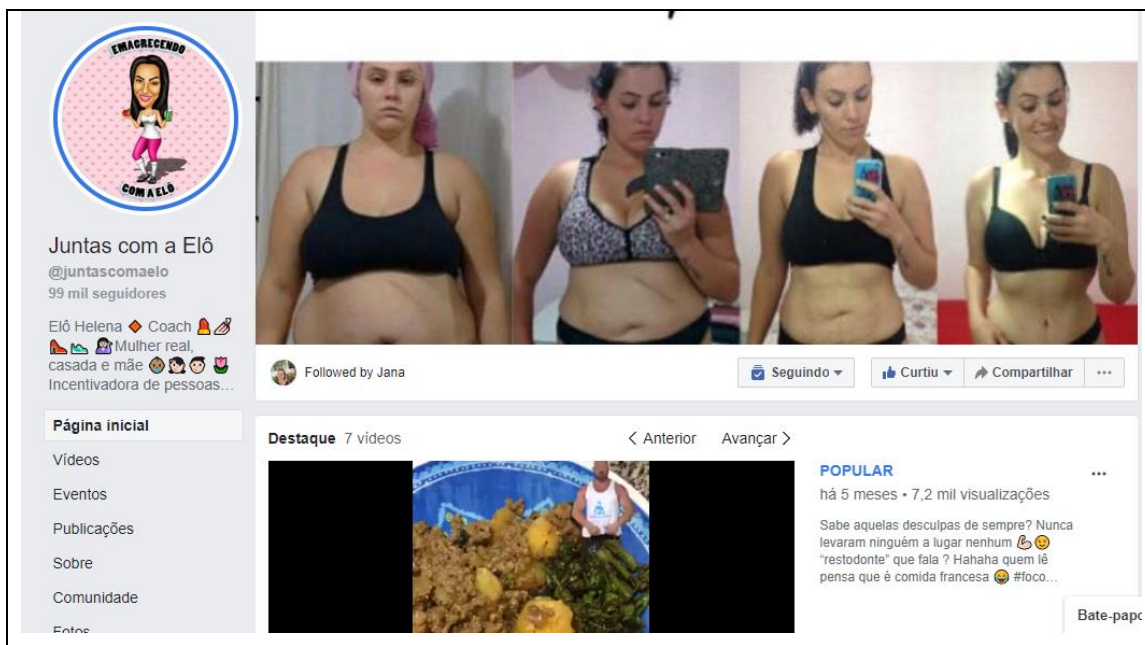


Foto de perfil:



Tudo é possível



@emagrecendocomaelo

Aquele que crê!

Foto de capa:

Na publicação a seguir, deixaremos a própria Elô contar a sua história:



Facebook

Perfil: @juntascomaelo

Data: 03/12/2018

Estar com saúde para viver muitos anos (se Deus assim permitir) ao lado dos meus filhos, foi sem dúvidas minha maior motivação!

Poder ver eles crescerem e fazer parte disso, não tem preço, sou grata a Deus pela segunda chance! ♥

Pouco mais sobre minha história..

em março de 2014 fui internada com dores fortíssimas, vomito, tontura, falta de ar e aquela sensação de que eu não sairia viva para contar história, tão grande era a dor que eu tinha.

Fui internada com pancreatite aguda, a má alimentação me deu de presente muitas pedrinhas na vesícula que em uma crise migraram para o canal do meu pâncreas causando infecção. Meu nível de PCR era altíssimo!! Fiquei em sonda gástrica nasal e alimentação parenteral central durante 19 dias, nem água eu podia beber para não estimular o pâncreas e a vesícula para que a infecção diminuísse. Meu estado de saúde era grave, fui encaminhada para UTI.. Era medicada com morfina a cada 4 horas para poder suportar as dores. Enquanto estava internada minha mãe que estava tbm internada em outro hospital por infecção urinária e AVC, teve uma sépsse e veio a óbito, e eu não pude ir me despedir dela por que estava lá em estado grave devido as consequências que a má alimentação havia me causado.. isso me dói até hoje..

Sofria e chorava muito por tbm ter deixado em casa o Arthur com 1 ano e meio e a Alice com apenas 3 meses de vida.

A obesidade me tirou muita coisa gente, mas não vai me tirar da vida dos meus filhos. Sim, mesmo tendo passado por tudo isso e muito mais, ainda é difícil.. é uma luta diária e eu sei que será eterna. Pra finalizar essa parte da minha vida, meu pcr baixou, fiz a cirurgia as pressas para não correr os riscos de ter uma nova migração, e através daquele corte que tenho na barriga e que muitos de vocês sempre perguntam o que é, minha vesícula foi retirada, e depois de 35 dias internada pude ir para casa.

Deus me deu uma nova chance ali. E hoje eis-me aqui Senhor, podendo ser exemplo para milhares de pessoas, longe de ser perfeita, mas sendo uma pessoa real vou mostrando a vocês que tudo é possível e que vencedor é aquele que VENCE DORES todos os dias, tropeça, cai, mas sempre e acima de tudo se levanta!

A postagem se mantém original, da maneira como foi escrita. O que nos importa aqui é mostrar como os apelos emocionais são fortes e como a narradora, que viveu toda essa história, destaca a necessidade da luta pelo emagrecimento para que não haja perdas e danos irreparáveis nas vidas e na saúde das pessoas. O excesso de peso mata milhões no mundo, a obesidade, quando instalada, abre as portas para outras doenças, e as principais delas são a hipertensão e a

diabetes. No caso da Elô, houve um problema no pâncreas e pedras na vesícula causadas pela má alimentação. Caso não fossem diagnosticados a tempo, ela podia ter perdido sua vida, deixando o marido e os filhos pequenos. Também por causa dessa internação, não teve a oportunidade de se despedir de sua mãe, que faleceu no mesmo período.

Os sentidos que ela coloca em circulação são o da doença. O mal-estar físico causado pelo excesso de peso e de alimentação incorreta, além da falta de cuidado com o corpo que lhe tirou oportunidades de vivenciar os momentos que já citamos. O primeiro sinal de alerta que deveria acontecer uma mudança foi a doença. Na posição de obesa, com a saúde afetada e a possibilidade de perder a própria vida, a culpa e a responsabilidade de estar acima do peso recaem sobre o sujeito que busca alternativas para se “curar”.

Pelo seu exemplo, mostra que não é preciso chegar a esse ponto para querer uma mudança de vida e captura o leitor com os apelos emocionais, com a ameaça iminente da perda em diversas esferas, da saúde, da família, do trabalho etc. A formulação “a obesidade me tirou muita coisa” mostra isso. “E hoje eis-me aqui Senhor, podendo ser exemplo para milhares de pessoas, longe de ser perfeita, mas sendo uma pessoa real”. Temos aqui a tentativa de identificação por meio do exemplo e da retomada da palavra “real”, além da inserção do discurso religioso, que aparece em muitas de suas formulações. Ser real é não ser perfeito no discurso da Elô, é passar por todas as adversidades que ela ressalta e se levantar ao final, ou seja, vencer as dores da vida.

Seguir a Elô nas redes sociais, portanto, é estar disposto a “vencer dores”, como ela mesmo destaca, fazendo o trocadilho com a palavra “vencedores”. Nesse enunciado, para quem não a conhece, não há como dizer se é uma pessoa que tem ou não condições financeiras de se tratar, como chegou a esse ponto de obesidade, mas o sentido de perda (de saúde, da mãe, da companhia dos filhos) é o que mais nos marca em seu discurso. Dessa maneira, ser vencedor é ter saúde e se esforçar para emagrecer.

Feitas as apresentações e conhecendo melhor o sujeito Elô e um pouco de seu discurso, iremos nos deslocar nos sentidos de suas postagens, as quais selecionamos por temas e fases que foram expostas nas redes sociais.

6.1 Primeiras Postagens

As primeiras ações tomadas quando se deseja emagrecer são as de mudar os hábitos alimentares e inserir atividades físicas em seu cotidiano de forma regular. No perfil da Elô, esses são os primeiros indícios de um sujeito que, afetado pelos discursos que circulam na

internet, começa a seguir algumas regras e ensinamentos pré-estabelecidos pelo conhecimento on-line. Quanto ao tempo, determinou 30 minutos por dia, mas não temos pistas do porquê, apenas deduzimos por causa da *hashtag* #30tododia e de algumas postagens, como veremos a seguir.

Mostrar uma rotina de alimentação saudável também é importante e frequente nos perfis *fitness* do IG e do FB. Leigos e profissionais de saúde disponibilizam receitas com poucas calorias, com ingredientes variados, para todos os níveis aquisitivos. Algumas blogueiras famosas são criticadas por recomendarem produtos caros, muitas vezes não acessíveis à realidade da população brasileira, além de serem orientadas por nutricionistas, de terem cozinheiras que preparam seus cardápios e *personal trainers* para se exercitar.

Aqueles que não têm um poder aquisitivo alto se sentem amparados com perfis como o da Elô, identificando-se com o autor pela proximidade de suas realidades. Mesmo copiando os modelos de postagens das blogueiras *fitness*, as receitas podem estar ao alcance das pessoas que querem ter uma vida saudável. As primeiras postagens que encontramos, do ano de 2015, falam sobre mudança de vida e de alimentação, disponibilizando cardápios e receitas que podem ser seguidos por muitos leitores, como podemos conferir abaixo:

 Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 15/03/2015	Substituto do pãozinho integral de hj.. Com recheio de banana c canela e chá fuze preto com canela, pra não sair do foco! Logo mais treino  #tapioca #projetoVidaSaudavel #30tododia
--	---

Já discorreremos um pouco sobre as substituições. O café da manhã tradicional dos brasileiros inclui algum tipo de carboidrato pela manhã, e o mais comum é o pão francês. Os outros tipos de pães têm ganhado versões integrais, mais leves, e, na postagem acima, temos a tapioca, que há algum tempo não era tão popular nos estados do Sul e Sudeste, mas que ganhou espaço com as recomendações de blogueiros e influenciadores digitais. Apesar de ser um produto com índice glicêmico alto, assim como o pãozinho, o “substituto” tem o seu glamour quando é preenchido por recheios diversos, doces e salgados, mas a associação com uma fruta

(banana) e um ingrediente considerado termogênico (canela), além do “chá fuze preto”, não deixam o sujeito “sair do foco”.

“Foco” é uma palavra que se repete em muitas postagens, mas o que é focado quando o sujeito quer emagrecer? O corpo desejado ou o processo para chegar até ele? A falta de foco faz com que aconteçam deslizos, “jacadas” e até mesmo desistência de tratamentos. Isso poderia estar acontecendo porque não há foco, ou porque o foco está no lugar errado?

Passemos para a próxima postagem:

	Retirado do panelaterapia e feito algumas modificações. Delícia mata a vontade pelo doce e é ótimo pra tomar com aquele chazinho. Receitinha pra quem quiser: ☞ 1 banana amassada ☞ 1 colher de chá de mel ☞ 1 colher de chá de canela ☞ 5 colheres de sopa de aveia em flocos grossos. ☞ 1 colher de chia Mistura tudinho, faça bolinhas achatando e coloca para assar no forno ou no micro. Pronto! 😊 Rendeu 10 biscoitinhos. 🍪 #projetoVidaSaudavel #receitasfit
---	--

Temos aqui uma foto de alguns *cookies* de aveia, e, na postagem, a referência a uma página de receitas saudáveis, a “panelaterapia”. O que nos chama a atenção é a formulação “feito algumas modificações”. Como já dissemos, muitas receitas não são acessíveis a grande parte da população, e as alterações, a substituição de ingredientes, acabam sendo comuns. Não foi dita qual foi essa alteração, a Elô reproduziu a receita conforme encontrou em outra página, porém isso reforça que quem quer fazer dieta e seguir uma alimentação saudável tem a “permissão” de adaptar suas receitas, contanto que o ingrediente não seja mais calórico que o indicado.

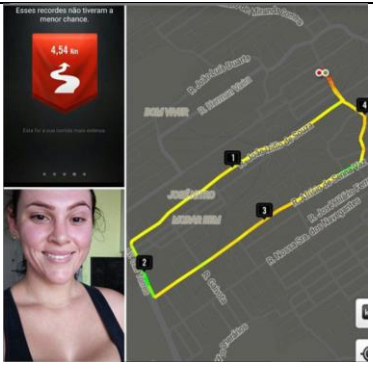
Mesmo com a preocupação da escolha e com a “pureza” dos ingredientes, esse discurso traz certo conforto, pois mostra o prazer de cozinhar, de descobrir outros ingredientes, de experimentar coisas novas, características de quem gosta de estar na cozinha. As “receitas fit” são uma forma de o sujeito poder cozinhar suas refeições e não se sentir culpado pelo que está comendo, mesmo que não tenha todo o dinheiro nem a estrutura da cozinha de uma blogueira *fitness*.

A seguir, mais uma foto da “cozinha fit” e novamente as palavras “foco na dieta”:

	Pimentão recheado. Top 🍴😊 #cozinhafit #foconadieta #reeducaçãoalimentar #vidasaudavel
Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 27/07/2015	

Nas três postagens, encontramos a *hashtag* “vida saudável” ou “projeto vida saudável”. Acima, temos também citada a “reeducação alimentar”, portanto para um primeiro passo em direção a uma vida com mais saúde, é preciso, segundo o discurso da Elô, reeducar-se, reaprender a comer da forma “correta”, com alimentos mais “puros”, o que ela também traz em outras de suas postagens como “comida de verdade”. Quanto mais naturais, livres de processos industriais e químicos, mais saudável a alimentação.

A mudança na alimentação e as atividades físicas são obrigatórias para uma mudança de vida. Para os sedentários, a indicação são atividades leves, como a caminhada, e foi por aí que os hábitos e o corpo dessa mulher começaram a mudar. Os resultados positivos começaram a incentivar outras pessoas e, conforme o número de seguidores crescia nas redes sociais, crescia também a sua credibilidade e, inevitavelmente, suas responsabilidades. Depois de um tempo, atividades leves não são suficientes, perder peso aos poucos não é suficiente, postar qualquer foto de alimento ou de exercício não é suficiente. De início, mostravam a tela de um aplicativo de exercícios que calcula a distância da caminhada, fotos com roupa de ginástica e pistas de que, em breve, haveria um salto dentro do universo de discursos sobre vida saudável.

	🏃👤 feliz com o resultado para o 1º dia de retorno. #30tododia #30diasparasecar #caminhadaecorrida #nikerunning #foconadieta #vidasaudavel #emagrecimentosaudavel #confiabonita #atividadefisica #somais1k
Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 05/08/2015	

 Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 02/08/2015	Treino concluído com sucesso. Hoje não fiz metade do que fiz ontem, mas parece que fiz o dobro, hj foi na praia 🌊☀️ a tração da areia é punk, além do mais hj superei na corrida 🏃🏻💪 bom muito bom, o barulho do mar foi o som que me acompanhou hj com certeza melhor não há. E para recarregar lanche da tarde, salada de fruta, morango, kiwi, banana e chia. 🥥🥭 #reeducaçãoalimentar #caminhadaecorrida #praia #assimficafacil#sqn #foconadieta #vidasaudavel #emagrecimentosaudavel#amanhanoandorastejo #30tododia#atividadefisica #xosedentarismo #nike#nikerunning 😊 #somais1k
--	--

A hashtag #30tododia continua a aparecer e também #foconadieta, por isso também vemos na segunda imagem algumas frutas cobertas por sementes de chia, muito utilizadas nas dietas da moda, como ela mesmo descreve. Se, na primeira postagem, ela está feliz por retornar às atividades físicas e conseguiu realizar uma caminhada de 4,5 km, na segunda, ela precisou se “superar”. Depois de um dia ruim, de um treino de menor intensidade, o seguinte deve ser superior, mais “punk”, por isso também a importância da alimentação para “recarregar” e estar pronta para se superar novamente.

As caminhadas e corridas já recebem o nome de treino, comum entre os frequentadores de academias e que trabalham seus corpos em ambientes especializados ou com ajuda de profissionais de educação física. Em setembro de 2015, os treinos começam a serem feitos em casa, por um programa disponibilizado on-line, montado por um educador físico, o Q48, que destacaremos a seguir.

6.2 Q48: emagrecendo (em casa) com a Elô

Em um primeiro momento, o discurso da Elô é o que circula sobre “emagrecer sozinho”, e, por isso, utilizou um método de exercícios disponível em forma de vídeos no YouTube. Por ser a responsabilidade individual bastante exigida, quando há resultados positivos de perda de peso, a recompensa é grande, especialmente se o sujeito não teve nenhum acompanhamento de um profissional e os conseguiu por seus próprios méritos. A divulgação do Q48⁵⁰ (que significa queima de gordura por 48 horas) rendeu visibilidade ao seu perfil e ao programa do educador

⁵⁰ <https://www.facebook.com/queimade48horas/>

físico Vinícius Possebon, que se denomina *Fitness Trainer*. O programa promete uma queima rápida de gordura, com efeitos que permanecem por 48 horas, com treinos curtos e que podem ser realizados em qualquer lugar, como explicam as postagens:

 Facebook Perfil: @juntascomaelo Data: 29/09/2015	Boa tarde povo ☺ Vida corrida essa nossa né. Tenho casa, marido, filhos, faço almoço, faxina, lavo, e ainda tempinho para cuidar da gente né. Mesmo que seja 10 minutos do seu dia tire para vc se exercitar. Ahh mas não tenho dimdim para pagar academia, não tenho tempo.. E por aí vai.. Muito além de precisar, merecemos!! Filhotes foram para escolinha, terminei de limpar tudo, a vontade é de se largar no sofá da sala, mas sqn. To colocando o vídeo que é esse do link abaixo 👉👉 e tô me exercitando em casa. Na NET tem muito treino bacana e de graça! Esse é o q48. Show de bola. Tô morta com farofa. Bom demais. Bora emagrecer com saúde! 💪 #xopreguica #xosedentarismo https://youtu.be/ujaOEJ7l4VY
---	---

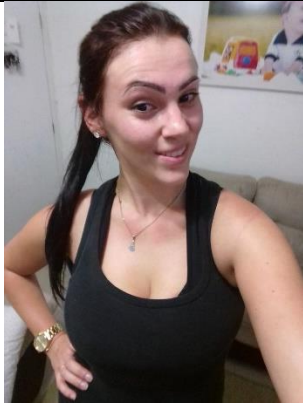
O resultado “rápido”, segundo a Elô, pode ser obtido com as responsabilidades e afazeres diários de uma pessoa “real”, e, mesmo estando cansada, é preciso “praticar exercícios físicos em casa nos poucos momentos que sobram da rotina diária sufocante da imensa maioria dos indivíduos” (SANCHES, 2018, p. 113).

“Correr atrás da saúde” poderia significar um conjunto de atitudes como consultar médicos e fazer exames regularmente de acordo com o que é prescrito em cada período da vida, manter uma alimentação saudável, evitar vícios, etc. No entanto correr (no sentido de andar em velocidade) é a maneira como o sujeito é convocado a manter-se saudável (SANCHES, 2018, p. 178).

A Elô também faz essa convocação por meio da gíria “bora”, abreviação de “vamos embora”, muito utilizada quando se espera uma resposta imediata. “Bora começar a se exercitar, agora!”, a “emagrecer com saúde”, de forma saudável porém rápida. Para se ter melhores resultados, mesmo em casa, é preciso recriar o ambiente da academia, com as roupas e tênis coloridos, específicos para a prática de esportes, conforme observamos na imagem.

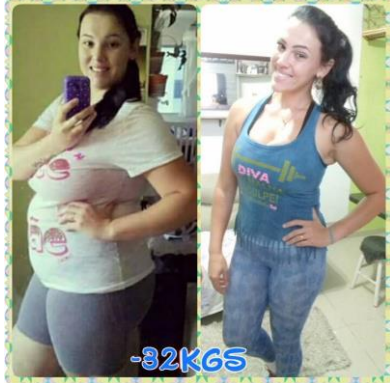
É possível ter acesso ao programa Q48 gratuitamente, com algumas aulas mais simples que são disponibilizadas, mas como a evolução é progressiva, com o tempo a necessidade de

“aumentar a carga” faz com que os apelos dos anúncios sejam atendidos e os usuários acabem comprando mais aulas, conforme a próxima postagem:

	Olha o suador!! 🥳🥳 Q48 concluído com sucesso! Para que academia se posso ter ótimos resultados no conforto da minha casa? Não conhece o q48? No YouTube tem vários vídeos gratuitos. Mas os treinos completos mesmo só adquirindo o pacote. Se vale a pena? Vale muito!! Quer mais informações? Clica aqui! ➡ bit.ly/emagrecaemcasacomaoeloq48
Facebook Perfil: @juntascomaelo Data: 19/05/2016	

A visibilidade aumenta e seus seguidores também, o que faz com que a dona de casa invista na venda do programa de exercícios que divulga todos os dias, ganhando, provavelmente, uma porcentagem sobre cada pacote adquirido por seus leitores, haja vista que o link para as informações sobre o programa tem o seu nome: bit.ly/emagrecaemcasacomaoeloq48.

A propaganda é bastante comum em perfis *fitness*, principalmente quando há muitos seguidores, ou seja, potenciais compradores. Todos querem saber qual é o suplemento que eles tomam, o que comem, quais academias frequentam etc. Sempre são alvos de muitas críticas, porém é uma maneira de capitalizar sua exposição nas redes e até, em alguns casos, transformar essa exposição em meio de vida. Contudo, para vender, é preciso mostrar os resultados:

	Oque é q48? São exercícios curtos de alta intensidade, que fazem com que seu corpo continue queimando gordura até 48 horas depois. Não precisa de ajuda de nenhum aparelho para executar os exercícios, que podem ser feitos no conforto da sua casa. Para quem vive na correria do dia a dia, quem tem filhos pequenos assim como eu e não tem com quem deixá los, ou você mesmo que não gosta de ficar horas na academia, não tem mais desculpa para não se exercitar e emagrecer. Os resultados são incríveis. Em poucas semanas da para ver a olho nú a mudança no corpo. Muito mais barato que academia, além de emagrecer muito mais rápido também pela combinação dos exercícios que causam grande queima de calorias por longo tempo. Seu
Facebook	

Perfil: @juntascomaelo Data: 19/04/2016	acesso é vitalício, ou seja paga uma vez e usa para sempre. Sem desculpa amores! A gente gasta com doença, com saúde e bem estar agente investi!! Invista em você! Você merece! 😊💪❤️ Adquira aqui na página e ganhe 4 bônus exclusivos incluindo acesso a área vip 🙌🙌 ➡️ http://hotmart.net.br/show.html?a=O3814967V&ap=536f ➡️ 🙌💪
--	---

Os resultados aparecem em “poucas semanas” e o programa é para quem “não gosta de ficar horas na academia”, sendo assim os resultados são “rápidos”. A foto postada não dá indícios do tempo que ela precisou para perder os 32kg que estão destacados e provavelmente o resultado desse corpo diferente começou a ser construído antes dos exercícios e por outras medidas tomadas por ela para melhorar sua saúde. A mão na cintura guia o nosso olhar nas fotos para a parte do corpo que a maioria quer “afinar”, assim a segunda já mostra uma barriga reta, sem gordura.

Outro detalhe são as roupas. Na foto do antes, uma camiseta qualquer, desleixada, e depois uma regata da moda usada diariamente nas academias pelas mulheres, estampada com a palavra “Diva”, que se tornou um adjetivo para exaltar as qualidades de mulheres lindas, exuberantes (e magras). O penteado “rabo de cavalo” não é feito de qualquer jeito, é alto, eleva a postura de uma pessoa confiante, que conseguiu emagrecer e que pode mostrar com orgulho os resultados no próprio corpo.

Além dos resultados, as postagens constantes, quase que diárias, mostram a adesão ao programa e são a prova de que o sujeito realiza os exercícios com prazer e que vende algo em que acredita.

	Que isso Elô? 13 graus e tas suando assim? 11 minutos de q48 te deixa assim 😊😊💪🙌 Eu jamais teria obtido resultados tão bons se não tivesse encontrado você #q48 ❤️ Com 3 filhos pequenos uma rotina corrida de mãe e dona de casa, poder me exercitar e emagrecer dentro de casa não é sonho de consumo é realidade! 🙌🙌🙌 Eternamente grata! Iniciei com os vídeos gratuitos disponíveis no YouTube e logo depois adquiri o pacote e foi a melhor coisa que fiz. Tenho os treinos completos, extras e desafios. Para os seguidores da página tem 4 bônus exclusivos incluindo acesso a área vip esperando vocês nesse link aqui
---	--

Facebook
 Perfil: @juntascomaelo
 Data: 06/06/2016

	http://bit.ly/emagrecaemcasacomaoacloq48 Sempre digo e repito que com saúde, bem estar e alto estima a gente não gasta, investe!! Invista em você. 😊😊💪
--	---

Em todas as fotos, Elô aparece suada e sorrindo, mostrando que os sacrifícios têm recompensas e que emagrecer também fará outras pessoas felizes. Como vimos, nesse primeiro momento, há uma preparação do corpo, junto com os discursos mais elementares sobre vida saudável, que reforçam a necessidade de criar novos hábitos, começando com a alimentação e com as atividades físicas. Dessa maneira, podemos dizer que o DSE, além de instável, é progressivo, porque captura o sujeito com rapidez, mas também faz com ele mude de formação discursiva na mesma velocidade. A quantidade de exercícios que a Elô fazia há 4 anos não é mais suficiente hoje; não ter uma orientação profissional e obter resultados sozinha não a satisfaz mais, nem aos seus seguidores. Quando a repetição faz com que os sentidos estejam saturados, ela muda de posição sujeito.

6.3 Postagens sobre o Jejum intermitente

O Jejum intermitente (JI) ganhou muita fama a partir de 2016 e, aliado a uma dieta de baixas calorias, promete emagrecimento rápido e eficiente. Não é considerado uma dieta, o hábito de jejuar existe desde as primeiras civilizações e muitos o fazem por motivos pessoais ou religiosos, principalmente. Quando o médico japonês Yoshinori Ohsumi ganhou o prêmio Nobel de medicina com sua pesquisa sobre autofagia celular, os holofotes iluminaram ainda mais os que defendiam o JI para fins de emagrecimento.

Sua filosofia foi amplamente divulgada por celebridades, que se privavam de qualquer alimento por horas, chegando a ficar mais de um dia inteiro sem comer. Algumas delas foram polêmicas, como a atriz Débora Secco, que declarou ser adepta do JI e o praticar durante a gravidez de sua filha. A Elô, assim como muitos seguidores de páginas *fitness* no IG e no FB, aderiu à moda e, por um longo período, fazia postagens sobre sua rotina, realizando o JI todos os dias.

O maior argumento é o de que a privação de alimentos, quando feita de forma controlada, ativa mecanismos de autodefesa das células, garantindo maior longevidade. Por consequência, ao ficar longos períodos sem se alimentar, as células de gorduras seriam utilizadas para obter a energia necessária para manter o corpo ativo, o que provoca o emagrecimento. Amparada por diversos profissionais de saúde que também divulgam os

grandes benefícios do jejum, a Elô escrevia e compartilhava publicações diariamente, ensinando aos seus leitores como ele deveria ser aplicado.

Porém, antes de mostrarmos suas postagens sobre o JI, vejamos uma que foi feita logo no início de seu processo de emagrecimento, na qual ela começa suas mudanças alimentares propagando o hábito de comer de 3 em 3 horas, e que logo depois diria que não é necessário ao aderir ao jejum:

 Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 02/08/2015	Hora do lanchinho. Abacaxi in fruta! · Por que comer de 3 em 3 horas? · 1. Comer de 3 em 3 horas Acelera seu Metabolismo · Toda vez que você comer algo, estará gastando calorias na hora em que tiver digerindo os alimentos. Ou seja, comer de 3 em 3 horas obriga o seu organismo a reiniciar a digestão de 5 a 6 vezes por dia, queimando mais calorias e consequentemente fazendo você perder peso. · 2. Comer a cada 3 horas ajuda você a não chegar na próxima refeição com fome Comer de 3 em 3 horas faz você perder peso sem passar fome, pois você acaba comendo antes de ficar com vontade de comer novamente. Ou seja, quando você espera ficar com fome para depois comer seu corpo já está em estado de alerta e é aí que surge aquele famoso “pratão de pedreiro”. Haha :p 3. Comer de 3 em 3 horas ajuda Ganhar Músculos e Queimar Gordura Após 3 horas da sua última refeição, o organismo termina o processo da digestão. Os excessos são estocados na forma de gordura e seu corpo passa a procurar força nos músculos. Se você comer antes disso acontecer, a gordura é eliminada e os músculos permanecem. E, como os músculos são queimadores de energia, ajudam a manter o metabolismo acelerado e o seu corpo em dia.
---	--

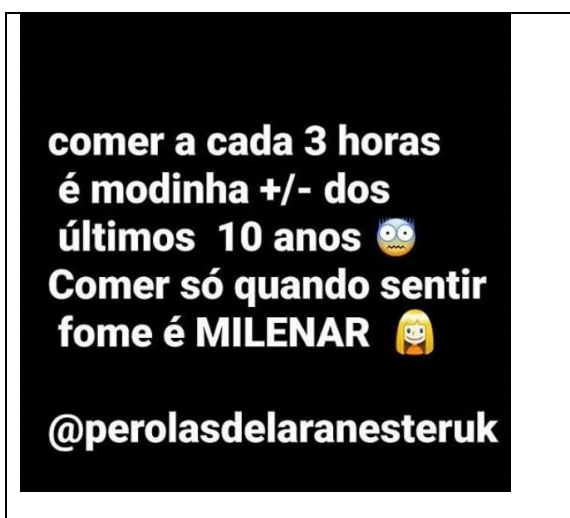
	4. Comer a cada 3 horas mantem a barriga sequinha Quando você está com fome é a mesma coisa que tivesse com um nível alto de stress e seu corpo produz uma quantidade grande de cortisol. Estudos mostram que uma quantidade elevada desse hormônio estão ligadas aos estoques de gordura localizada no abdômen. 5. Comer de 3 em 3 horas de maneira correta Não vai adiantar em nada comer “besteiras” ou comer muito de 3 em 3 horas. A ideia é ter pelo menos 6 refeições diárias e que sejam alimentos equilibrados e balanceados. Ou seja por favor não se empanturre de bolacha, pizzas, chocolate, bolo nesses intervalos. Comer saudável é o segredo ;) #reeducaoalimentar #vidasaudavel #fiquesabendo #emagrecimentosaudavel #maisfitmenosfat #foconadieta
--	---

O seu discurso flutua conforme as informações que obtém na internet. Cada médico, nutricionista e outros profissionais de saúde defendem um tipo de dieta, inclusive a de comer de 3 em 3 horas pelos motivos citados acima e que ela, provavelmente, copiou de alguma outra página que seguia. Como já falamos dos discursos elementares das dietas, esse é mais um deles e pelo qual os sujeitos começam suas mudanças de vida. Após algum tempo, com mais “conhecimento” e outras leituras do mundo *fitness*, surgem novas possibilidades de alimentação e de como se alimentar. Há uma mudança de FD, mas o sujeito não sai totalmente da FD do emagrecimento. Contudo, como toda FD é heterogênea, filia-se a outros sentidos. Não se identifica mais com esse tipo de alimentação e propaga o que acredita, sua nova verdade, tirando dúvidas inclusive de outros seguidores:

 Facebook Perfil: @juntascomaelo Data: 21/10/2016	A Elô vai responder! Genteee são muitas pessoas que em todas as minhas publicações estão com dúvidas sobre o desafio e sobre o método jejum intermitente. Já posteí várias vezes, mas como a cada dia tem gente nova chegando, então coloquem aqui nos comentários as dúvidas de vocês referente ao "Bicho e planta" e ao "Jejum intermitente" que farei um vídeo tentando esclarecer as maiores dúvidas de vocês, combinado 🙌😊 Só não faço uma live porque sou tímida 🙈😊 Vou aguardar. 😊😊
---	--

Novos métodos e novas dietas vão se somando ao discurso da Elô, os “desafios” continuam e é preciso guiar seus seguidores no caminho dessa nova “verdade”, que nem sempre desconstrói a anterior, mas que indicia sua mudança de posição para produzir outros sentidos em seus leitores. Orlandi (1995, p. 39) nos traz que “essa itinerância do sujeito pode assim ser vista como o efeito de contradição entre formações discursivas e da própria relação de uma formação discursiva com ela mesma, em sua heterogeneidade”.

O efeito de contradição, portanto, não tira o sujeito de uma FD, como é o caso do emagrecimento, mas faz com que o sujeito se desloque em suas fronteiras com outros discursos que a permeiam. Apesar de negar a dieta anterior, de não mais se identificar, ela a usa como exemplo na postagem a seguir porque, para que uma nova ideia supere a anterior, é preciso haver conhecimento do que a precedia. Como ela já esteve assujeitada e capturada pelos sentidos de comer de 3 em 3 horas, esse seu conhecimento é a base para se filiar à outra dieta, já que a anterior não lhe serve mais.

	@repost from @perolasdelaranesteruk #BichoePlanta #JejumIntermitente #fitness#gym #nopainnogain #projeto verao#vidasaudavel #alimentacaosaudavel#ComidaDeVerdade #paleo #emagrecimento#PaleoLowCarb #motivação #maisfitmenosfat #blogdadrika #exobesa #hiit #foco #dieta #desafio
---	--

Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 21/12/2016	
---	--

As fotos de comida permanecem, já que se instaurou um novo hábito, uma outra dieta e, conseqüentemente, um outro discurso. Aliado ao jejum, a Elô optou por uma dieta conhecida como “Bicho e Planta”, composta de alimentos que tenham essa origem (animal ou vegetal). Todas as dietas associadas ao jejum pregam que o sujeito ingira apenas “comida de verdade”, ou seja, tudo que seja o mais natural possível, que não seja industrializado ou processado. O que vimos quando trouxemos as condições de produção do DSE no discurso da chef Rita Lobo. Os efeitos de verdade, a comida de verdade, a mulher “real”: essas palavras têm seus sentidos solidificados em um meio virtual, onde poucos conhecem a Elô pessoalmente, onde a comida é digna dos melhores restaurantes e todas as dietas funcionam para aqueles que as seguem rigorosamente.

	Quebrando o jejum de 20 horas com panqueca de 2 ovos inteiros batidos com 2 colheres de água e 1 de chia, recheada com banana e canela feita na ghee, castanha do Pará e café com óleo de coco. Muita gordura boa e proteína para nutrir o corpo e dar sociedade. 😊😊 "Comer para viver e não viver para comer" 😊👉👊
Facebook Perfil: @juntascomaelo Data: 25/10/2016	

Os ingredientes dessa panqueca são “puros”, “funcionais”. Parecida com a tapioca das primeiras postagens, mas pobre em carboidratos. Ovos, semente de chia, uma fruta (banana), castanhas e os elementos termogênicos que são a canela e o café com óleo de coco. A formulação “comer para viver e não viver para comer” reforça o sentido de que comer é apenas para suprir suas necessidades básicas e deixa de lado o sentido de prazer, de reunião com a família ou amigos, pois quem adota uma alimentação “pura” normalmente se isola, como já dissemos, porque nem sempre há ingredientes permitidos para sua alimentação nos locais que frequenta. Ficar 20 horas em jejum favorece também não ter que comer em outros lugares.



Facebook
 Perfil: @juntascomaelo
 Data: 03/03/2017

E aqui sem foto de comida..

[#15DiasBichoEPlanta](#)

Jejum é o que tem para hoje! 🌱🌱

[#JejumIntermitente](#) [#JI](#)

Alguns dos benefícios do Jejum São, eliminar gordura, diminui a pressão arterial, melhora a sensibilidade à insulina, reduz o estresse oxidativo, ajuda a combater a síndrome metabólica e a diabetes.

Para mim, remédio para compulsão alimentar e ansiedade. 🧘

▶ Apesar dos inúmeros benefícios do jejum, não é todo mundo que pode fazer, apenas pessoas saudáveis ♡ procure um médico ou nutricionista para melhor lhe orientar.

Na postagem acima, além de explicar novamente os benefícios do JI, alerta: “▶ Apesar dos inúmeros benefícios do jejum, não é todo mundo que pode fazer, apenas pessoas saudáveis ♡ procure um médico ou nutricionista para melhor lhe orientar”. Efeito de sentido que permeia os discursos sobre saúde, o imaginário social, da necessidade de buscar um profissional para realizar qualquer tratamento, porém que a própria Elô contradiz em seu discurso, como podemos observar na próxima postagem:



Facebook
 Perfil: @juntascomaelo
 Data: 23/11/2017

Mudando a estratégia para ver se tenho resultados diferentes.. lembrando que não tenho orientação nutricional! Sigo uma dieta lowcarb por conta própria. Resolvi quebrar jejum mais cedo com gordura e proteína. Farei a evolução em fotos daqui uma semana 😊 tomara que dê certo! 🙌🙌🙌
 Borá lá fazer um bom dia! 🍀🙌😊

Se o acompanhamento profissional é tão importante, por que ela não o faz? Por causa dos efeitos de sentido, das recompensas pelo “emagrecer sozinha”. A luta e a aquisição de conhecimentos por conta própria constroem suas escolhas enquanto sujeito, no entanto a deriva se instala e o leitor fica sem referências para saber se procura uma ajuda especializada, ou se

segue as dicas da Elô, copiando seu modelo e suas receitas que refletem o sucesso em seu corpo. Como ela emagreceu, teve resultados visíveis, e o desejo de alcança-los se torna palpável e realizável por outros sujeitos leitores.

Para finalizar, a última postagem sobre o JI mostra que a era da pós-verdade é aquela que captura os sujeitos e os faz defensores de suas convicções, chegando até a se irritarem quando outras opiniões e estudos contrariam o que acreditam:

Minha cara quando alguém fala  que se fizer jejum vai desmaiar! Facebook Perfil: @juntascomaelo Data: 295/10/2017	Tipo: ☐ ☐ Aqui segue o plano e o jejum. Procure um profissional para lhe ajudar, um jejum bem executado trás inúmeros benefícios para a saúde MENTAL e FÍSICA! #jejumintermitente
---	---

Os sentidos deslizam entre as postagens quando o sujeito Elô afirma que para fazer o jejum é preciso de orientação profissional, ao mesmo tempo que afirma que não tem acompanhamento nutricional em outra e se dispõe a dar dicas, como influenciadora leiga, de como seguir o plano alimentar que seria eficiente. Entre as formações discursivas e as formações imaginárias por onde a Elô transita, temos que a refutação de certos discursos e a retomada de outros estão sempre presentes. O efeito de contradição se junta ao efeito ideológico, como se apenas a sua verdade pudesse circular. Como ela pode não ter passado por um episódio que levasse a um desmaio, não quer dizer que outras pessoas tenham efeitos semelhantes seguindo o JI.

6.4 “Jacadas”, arrependimentos e motivação

Arrepende-se faz parte do processo, algumas postagens da Elô, têm o objetivo de incentivar seus seguidores a não desistirem do processo de emagrecimento. A formulação “enfiar o pé na jaca”, quando se comete algum exagero, transforma-se num verbo muito utilizado no mundo fitness, o “jacar”. Outras palavras, outros modos de expressar os

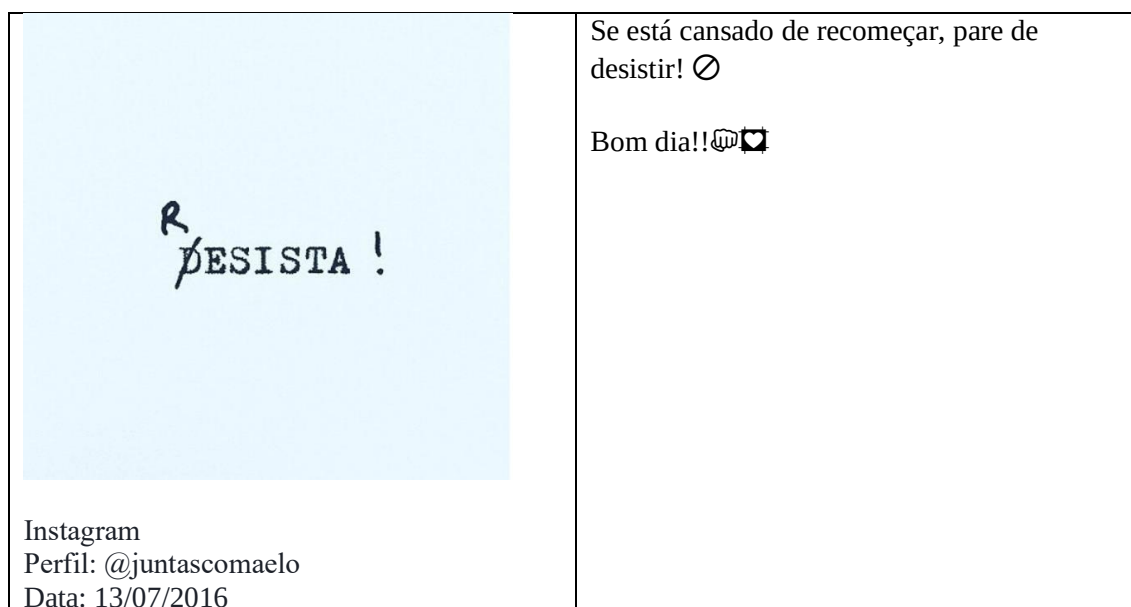
sentimentos, num discurso que pede resultados, que reforça que tudo depende de força de vontade, mas que também diz que sempre pode se recomeçar.

 Facebook Perfil: @juntascomaelo Data: 07/12/2015	Me sinto duplamente chateada quando enfio o pé na jaca, me sinto mal por mim e por vocês, porque me sinto muito responsável pelo que transmito. Mas sou humana, passível de erros e recaídas. Ontem atolei o pé na jaca, lanche com direito a bacon e batata frita. ☺ Fui dormir com peso na consciência e uma azia de matar. Não me sinto mais bem comendo essas coisas, ah Elô mais uma vez só não faz mal, realmente não faz. A diferença não está em cair e sim em se levantar. Hoje já comecei o dia com tudo. Tudo certinho ao longo dele, e agora vou fazer meu q48 e depois correr para queimar o excesso. Caia 7, levantasse 8! ☺
---	--

“Enfiar o pé na jaca” acende o alerta e o sentimento de culpa, de “peso na consciência”. Esse sentimento é tão grande que ela usa a palavra “atolei” para intensificar seu significado. Assim como na hora de preparar as refeições *fit* existem as permissões de trocas de ingredientes, existem dias em que é permitido sair da dieta, sair do “foco”, conhecidos como “dia do lixo”, no entanto, quando não há essa permissão explícita (que normalmente é dada por algum profissional de saúde), a culpa é maior quando há deslizes. No outro dia, a rotina de exercícios não tem validade se não for aumentada para “queimar o excesso”.

 Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 01/07/2016	Se deslizou numa refeição foco na outra.. Não deixe para amanhã o que pode fazer agora! #foconadieta
--	--

Percebemos um sentido de compensação, de restrição nas ações posteriores a uma “jacada”. Se o exercício é feito de forma regular, nem sempre há necessidade desse aumento no outro dia, mas o efeito ideológico da FD sobre o emagrecimento transparece ao sujeito de que, se ele tiver um gasto maior de calorias, não haverá ganho de peso.



Agregando os sentidos produzidos nessas três postagens, podemos pensar em algumas palavras que os trabalham nos discursos do sujeito Elô. “Jacar”, “Deslize” e “Resista/ Desista” são gradações encontradas para quando o sujeito sai do foco da dieta, cada uma com a sua intensidade. Vamos considerar, então, que o “jacar” é quando o sujeito põe tudo a perder, quando come mais do que deveria alimentos que são proibidos, ou quando deixa de ir fazer exercícios por um longo período. “Deslize”, seguindo essa ordem, é quando ele sai do foco da dieta, mas “só um pouco” e retorna com as compensações possíveis.

“Desistir” ou “resistir” depende do tamanho do “erro” cometido, e, conforme as postagens, é preciso “tentar de novo” e “não ir mais fundo nos pensamentos do tipo: “Já estraguei tudo mesmo””. Na última postagem temos também a palavra “recomeçar”. Apesar dos resultados já obtidos, da perda de peso já conquistada, após uma “jacada” ou “deslize”, sempre se começa do zero, pelos efeitos de sentido da culpa e da punição necessária para quem “saiu da linha”.

6.5 Desafios

Mesmo antes de fazer o curso de *coach*, a Elô já lançava desafios de emagrecimento em seu perfil, que, em sua maioria, eram retirados de perfis de profissionais de saúde que ela seguia. Os desafios não tinham custo, ela apenas repetia as instruções, cardápios prontos e depois seus seguidores postavam os resultados, como os dela abaixo:

 Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 17/09/2015	Resultado de 1 mês. Sinceramente pensei que não tivesse diferença ate ver essa montagem. 😊😊 (-4,7 kgs) de 91.7 para 87 kgs em 30 dias #desafio #juntascomaeline #reeducaoalimentar #vidasaudavel #alimentacaosaudavel
 Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 24/12/2015	Huhuhu 🤪🤪 E chegamos ao fim do #desafiodaelô -3kgs de 79 para 76 kgs, um total de 31 kgs eliminados e apenas 1 kg para minha meta final de perda de peso, reeducação alimentar, q48 e corrida intercalada com caminhada. Diferença grande! Estou bem feliz com meu resultado pessoal. E ficarei ainda mais feliz em saber que muitos se inspiraram em mudar e buscar o melhor de si. ❤️ #antesedurante #q48#reeducaoalimentar #atividadefisica#corrida #caminhada #quererepoder#evolucao #conquistapessoal #motivacao#maisfitmenosfat #maispertodoqueontem#tochegando #magraem2015#mudancadehabito #mudancadevida

As fotos mostram a “diferença”, que deve ser acompanhada nas imagens, e notá-la é a afirmação do sucesso, do desafio cumprido. A palavra “feliz” também está presente, junto com o sorriso mais largo, geralmente na segunda foto. A mesma roupa precisa ser usada para evidenciar os resultados e na mesma posição, e, apesar de trocar o top, os shorts curtos se mantêm para mostrar a perda de medidas na barriga. Os indícios de qual seria o desafio que

gerou esses resultados estão nas *hashtags*; na primeira postagem e na segunda a Elô já descreve os processos de “reeducação alimentar, q48 e corrida intercalada com caminhada”.

Outros desafios temáticos surgem como a “semana detox”, nos mesmos moldes do detox de carnaval, de Páscoa, Natal etc.

Vem aí... Semana detox com a Elô!  Quem topa? Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 26/05/2016	Vem aí! Quem topa? 🍷 🍓 🍌 🍇 🍋 🍌 🍏 🍷 #detox #dietadetox #SucoDeJiló #sucoverde #foconadieta
---	---

Desafios “detox” costumam ser bastante procurados, e, segundo Sanches (2018, p. 97):

A palavra “detox” como um dos recursos para perder peso é oriunda da língua inglesa (*detox*), uma maneira informal e abreviada da expressão *detoxification* (o processo de remover substâncias tóxicas de um determinado organismo) como o corpo. Ao atribuir à determinados alimentos ou exercícios o efeito de “desintoxicar” o corpo, o discurso midiático das dietas faz circular efeitos de sentidos de que o processo de emagrecimento passa por uma “limpeza” do organismo. O corpo magro, esbelto, é um corpo “limpo”, livre de toxinas e, desta forma, saudável.

Os efeitos de sentidos sobre o gordo e a gordura são atrelados a um organismo “envenenado”, “intoxicado”.

Por essas razões que, depois de exagerar em determinadas datas do ano ou aos finais de semana, por exemplo, muitas pessoas buscam se “desintoxicar”, livrar-se do que remete à gordura, ao corpo gordo. O sucesso dos desafios detox e das dietas com essa finalidade acontece porque também prometem rapidez, já que uma intoxicação, por ser algo sério, precisa ser eliminada o quanto antes.

6.6 Antes e Depois

Quando trouxemos o texto de Orlandi (1995) para falar do verbal e do não verbal, destacamos que essas duas materialidades significam juntas nas postagens das redes sociais. Fotos de antes e depois causam bastante impacto e são comuns nos perfis sobre emagrecimento e vida saudável:

	"Nunca deixe que lhe digam que não vale a pena acreditar no sonho que se tem, porque seus planos nunca vão dar certo, porque você nunca vai ser alguém, confie em si mesmo, quem acredita SEMPRE alcança.."  #pravidatoda #vidasaudavel #maisfitmenosfat #maispertodoqueontem#quemacreditasemprealcança #desafiodaelô
Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 25/11/2015	

A imagem é composta por um *memé* e montada com as imagens de antes e depois apenas do rosto da Elô. A formulação verbal é a letra de uma música da banda Legião Urbana, que fala de não desistir, de acreditar na mudança, mas o que significa com mais intensidade são as fotos com a mudança nítida em seu contorno facial. Apesar de ela estar sorrindo em ambas, a felicidade só pertence à primeira foto se ela “acreditar nos sonhos” e conseguir alcançar a magreza da segunda.

A barriga e o rosto são as partes do corpo que mostram mais mudanças nos processos de perda de muitos quilos. Na próxima postagem, o sujeito Elô também publica uma foto do rosto, que, além de ser mais afinado, ganha mais cuidados, como a maquiagem, cílios e sobrancelhas delineados, o que não se via na primeira foto. Ela mesma diz que gosta dessas fotos para se “automotivar”, e esse efeito de sentidos também ocorre com muitos seguidores, inclusive as páginas dos profissionais de saúde se utilizam desse recurso de “antes e depois” para mostrarem o sucesso de seus tratamentos e conseguirem mais clientes.

 Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 01/12/2015	Gosto muito dos antes e depois. Se automotivar com sua própria história é bom demais. O caminho é longo mas a vitória é certa! #antesedurante #estilodevidasaudavel #naolargomaispornada #eumereco#autoestima #amorproprio
--	---

Na terceira postagem com esse tema, o corpo todo é mostrado e sua transformação. “A primeira sedentária, triste e sem expectativas”, “a segunda ativa, feliz e com muitos planos”:

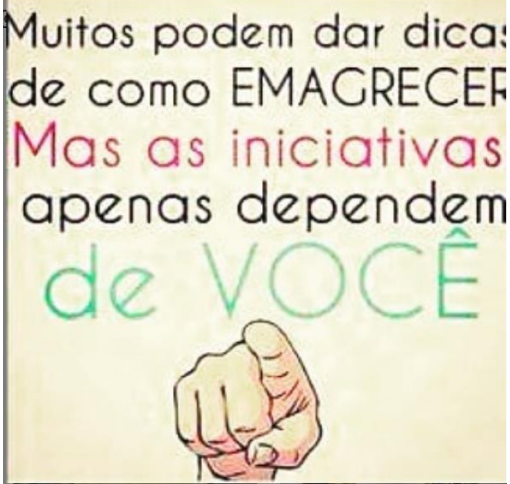
 Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 01/12/2015	Se me contassem talvez nem eu acreditasse. 5 meses separam uma foto da outra. Separam uma Eloísa da outra. A primeira sedentária, triste e sem expectativas. A segunda ativa, feliz e com muitos planos e a certeza de que serão todos realizados. Não não me tornei outra pessoa, apenas me redescobri. A força que eu procurava estava mais perto do que eu imagina, estava dentro de mim. Todos podem basta querer e buscar. -29 kgs. Da obesidade para o peso ideal, dos 107 para os 78 kgs. A base de reeducação alimentar, atividade física em casa, força de vontade e muita determinação. 💪💪 #reeducaoalimentar #vidasaudavel #amorproprio #exobesa#antesedurante #q48 #forcadevontade #maispertodoqueontem #quererepoder#gymlife #feliz
--	---

Nas primeiras imagens não há nenhum sorriso, não há felicidade, mas a Elô diz que não mudou, que apenas se “redescobriu”, e essa descoberta nos leva ao nosso próximo tópico porque “a força” que ela procurava estava próxima, estava dentro dela mesma. Temos aí o sentido da responsabilidade, principalmente quando ela diz que “todos podem basta querer e buscar”.

6.7 Responsabilidade

A responsabilidade nos processos de perda de peso é entregue ao paciente, ao obeso, porque o imaginário reforça que, para se ter sucesso, é preciso se comprometer, aderir à dieta e não cometer deslizes. Retomamos aqui a postagem do Dr. Bruno Halpern que fala do preconceito e da “cabeça de gordo”, pois, logo no início do enunciado, a Elô formula que “!!! Exorcizar a dita ‘mente gorda’ antes é essencial para o sucesso nessa fase de emagrecimento”.

As formulações nos remetem a sentidos de que, para emagrecer, é preciso lutar, principalmente contra “VC mesmo” e contra a “mente gorda”. O que indicia esse dizer é que todas as pessoas têm essa mente gorda e que apenas os que têm força e determinação para lutar contra ela poderão vencer a batalha, mas a responsabilidade é do indivíduo, conforme reforça com a repetição de “vc” ou “VC” (abreviatura de “você”): “faça por vc faça para vc!! Tome as rédias e mostre que vc é o que VC quer”.

	!!! Exorcizar a dita "mente gorda" antes é essencial para o sucesso nessa fase de emagrecimento. A luta não para ela é contínua. E a maior luta de todas é contra VC mesmo, se fosse fácil todos conseguiriam, se fosse fácil a obesidade não seria o mal do século sendo a maior causa de morte nos dias de hoje. Faça por vc faça para vc!! Tome as rédias e mostre que vc é o que VC quer. 🙌👊 #reeducaçãoalimentar #foconadieta #cozinhafit #fe #voceconsegue #30tododia flormeloficial 🙌🙌🙌
Instagram Perfil: @juntascomaelo Data: 02/08/2015	

O “vc” na imagem se transforma em “VOCÊ”, escrito em caixa alta e significa junto com a ilustração de um dedo apontado, que nos faz pensar em uma intertextualidade com cartazes de recrutamento de guerra, como veremos a seguir. A própria Elô formula que emagrecer é uma “luta”, então o chamado é para uma guerra que só terá como vencedores aqueles que se responsabilizarem por suas ações em seus corpos.

Figura 9: Cartaz desenhado em 1914 pelo ilustrador inglês Alfred Leete, para incentivar o recrutamento na 1ª Guerra Mundial.



Fonte: <http://postersdeguerra.blogspot.com>

Figura 10: Cartaz desenhado em 1917 pelo artista James Flagg, encomendado pelas Forças Armadas americanas, para recrutar soldados para a 1ª Guerra Mundial.



Fonte: <http://postersdeguerra.blogspot.com>

A imagem da postagem mostra também a palavra “iniciativa”, porém o sentido que prevalece é de uma intimação que aparece com muita força e de um modo bastante autoritário, por isso a relação com a guerra, com o recrutamento, pois os “soldados” da dieta precisam seguir regras rígidas e se disciplinarem para conseguirem os resultados esperados que, segundo esses sentidos, só dependem da sua dedicação e força de vontade.

6.8 Realidade

Como já trouxemos desde o início das apresentações da Elô, ela se posiciona como uma “mulher real”. Dessa maneira, não faz sentido mostrar a imagem de um corpo modificado por filtros de computador e outras tecnologias. Esse sentido de realidade captura muitos de seus seguidores, e, na postagem seguinte, ela mostra como fica o corpo de uma pessoa que emagreceu muitos quilos, como foi o seu caso.



Instagram

Perfil: @juntascomaelo

Data: 02/08/2015

AiAi. A maledita! Flacidez!

Muita gente acha que não a tenho aí vai duas fotos para desmistificar isso.

Tenho muita! Além de muitas estrias na barriga tudo ganho junto com o ganho de peso e a obesidade.

Com tanto efeito sanfona não há elasticidade que resista, causando a quebra dos tecidos provocando a flacidez.

Se me encomoda? Estaria mentindo se dissesse que não, meu maior sonho agora, porque inicialmente era perder peso, já que graças a muita força de vontade e garra consegui, é fazer as cirurgias reparadoras, "as" porque além de barriga tem as mamas, que depois de sair do sutiã tamanho 54 para 48, também não resistiram a gravidade 🤔😞 Muitos não sabem mas esse tipo de cirurgia pode ser feito pelo SUS.

Me inscrevi pelo sistema único de saúde a cerca de 3 meses atrás quando já tinha eliminado quase 20 kgs.

Para se inscrever, você precisa ir ao posto de saúde da sua cidade, munido dos cartões do SUS e nacional, agendar uma consulta com um clínico geral ou ginecologista, solicitar o encaminhamento e agendar no próprio posto.

Infelizmente como sabemos nossa saúde é uma novela mexicana.

E na maioria dos casos demora muito, conheço pessoas que já estão a 4 anos na fila de espera para tão sonhada cirurgia. 😞

Lembrando que a abdominoplastia ela não pode ser feita em pacientes obesos, não é uma cirurgia para emagrecer, digamos que seja a cereja do bolo, depois de tanto esforço para perder peso, a retirada do excesso de pele muitas vezes como no meu caso é preciso.

A atividade física ajuda muito no combate a flacidez, mas tem casos que ela não é o suficiente.

O que quero salientar é, não deixe de emagrecer pensando nisso, na flacidez e excesso de pele que terá, afinal o excesso de pele não mata, a obesidade SIM!!

Zeze pela tua saúde, o emagrecimento saudável é consequência de uma saúde boa.

😞😞😞😞😞😞 #flacidez #saude

#vencendoaobesidade #abdominoplastia#exobesa

#semfiltro

A ilusão de que os perfis *fitness* mostram apenas corpos perfeitos na internet é colocada logo no início na postagem, quando ela fala sobre a flacidez e diz que “Muita gente acha que não a tenho aí vai duas fotos para desmistificar isso”. Mesmo tendo um perfil “real”, como suas

postagens alcançam milhares de seguidores, suas fotos são minimamente produzidas para mostrar a diferença e a quantidade de peso perdida. Porém, para que não se perca esse sentido de realidade, ela precisa provar, com as fotos, que o corpo dela foi modificado pelo processo de emagrecimento e não ganhou apenas beleza, mas também flacidez, como reforça: “tenho muita!”.

Retomando Paula (2018, p. 92), os sentidos de estética são muito fortes nos pacientes bariátricos, e, mesmo que a cirurgia tenha acontecido por motivos de saúde, eles querem reconstruir seus corpos, “o sujeito-bariatrizado continua buscando essa reconstrução, depois da bariátrica, com a plástica”.

Entendemos, então, que o sujeito contemporâneo parte da noção de autonomia ao se submeter a regimes ou intervenções cirúrgicas, para estética ou para saúde, mas na verdade, ele está se submetendo a um corpo dócil (Foucault, 1975/2012), ou seja, o corpo que se submete à regra do outro, seja esse outro a sociedade, o discurso (pre)dominante e/ou o discurso médico. Podemos entender que esse corpo dócil pode ser atravessado por dois discursos da modernidade líquida, o da estética e o da saúde, mesmo que um justifique ou silencie o outro, o que possibilita a presença de diferentes formações discursivas nos discursos de sujeitos-bariatrizados (PAULA, 2018, p. 93).

A Elô não passou por uma cirurgia bariátrica, mas o excesso de pele a faz buscar outras cirurgias estéticas: “Se me encomoda? Estaria mentindo se dissesse que não, meu maior sonho agora, porque inicialmente era perder peso, já que graças a muita força de vontade e garra consegui, é fazer as cirurgias reparadoras”.

A “mulher real” faz mais um movimento de aproximação com o seu público, dizendo que a cirurgia desejada (abdominoplastia) pode ser realizada pelo SUS, já que muitos não têm recursos para realizar esse procedimento. Porém, a demora em conseguir uma vaga chega a 4 anos de fila de espera. Ressalta que existem certas exigências para que essa cirurgia seja feita, que não é um procedimento para quem quer emagrecer, e sim para quem já perdeu peso, que nem todos podem, mas afirma que “no meu caso é preciso”.

Quando falamos sobre as mudanças de FD dentro do DSE, percebemos que a Elô tem um perfil que se destina a um público “real” e que os sentidos aos quais ela se filia não são apenas para mostrar o que é preciso para emagrecer, para ter uma vida saudável, mas também para satisfazer ao que “ela precisa”. Tanto que a cirurgia foi realizada por meio de uma “vaquinha” na internet e seus seguidores contribuíram com quantias em dinheiro para que ela completasse um montante necessário para pagar despesas com hospital, medicamentos e profissionais envolvidos. Os sentidos de uma necessidade real capturaram os leitores que se

disponibilizaram em ajudar nesse sonho “dela” porque, em troca, eles recebem sua ajuda com dicas de como emagrecer enquanto acompanham sua vida e podem se inspirar em um modelo próximo de suas realidades.

Nas próximas postagens, fotos no hospital, logo após a cirurgia, porque o sujeito precisa compartilhar o que está passando e não correr o risco de perder seus seguidores pelo esquecimento, pela falta de circulação no seu perfil. Além de ser uma “prestação de contas” àqueles que a ajudaram; assim, mesmo depois de um procedimento de risco, algo precisa ser postado. Já em casa, ela posta uma foto com uma meia de compressão, uma cinta e um dreno, indispensáveis para um período de recuperação.



Instagram
Perfil: @juntascomaelo
Data: 25/07/2017

Obrigada meus amores pelas mensagens 🙏🏻
estou bem graças a Deus a cirurgia foi um
sucesso 🥳🏻 Quando puder venho contar
mais detalhes ❤️



Instagram
Perfil: @juntascomaelo
Data: 29/07/2017

Super sexy com essa meia de
compressão, cinta e meu totó 🍆
Pareço bem mas minhas costas ardem em
1 minuto que preciso ir ao banheiro e fico
em pé, eita posição de muerrrr essa
posição arcada 😞 a cirurgia não dói, o
dreno não dói, apenas incomoda. A cinta
deve ser usada até o médico liberar, já a
meia deve ser usada até a retirada do
dreno, que no meu caso será na quarta
feira, ambos eu retiro apenas para o
banho e depois volto a usar. 😊
Sobre a cirurgia foi apenas
abdominoplastia amores, não fiz lipo e
foi retirado 1,7 kgs de excesso de pele.



“Pareço bem mas minhas costas ardem em 1 minuto que preciso ir ao banheiro e fico em pé, eita posição de muerrrr essa posição arcada 😞 a cirurgia não dói, o dreno não dói, apenas incomoda”. Mesmo em repouso e com dores, é importante para o sujeito mostrar a realidade, como se sente após ter passado por uma cirurgia que não é simples e que exige cuidados especiais. Continuando a “prestação de contas”, fala que fez apenas a abdominoplastia, que é a retirada apenas do excesso de pele, pois muitas pessoas combinam essa cirurgia com um processo de lipoaspiração, que é a retirada de gordura de algumas áreas.

Impossível descrever todos os sentidos que encontramos no perfil da Elô, mas tentamos destacar os mais recorrentes. Dedicamos este capítulo a esse sujeito porque seu perfil se movimenta dentro da formação discursiva que se encontra o DSE, e, assim como muitos outros sujeitos, ela é afetada a todo momento por discursos das mais diversas ordens, produzindo e colocando para circular postagens com formulações de como emagrecer, ter uma vida saudável e um corpo belo.

7 SILÊNCIO E RESISTÊNCIA: AS ZONAS OPACAS DO DISCURSO E NOSSAS BREVES CONSIDERAÇÕES

O excesso de informações, sem mediação ou organização dos sentidos, faz questionarmos se os discursos que circulam nas redes sociais são benéficos para os tratamentos de indivíduos obesos e com sobrepeso e se essas informações prescindem do profissional ou acompanham paralelamente as vozes desses sujeitos que são autorizados pela sociedade a portar o discurso científico. Acreditamos na importância de explorar o tema por vivenciarmos uma crescente preocupação da sociedade pelo emagrecimento, além do aumento ao acesso às informações abertamente em muitos *sites*, *blogs* e redes sociais, o que nos leva a questionar como esses discursos têm circulado na voz de especialistas e “não especialistas”, e como essas vozes diferentes têm se aproximado.

No campo da Educação, temos a força da mídia como formadora dentro da sociedade e reguladora dos discursos que circulam sobre a saúde, assim como tratamentos e formas de prevenção de doenças, como é o caso da obesidade. Assim como as discussões sobre as renovações no campo educacional são constantes, a medicina e as outras profissões ligadas aos cuidados com a saúde também entram em um território no qual as antigas práticas podem e são questionadas a todo momento. O paciente hoje tem a opção de seguir um tratamento tradicional ou optar por um tratamento alternativo caso seja seu desejo.

O *status* de verdade atribuído a esses profissionais tem despencado de seu pedestal, misturando-se com outros saberes “não científicos”, materializando-se em experimentos, crenças populares e gurus criados todos os dias pela internet. Ao notarmos o aumento de perfis sobre saúde, propagando um modo de ser “*fitness*” exigido pelo imaginário social da contemporaneidade, nossos olhares se voltaram a esses discursos que podem estar afetando a relação entre profissionais de saúde e leigos, como também podem estar repetindo um ciclo histórico, de mais de dois mil anos, que se tem conhecimento da utilização dietas para emagrecimento prescritas por médicos e pelos chamados charlatães, segundo Fosxcroft (2011). Seriam os charlatães de hoje os blogueiros, youtubers e todos os que divulgam suas rotinas alimentares e de atividades físicas nas redes sociais? Ou esses discursos têm se naturalizado e circulado livremente em nossa sociedade?

Concebemos as redes sociais também como um espaço de resistência, onde o considerado senso comum para nós é o imaginário, proibido de circular em vozes não autorizadas, mas que encontram brechas e passam a fazer parte do cotidiano de muitos indivíduos. Como exemplo desse embate, podemos citar as *hashtags* que suscitaram polêmica

e que ainda circulam, como: #naosigoblogueira e #eutenhocref. A primeira faz uma crítica direta às protagonistas de perfis que começaram a exibir suas vidas e seus hábitos saudáveis na internet através de *blogs* e que agora utilizam-se de outras redes, como o *Instagram*, o *Facebook*, *Snapchat*, *YouTube* etc. Podemos dizer nesse caso que a *hashtag* indicia uma forma de resistência ao discurso dessas blogueiras e que as pessoas, digamos, mais “esclarecidas”, não seguiriam as dicas de um sujeito que não tem a legitimação da academia e dos discursos ditos puramente científicos.

Na postagem abaixo, do site Não Sou Exposição, a nutricionista faz questão de enfatizar que seguir determinados perfis não é benéfico para a saúde:

 WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR Mariliz Pereira Jorge: Ministério da Saúde deveria advertir: blogueiras fazem mal à saúde	"Você acorda e descobre que a blogueira-musa-fitness já acordou há horas, já lambeu o namorado, o cachorro, comeu tapioca com clara de ovo, malhou no calçadão, fez uma aula de bike, fez slackline, tomou banho, comeu batata doce, tomou três litros de suco de couve e agora está pronta pra abrir todos os jabás que recebe. E você lá, ainda com a cara amassada de travesseiro e com remela nos olhos, pensando que precisa ir ao supermercado porque acabou desinfetante e hoje é dia de faxineira. Depois tem dentista, precisa resolver o imposto de renda, responder emails, trabalhar, passar na lavanderia, recarregar o bilhete único e dar conta de uma vida cheia de boletos pra pagar." ...Sempre vi tudo isso como problema de saúde pública. NUNCA recebi nenhum depoimento dizendo "seguir blogueira fez BEM para a minha vida" Nunca.
---	---

Facebook
 Perfil: @Naosouexposicao
 Data: 12/03/2016
 (Compartilhado do perfil
 @NutricaoSemModismo)

Os sujeitos leigos, ao mesmo tempo que excluem a fala do profissional e a substituem pelas dicas das blogueiras, podemos dizer, criam um movimento que também legitima a atuação do profissional de saúde e ressalta a importância de um acompanhamento especializado, tanto que as próprias blogueiras, para terem credibilidade sobre seus enunciados, diversas vezes reforçam a atuação dos especialistas e o acompanhamento por um deles, como vimos nas postagens da Elô. O enunciado que provavelmente mais circula nesses casos é o de que sempre é necessário procurar um profissional para realizar qualquer tratamento ou exercício físico. Porém, na opacidade desse dizer, temos que o profissional é necessário, mas também é muito importante que a blogueira tenha seus seguidores e que eles sigam as “suas” dicas.

O que tem circulado sobre a execução de exercícios físicos de forma livre na internet

tem ameaçado a atuação dos educadores físicos (os que possuem CREF, registro no Conselho Regional de Educação Física), e muitos indivíduos, por não terem recursos necessários para contratar um serviço especializado, valem-se dessas orientações encontradas nos perfis dos(as) blogueiros(as) e *health coaches*.

O discurso científico já circula pela sociedade há séculos, e a sua naturalização, principalmente quando tratamos de saúde, emagrecimento e outras questões sobre o corpo, tem se intensificado com o maior acesso dos sujeitos, iniciando-se nas redes sociais e transbordando para todos os ambientes, sejam eles “reais” ou “virtuais”. O que circula nas redes sociais circula nas academias, nas feiras, nos supermercados. O discurso que transborda atinge a todos e os afeta da mesma maneira, tornando-se naturais aos olhares leigos e criando movimentos de resistência, como os dos profissionais e da academia em geral.

Os muros da academia não a protegem mais das invasões bárbaras dos leigos, a força do que está fora faz com que a ciência repense sua forma de atuação e sua relação com a sociedade. O *status* de verdade absoluta se perde, e a luta por sua recuperação é o que vivemos na contemporaneidade. Nesse movimento, as recomendações profissionais, na voz dos sujeitos leigos, transformam-se em “dicas”. Uma palavra que nos faz pensar sobre o “acadêmico” e o “não acadêmico”, pois “dica” não é uma palavra utilizada na academia, e, portanto, nosso estudo estaria fora dela, já que a voz do sujeito leigo está na internet, mas os sentidos ressoam dentro da academia e do que é considerado científico.

Com isso, pensar a educação dentro deste trabalho, e neste programa de doutorado, é pensar num dispositivo que regula os discursos sobre saúde e na força da mídia como formadora na sociedade.

7.1 Silêncio e interditos

Nos tempos de interatividade virtual, nossa sociedade sofre as afetações dos discursos nas redes sociais, assim como a intolerância e a necessidade de impor uma única visão sobre determinados assuntos, como é o caso do emagrecimento. Somente uma voz pode falar, os contradiscursos são silenciados ao tempo de poucos cliques na tela de um *smartphone*.

O objetivo deste capítulo é não deixar adormecer o que pode ser dito para amenizar a dor física e psicológica de muitas pessoas, ou que seja imposta uma única visão, já que o processo de emagrecimento vai além da força de vontade e da informação disponível nos meios de comunicação, como a internet. A possibilidade de acesso a milhões de usuários que utilizam

as redes sociais a receitas saudáveis, programas de exercícios e perfis de celebridades emergentes no mundo *fitness* é concreta, por isso emagrecer nunca pareceu tão simples.

Dizemos parecer, pois uma epidemia de obesidade assola o mundo em que vivemos, e a porcentagem de pessoas acima do peso considerado saudável pelos especialistas é grande em diversos países, chegando muitas vezes a ultrapassar os 40% da população. Estudos da Universidade de São Paulo⁵¹ mostram que no Brasil já temos um índice de 53,9% de cidadãos, entre adultos e crianças, com sobrepeso, e esse número cresceu nos últimos anos, segundo os pesquisadores, por causa do incentivo ao consumo de alimentos não saudáveis pela mídia e pela falta de ações preventivas dos órgãos governamentais.

Por que essa grande contradição? Enquanto centenas de perfis nas redes sociais pregam a adoção de hábitos mais saudáveis, muitos ainda sofrem com os efeitos da obesidade. As doenças geradas pelo excesso de peso, como a diabetes, a hipertensão e até certos tipos de cânceres, assim como as cirurgias bariátricas para diminuir as consequências causadas pelos que se encontram acima do peso, só aumentam. São soluções mágicas que nem sempre entregam o resultado esperado e fazem com que o sofrimento, o preconceito e principalmente a falta de informação continuem a se perpetuar, deixando milhões de pessoas doentes.

Se antes podíamos dizer que não havia acesso, na atualidade, a quantidade de *smartphones* registrados em nosso país é o dobro do número da população. A GSMA (sigla em inglês para *Groupe Speciale Mobile*), entidade que representa todas as operadoras de serviços móveis do mundo, fez um relatório sobre os usuários da América Latina, e o Brasil ficou na frente como o país com o maior número de aparelhos conectados à internet⁵². Em 2017, eram 234,6 milhões de conexões sem fio, ano em que também a tecnologia 4G⁵³ chegou ao nosso território.

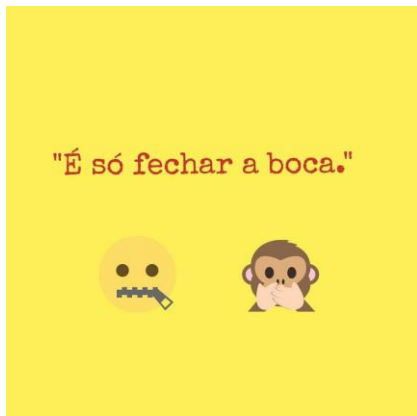
Somos também um dos países que mais acessa as redes sociais, dessa maneira cerca de 90% desses usuários conectados as utilizam para trocar mensagens e para acompanhar páginas e perfis de seu interesse. O *Facebook* tem 127 milhões de usuários e o *Instagram* 50 milhões, números bastante expressivos e que certamente fazem parte do que alguns profissionais denominam como “influência midiática”. Consideramos esse efeito, como já expusemos, enquanto a ação da ideologia presente nos discursos dos sujeitos que interagem nesse ambiente virtual.

⁵¹ <https://jornal.usp.br/atualidades/numero-de-obesos-nao-para-de-crescer-no-brasil/>

⁵² <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/09/1917782-brasil-lidera-numero-de-smartphones-conectados-na-america-latina.shtml>

⁵³ A tecnologia 4G permitiu maior velocidade de conexão e troca de dados pela internet, além de maior estabilidade, antes encontrada apenas nas instalações fixas, residenciais ou comerciais.

Por meio de nossas análises nas páginas e perfis no *Facebook* e no *Instagram*, e com o corpus que nos foi entregue ao longo da jornada, traçamos o perfil do DSE, que emerge e que permeia todos os membros da sociedade, sejam eles leigos ou profissionais de saúde. Elegemos abaixo uma publicação da página “Não Sou Exposição”, da nutricionista comportamental Paola Althea, profissional que discute diversos aspectos sobre o corpo, incluindo distúrbios de imagem e alimentação, questionando as naturalizações encontradas todos os dias na internet.

 Facebook Perfil: @Naosouexposicao Data: 06/03/2018	"É só fechar a boca." - Alguém já te disse isso? Já te disseram que emagrecimento é a coisa mais simples do mundo, uma matemática onde basta comer menos do que gasta? Eu acredito que se resolver problemas com a comida fosse algo simples, as estatísticas dos problemas decorrentes da compulsão alimentar não estariam aumentando vertiginosamente. Quanto mais as pessoas insistem em dietas, discursos rasos, remédios perigosos e terrorismo, pior a situação fica. Após um certo tempo de experiência com atendimento clínico, afirmo que discordo veementemente do tal "é questão de fechar a boca". Sabe por que? Porque a cura reside no processo oposto: o que é verdadeiramente necessário é ABRIR a boca. Abrir a boca para verbalizar sobre traumas, insatisfações e dores nunca confessadas. Abrir a boca para estabelecer limites e ser assertivo. Abrir a boca para se defender. Abrir a boca para dar nome aos sentimentos. "Fechar a boca" nos torna inseguros, tristes, amedrontados, omissos e emocionalmente doentes. Se você tem um problema que envolve comer demais, acredite: fechar a boca é a última coisa que você precisa. Está na hora de falar. Mesmo que seja pela primeira vez na vida. #NSE #NutriçãoComportamental #TranstornoAlimentar #ComportamentoAlimentar #TCAP #SaúdeMental #Dietas
--	--

O problema que ela expõe vem ao encontro de nossos estudos quando nos deparamos nas redes sociais com dizeres tão arraigados e solidificados, que parece estranho tentar contestá-los. Essas naturalizações são o trabalho da ideologia, tal qual conceitua Pêcheux (2009), que faz com que os sentidos produzidos por médicos, educadores físicos, nutricionistas, donas de casa, professores e tantos outros se mesquem e pareçam uníssonos na busca por corpos perfeitos.

No momento histórico em que nos encontramos, temos que o discurso do leigo é tão legitimado quanto o do profissional nos ambientes virtuais, e isso se dá de acordo com o número de seguidores de determinado perfil. A autoridade conferida àqueles que têm o direito de proferir qualquer coisa sobre o corpo é mais quantitativa do que qualitativa, assim, da mesma maneira que existem profissionais conceituados e reconhecidos academicamente com milhares de seguidores, existem os famosos blogueiros e blogueiras (ou, em termos mais atuais, influenciadores digitais) que alcançam marcas de milhões, com um público fiel.

O efeito ideológico trabalha a ilusão de transparência da linguagem, porém, em nossas pesquisas, a concebemos como opaca e passível de falhas. O conceito de Ideologia dentro da Análise do Discurso faz com que os sujeitos acreditem que aquilo que foi dito, em determinado momento histórico, só poderia ter sido dito daquela maneira, e outros dizeres, ou contradiscursos, como o da nutricionista, são silenciados e impedidos de circular por não “fazerem sentido”.

Os sentidos produzidos por outros discursos estão em ebulição e os caminhos encontrados por quem está na contramão, portando contradiscursos, ainda vão de encontro ao que está arraigado e naturalizado. Portanto, o papel da Análise do Discurso em questões de saúde pública se faz necessário, já que é preciso refletir como a linguagem também é importante na construção do nosso organismo e como ela influi tanto na promoção de saúde como na da doença.

Duvidar dos sentidos prontos é o que faz com que possamos entender como a ideologia captura tantos sujeitos e nos encoraja a trazer um outro olhar, que vai além dos tratamentos com pílulas e comprimidos, por isso a postagem da página “Não Sou Exposição” nos chamou a atenção enquanto analistas. A formulação é acompanhada de duas figuras bastante utilizadas nas conversas nas redes sociais, conhecidos como *emojis*⁵⁴, muito comuns na internet, mas nem sempre os usuários sabem o seu significado. A estátua dos três macacos e sua simbologia remontam a um provérbio, que, na tradução literal, segundo um site sobre a cultura japonesa, é: “Não olhe para o mal, não escute o mal, não pronuncie o mal”⁵⁵. Cada macaco representa uma parte desse dito popular por meio de um gesto, um deles tapa as orelhas, o outro tapa a boca e o último tapa os olhos.

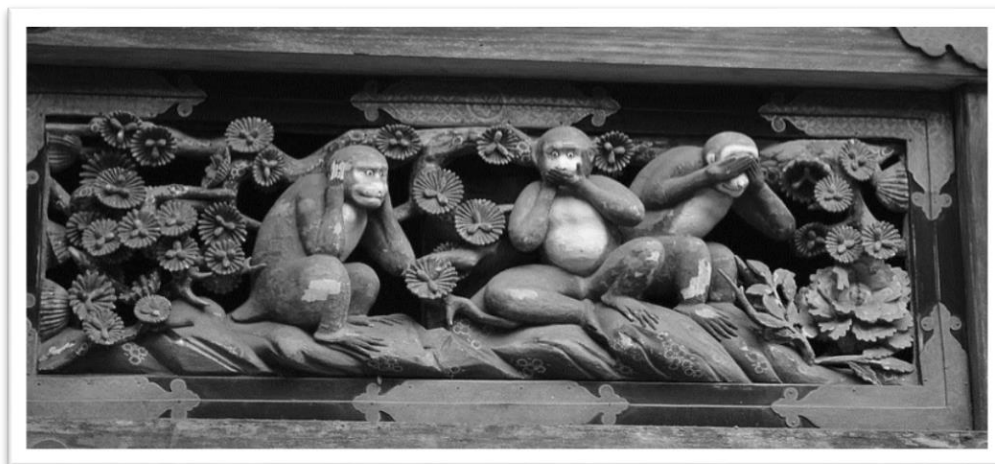
No caso desses macaquinhos, que remontam a séculos de história, o que é inscrito hoje nos dizeres da nutricionista nos faz pensar em como a sociedade se fecha para

⁵⁴ Códigos de computador independentes que representam figuras e emoções, muito utilizados na comunicação em chats e redes sociais.

⁵⁵ <https://www.japaoemfoco.com/mizaru-kikazaru-e-iwazaru/>

discursos diferentes do que está acostumada, como se o mal viesse daqueles que desejam portar outros discursos, que vão na contramão do que está solidificado e autorizado a circular nesse momento histórico em particular.

Figura 11: Estátuas dos 3 macacos no Santuário Toshougu, na cidade de Nikko, no Japão



Fonte: <https://www.japaoemfoco.com/mizaru-kikazaru-e-iwazaru/>

Recorte 1

"É só fechar a boca." - Alguém já te disse isso?

Já te disseram que emagrecimento é a coisa mais simples do mundo, uma matemática onde basta comer menos do que gasta?

Eu acredito que se resolver problemas com a comida fosse algo simples, as estatísticas dos problemas decorrentes da compulsão alimentar não estariam aumentando vertiginosamente. Quanto mais as pessoas insistem em dietas, discursos rasos, remédios perigosos e terrorismo, pior a situação fica.

A formulação “é só fechar a boca” é comumente ouvida nas rodas de amigos e até em consultórios médicos. Os sujeitos capturados por esses dizeres acreditam que, para emagrecer, é preciso apenas comer menos e se exercitar mais, como se esse processo fosse uma fórmula matemática. Algo lógico ou natural, afinal, poucos contestam essa afirmação porque, em um tratamento para pacientes obesos, o consumo de determinados alimentos deve ser diminuído e a prática esportiva é incentivada para que o número de calorias gastas durante o dia seja “negativo”, ou seja, que haja mais gasto e, conseqüentemente, perda de peso.

A simplicidade exaltada, contida nos enunciados que circulam nas falas dos próprios sujeitos, é algo que poucos contradizem. “Fechar a boca” às vezes funciona, acarreta a perda de muitos quilos em alguns indivíduos, porém pode haver ganhos posteriores e instabilidade na manutenção do peso. Nem todas as dietas funcionam para todos os corpos, essa generalização

nos faz todos iguais dentro de um espaço virtual onde todos querem se destacar, mostrando façanhas e conquistas singulares. Na sociedade do *self* (GIDDENS, 2002), somos diferentes em poucas coisas, apesar da ilusão de sermos únicos

Recorte 2

Porque a cura reside no processo oposto: o que é verdadeiramente necessário é ABRIR a boca. Abrir a boca para verbalizar os traumas, insatisfações e dores nunca confessadas. Abrir a boca para estabelecer limites e ser assertivo. Abrir a boca para se defender. Abrir a boca para dar nome aos sentimentos. “Fechar a boca” nos torna inseguros, tristes, amedrontados, omissos e emocionalmente doentes.

Temos no segundo recorte a explicitação de como a interdição dos sentidos acontece, é mais simples fechar a boca do que verbalizar, do que expor sentimentos e angústias. Quem sofre com a obesidade sofre calado, pois, mesmo que queira, o “fechar a boca” é mais forte e chega até ele por meio daqueles que deveriam portar outros discursos, que rompessem com o sentido dominante, que é o caso dos profissionais de saúde. Por isso, dizemos que não há mais uma divisão entre aqueles que estão dentro e fora do ambiente acadêmico nas redes sociais, pois são todos interpelados em sujeitos, e a força do que “precisa” ser silenciado é maior do que o que precisa ser dito.

Outras vozes começam a contestar e tentar a nadar no sentido oposto a essa correnteza que segue em um único rumo. Um dos diretores da ABESO⁵⁶ (Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica), o Dr. Bruno Halpern⁵⁷, fez uma postagem no *Facebook* com um mapa que mostra a complexidade e diversos motivos que levam uma pessoa a se tornar obesa. São diversas linhas e conexões psicológicas e motivos inumeráveis para que a doença surja, o que não pode ser resumido nem simplificado, mas estudado cada caso em particular. Em 28 de setembro de 2015⁵⁸, o médico postou:

Quando falamos da regulação do nosso apetite, devemos lembrar de dois aspectos importantes, os mecanismos: 1 - homeostáticos - de fome e saciedade (como cérebro controla nossa ingestão alimentar para podermos sobreviver, visto que comer é essencial) e 2 - hedônico, o prazer que temos ao comer. Quando se diz que para emagrecer basta “fechar a boca”, esquece-se muito do primeiro, fundamental e de regulação muito fina, que faz que ao perdermos peso, o cérebro ative vias de fome e reduza as de saciedade, levando o peso

⁵⁶ <http://www.abeso.org.br/>

⁵⁷ <https://www.facebook.com/DrBrunoHalpern>

⁵⁸ <https://www.facebook.com/DrBrunoHalpern/posts/714340488696404>

de volta à origem. Porém, por outro lado não podemos nunca esquecer que comer é prazer também!

O “fechar a boca” também está presente em seu enunciado, assim como em outros em sua página. A própria página do NSE fez outras postagens com a mesma formulação, a repetição causa um efeito de preocupação, de urgência com a questão. Além da necessidade de falar, o médico ressalta que “não podemos nunca esquecer que comer é prazer também”! Sendo assim, como fechar a boca para a comida da sua vó? Para as lembranças afetivas a que o ato de comer nos remetem? Para as reuniões em torno de uma mesa farta?

Silenciar todas essas questões não tem surtido efeito, já que a necessidade de “abrir a boca” tem feito com que páginas de informação e apoio às doenças metabólicas sejam criadas, algumas bem-humoradas como a “Não Sou Exposição”, que tratam a obesidade de uma forma mais leve, mas com seriedade. Veremos a seguir as postagens recorrentes sobre a formulação “fechar a boca”.

7.2 Postagens recorrentes sobre o “fechar a boca”

Se os influenciadores digitais repetem infinitamente formulações de efeito, como “é só fechar a boca”, os profissionais de saúde portadores de contradiscursos também o fazem com o objetivo de alertar seus seguidores e para que eles leiam as informações que recebem da internet de forma crítica. As postagens abaixo foram retiradas também da página “Não sou Exposição”.

Facebook Perfil: @Naosouexposicao Data: 15/01/2015 Muito prazer 😊^_ Mas tenha calma e entenda que este pensamento não é a solução para quem precisa emagrecer (aliás, você está realmente gorda? Não está sonhando com metas irreais?). Se simplesmente "fechar a boca" fosse o caminho para um processo de emagrecimento eficaz, não veríamos tanta gente se batendo para perder peso.	

É preciso focar numa mudança de hábito que seja sustentável, não seja abrupta e que aconteça a longo prazo e de modo seguro.

Não há como emagrecer milagrosamente simplesmente parando de comer. Essa estratégia faz a pessoa se sentir culpada porque não conseguiu, mas o problema reside no mecanismo, que simplesmente não dá certo.

É uma loucura BANIR o chocolate da vida de quem gosta muito desse alimento. É importante aumentar os itens de qualidade na alimentação, e o consumo das guloseimas vai reduzir como um reflexo das novas escolhas.

Também é importante gerenciar conflitos e administrar a ansiedade porque isso tem tudo a ver com nosso comportamento alimentar. Atividades lúdicas e exercício físico ajudam 😊:)

Emagrecimento NÃO É TÃO SIMPLES... é um processo complexo que deve ser levado com maturidade e critério.

A postagem acima retoma a do Dr. Bruno Halpern da seção anterior e destaca, em letras maiúsculas que “Emagrecimento NÃO É TÃO SIMPLES...”. Da mesma forma, cita diversos fatores que podem causar a obesidade e ressalta que banir um determinado alimento não é a solução e nem deixar de comer, já que a mudança de hábitos em si faz com que sejam feitas melhores escolhas alimentares.

A nutricionista utiliza a palavra “loucura” para descrever esses comportamentos de restrição severa. Como já dissemos, é retirado todo o prazer da comida, do ato de se alimentar. A busca por alimentos puros acaba afastando os sujeitos do convívio social e *memes* preconceituosos reforçam a falta de disciplina e força de vontade daqueles que estão acima do peso.

Por isso ela pede calma, já que o processo de emagrecimento não se dá de um dia para o outro e apenas se as pessoas pararem de comer, ou de comer alimentos que são prazerosos. A postagem abaixo também reforça que não se deve ter prazer no ato de comer, que não se deve gostar dos alimentos, sejam eles saudáveis ou não.

Não sabemos se esse enunciado foi feito por Adriane Galisteu, ou se ela repetiu de alguma postagem que tenha visto, mas esse *meme* viralizou de uma forma que o site do NSE o postou para alertar seus seguidores de que “Você pode SIM gostar de todos os tipos de alimentos. To-dos. Não somente chocolate, pizza e batata frita, mas também rabanete, abacaxi, rúcula, feijão, quiabo, batata doce, tomate, laranja, carambola, queijo e até mesmo a injustiçada alface”.

Quando ela diz que é a única vez que endossa o conselho de fechar de a boca, é porque simples formulações podem sim afetar os sujeitos mais vulneráveis aos discursos que circulam nas redes sociais sobre emagrecimento. Àqueles que seguem as dicas de pessoas influentes, como a modelo e atriz, que tem um padrão de beleza que muitos desejam alcançar.



FECHAR A BOCA,
neste caso, também é um
bom conselho, Adriane.

NSE
NÃO SOU EXPOSIÇÃO
IMAGEM NÃO DETERMINA VALOR

Facebook

Perfil: @Naosouexposicao

Data: 18/08/2016

A Adriane Galisteu disse isso no canal oficial dela no Youtube. Para quem não conseguiu ler: "Colocou na boca, gostou? Cospe!"

A frase foi supostamente ouvida de uma "amiga nutricionista", mas creio que ela esteja apenas parafraseando essa piadinha infame que circula direto pelas redes sociais. A ideia central: "se quiser emagrecer (ou não engordar) você não pode GOSTAR da comida". Ou seja: existe comida chata de dieta e comida boa que engorda... Dualidade terrível.

Você pode SIM gostar de todos os tipos de alimentos. To-dos. Não somente chocolate, pizza e batata frita, mas também rabanete, abacaxi, rúcula, feijão, quiabo, batata doce, tomate, laranja, carambola, queijo e até mesmo a injustiçada alface.

Isso tudo não tem nada, mas NADA (mesmo!) a ver com a busca por um estilo de vida mais saudável. Tem a ver com a ideia de que ficar bonita (magra) envolve sacrifício. Você precisa ser castigada por ter apetite. Por gostar de comer. Por ter um corpo que insiste em ocupar espaço no mundo. E é decepcionante a gente ver QUANTAS nutricionistas acham essa piada engraçadinha, sem um pinga de senso crítico para detectar o que está VERDADEIRAMENTE sendo dito.

Pelo primeira, única e última vez irei endossar o conselho de "fechar a boca".

Feche a boca, Adriane.

As postagens anteriores apresentam a formulação “fechar a boca”, mas gostaríamos de destacar um recorte da próxima postagem, que fala sobre como “o papo de sempre não vai ajudar NUNCA”, pois essa tese tenta trazer um olhar para o diferente, para o que precisa ser interpretado quando falamos sobre emagrecimento, que não está nos discursos dominantes e que não é permitido de circular. Retomando algumas palavras que já destacamos neste texto: “O fato é que se você não nasceu com corpo de celebridade, por mais que você ‘feche a boca’ e tenha ‘foco’, não terá corpo de celebridade. É um mercado de ilusões sustentado pela culpabilização do indivíduo (o método oferecido é sempre ótimo - se você não fica magro a culpa é sua porque não se esforçou)”.

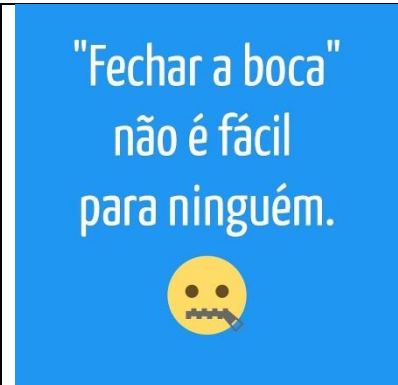
	"Não coma tal coisa, é veneno", "é só fechar a boca", "diz que o chá não sei das quantas ajuda a emagrecer", "o problema é o carboidrato, tem que cortar", "já experimentou a água de berinjela?", "viu a dieta da Patricia Poeta?", "você já tem o livro do Dr. Fulano?", "o segredo é aeróbico em jejum", "vou te passar o contato de uma moça que vende um remedinho ótimo", "fulana tem cinturinha porque treina de cinta", "se não for dormir com fome, não emagrece", "você viu no Fantástico as propriedades emagrecedoras do grapefruit?", "comer é desnecessário, tem que fazer jejum", "o importante é ter foco", "seja mais forte do que a sua melhor desculpa", "basta criar vergonha na cara"...
Facebook Perfil: @Naosouexposicao Data: 20/03/2018	Há quanto tempo você ouve papos desse tipo, oriundos de todos os lados? Aqueles papos DE SEMPRE sobre o quanto é simples emagrecer. Interessante, porque as pessoas que mais falam falam são as mesmas que nunca foram magras (a não ser temporariamente enquanto estavam engajadas em algum tipo de maluquice). Enquanto os vendedores de magreza continuam magros por motivos de genética, hormônio e cirurgia, o público alvo continua acreditando que é uma questão de ~força de vontade~ O fato é que se você não nasceu com corpo de celebridade, por mais que você "feche a boca" e tenha "foco", não terá corpo de celebridade. É um mercado de ilusões sustentado pela culpabilização do indivíduo (o método oferecido é sempre ótimo - se você não fica magro a culpa é sua porque não se esforçou) Enquanto milhões de pessoas esperam a vida começar quando tiverem uma barriga definida, a vida está passando e as oportunidades estão ficando para trás. Saia dessa Matrix. Acorde. Você não precisa de outro corpo. O seu é ótimo. E as mesmas conversas de sempre não vão levar a lugar algum. #NSE #Dieta #Emagrecimento #Sociedade #Cultura#InsatisfaçãoCorporal #Fitness

Não é uma tarefa fácil “fechar a boca” e perceber alguns movimentos de um discurso que pretende trazer saúde, mas que pode adoecer a muitos. Existem as regulações fisiológicas, como já apontamos, e é sempre difícil para quem precisa passar por qualquer tratamento de perda de peso. A ilusão da simplicidade trazida pelo efeito ideológico pode ser quebrada pela informação, por outros olhares, como os que tentamos trazer aqui.

Novamente, é destacada na postagem abaixo essa dificuldade, já que outras formulações que a página destaca são atribuídas ao obeso como: "Mas é só uma questão de fechar a boca";

"a pessoa é gorda porque não quer abrir mão de nada"; "não come menos porque não quer"; "tem que comer para viver, não viver pra comer"; "se cortasse carboidratos emagreceria rapidinho".

O preconceito acompanha todas essas falas, que o próprio obeso acredita, por ter a famosa “cabeça de gordo”. Conforme é mostrado na postagem, essas coisas são ditas por pessoas magras, que nunca precisaram se esforçar para emagrecer. Nesse caso “falar é fácil”, falar sobre uma situação não vivida, atribuir certas verdades aos comportamentos de outrem. Da mesma forma que é difícil perder peso e encontrar discursos que “falem” de uma maneira que ajude a prevenir da obesidade.

 "Fechar a boca" não é fácil para ninguém.	"Mas é só uma questão de fechar a boca"; "a pessoa é gorda porque não quer abrir mão de nada"; "não come menos porque não quer"; "tem que comer para viver, não viver pra comer"; "se cortasse carboidratos emagreceria rapidinho" - Todas essas frases são comumente ditas por pessoas magras que nunca precisaram fazer dieta na vida porque nunca precisaram de um "tratamento" para emagrecer. O fato é que quando VOCÊ não precisa passar vontade e nem sacrificar significativamente o que come, é muito cômodo e muito fácil falar sobre o que o outro deveria fazer. Mas "fechar a boca" e abrir mão de carboidratos, sobremesas e da vontade de repetir o prato é uma coisa difícil para qualquer pessoa, seja ela gorda ou magra. Normalmente quem explica como é "simples" emagrecer nunca precisou tentar - e se tentar mas acabar desistindo, isso não resulta em nenhum tipo de penalização (diferentemente da pessoa gorda que é frequentemente reprovada por não conseguir ser magra). Se as pessoas magras repentinamente precisassem controlar drasticamente a alimentação (conforme é exigido dos gordos), perceberiam que é uma coisa muito mais difícil do que parece. Como dizem, falar é fácil. #NSE #NutriçãoHumanizada #NutriçãoDiferente #Alimentação #Autocontrole #Disciplina
---	---

Para finalizar nossas reflexões sobre essa formulação, temos a última postagem, que mostra quantas coisas o obeso precisa “engolir” para se manter em uma sociedade que cultua corpos magros, da qual ele não é permitido participar ou se permite fazer parte.

Na minha infância me fizeram engolir meu choro Na adolescência me obrigaram a engolir meus sonhos Agora me obrigam a engolir sapos Depois me perguntam Porque você engordou tanto?  Geysa Koschnitzki Alimentação consciente e saudável	Muitas vezes a solução não é "fechar a boca", como costuma-se dizer, mas sim o exato oposto disso: verbalizar as angústias, expor a vulnerabilidade, trocar experiências, pedir ajuda, exigir respeito. Fonte: @geysa.nutri.aci #NSE #SaúdeMental #AlimentaçãoIntuitiva #IntuitiveEating #ACI #NutriçãoHumanizada #Autocuidado
Facebook Perfil: @Naosouexposicao Data: 25/07/2018	

Verbalizar, portanto, tentar falar pelo que está na opacidade da linguagem é nosso papel como analistas do discurso, e os sentidos que nos afetam trazem nossas breves considerações finais.

7.3 Os sentidos que nos afetam e não nos deixam fechar a boca: nossas considerações finais

Pensando da mesma maneira que esses profissionais de saúde e de algumas páginas que surgem, mesmo que timidamente nas redes sociais, a última coisa que devemos fazer é fechar a boca. O “fechar a boca” é o silêncio, o que é impedido de ser dito e, justamente, o que pode ser uma solução para a epidemia de obesidade e do crescimento dos distúrbios alimentares em todo o mundo. Se a fórmula matemática é simples e se o comer menos e se exercitar mais é a solução, mesmo que a maioria não alcance o sucesso e que isso seja notável, por que não há espaços para que surjam novos dizeres?

Falar sobre o problema é importante, expor esses discursos tão arraigados e que já não fazem mais sentido e que, mesmo assim, são repetidos infinitamente e de uma maneira que ninguém contesta. Então, quando se tenta quebrar esse ciclo, evidenciando sentidos que podem estar na opacidade que o discurso sobre o emagrecimento e a linguagem carregam, principalmente nas redes sociais, os que o fazem são muito criticados.

Acreditamos que esse seja o nosso papel, de abrir a boca para mostrar que os nossos hábitos, o que comemos, e todo o nosso corpo é construído não só de um amontoado de células com determinadas funções, mas que somos construídos também pela linguagem e pelos discursos. As doenças da modernidade muitas vezes não são transmitidas por vírus ou bactérias

reais, mas pelo que no “internetês” ficou conhecido como “viralização”, já que uma formulação tão simples e pretensamente inofensiva como “é só fechar a boca” materializa muitos discursos, se espalha e adocece milhares de pessoas todos os dias no mundo inteiro.

O que ecoa neste trabalho são os discursos legitimados pela sociedade que circulam em nome da saúde, na voz de sujeitos leigos e profissionais de saúde, em perfis das redes sociais. Tentamos condensá-los em um único frasco, denominando Discurso Sobre o Emagrecimento. Esse discurso se encontra na fronteira, emerge do entrelaçamento dessas duas posições sujeito que representam o científico (legitimado pela academia) e o não científico.

Os sentidos sobre o emagrecimento ganham força pelos efeitos de repetição e de apropriação do discurso científico e de discursos de outras ordens, dentro de uma formação discursiva heterogênea, na qual os sujeitos transitam com tremenda rapidez, ao mesmo tempo que não se afastam do que podemos chamar de “núcleo”, onde aqueles sentidos que, mesmo saturados, ainda os afetam e são naturalizados. Esse aprisionamento a determinados sentidos é o efeito ideológico presente.

Temos também a força dos discursos políticos, já que questões de saúde pública fazem parte dos orçamentos dos governos e as medicações, tratamentos e intervenções cirúrgicas são cada vez mais procuradas pelo Sistema Único de Saúde, gerando custos aos cofres públicos. No entanto, ações de prevenção para controlar a epidemia da doença ainda são poucas, limitando-se a manuais de como se ter uma vida saudável e melhorar a alimentação, o que também não sabemos se a população tem acesso e se é instruída a como usar essas informações.

Apesar dos discursos de resistência existirem, ainda são minoria e seus sentidos não viralizam como os sentidos de responsabilidade e comprometimento como destacamos em nossas análises.

Em nosso percurso, capturamos a diversidade de vozes que acompanham o Discurso Sobre o Emagrecimento a fim de compreender os sentidos produzidos pelos sujeitos em um espaço midiático contemporâneo que é alicerçado nas tecnologias da informação e no qual são produzidas e colocadas para circular em uma velocidade muito rápida. Se já não há uma linha divisória, atentamo-nos às fronteiras e às formações discursivas pelas quais os leigos e os profissionais de saúde transitam.

A dona de casa Eloisa Helena foi convocada para retratar um discurso que é instável, que muda e se “renova” periodicamente, conforme as identificações do sujeito. Em seu capítulo, mobilizamos os conceitos teóricos, os sentidos recorrentes, a repetição, a apropriação das falas da ciência e mostramos a profissionalização do leigo.

Esta tese foi elaborada em uma sequência que visou apresentar ao leitor um objeto de

estudo, o DSE, dentro de uma teoria, que é a Análise do Discurso. A cada capítulo fomos construindo a “forma” desse objeto, fomos seguindo seus caminhos para observar os sentidos que ele produz.

Encerramos com uma citação do biólogo Richard Dawkins:

Quando morremos há duas coisas que podemos deixar atrás de nós; genes e memes. Somos construídos como máquinas gênicas, criados para transmitir nossos genes. Mas este nosso aspecto será esquecido em três gerações. Seu filho, talvez até seu neto, poderão se assemelhar a você, talvez nas características faciais, no talento para a música ou na cor do cabelo. Mas, com a passagem de cada geração, a contribuição de seus genes fica dividida pela metade; não leva muito tempo para atingir proporções desprezíveis [...] Mas, se você contribui para a cultura mundial, se você tem uma boa ideia, compõe uma melodia, inventa uma vela de ignição ou escreve um poema, a ideia poderá sobreviver, intacta, muito tempo após seus genes terem se dissolvido no “fundo” comum (DAWKINS, 2007, p. 153).

Gostaríamos que as contribuições deste trabalho gerassem bons *memes*, que viralizassem e que essas ideias não se dissolvessem em algoritmos do mundo virtual em que estamos imersos.

REFERÊNCIAS

ACHARD, Pierre et al. **Papel da Memória**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2010. 71 p. Tradução e Introdução: José Horta Nunes.

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Sessões do imaginário** – Cinema – Cibercultura -Tecnologias da imagem, nº 20, p. 34-40, Porto Alegre, 2008.

AUTHIER-REVUZ, J. Falta do dizer, dizer da falta: as palavras do silêncio. In: ORLANDI, E. (org.). **Gestos de leitura**: da história no discurso. 2. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade Teoricamente Sustentada. In: AUTHIER-REVUZ, J. **Palavras incertas**: as não-coincidências do dizer. [trad. Claudia Pfeiffer et alli] Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1998.

BAKHTIN, Mikhail **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. 230 p. Tradução feita a partir do francês MARIA ERMANTINA GALVÃO G. PEREIRA.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. 280 p. Tradução: Plínio Dentzien.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003. 138 p. Tradução: Plínio Dentzien.

BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Porto: Porto Editora, 2010. 338 p. Tradução: Maria João Alvarez, Sara Bahia dos Santos e Telmo Mourinho Baptista.

BOUTET, Charles-victor; QUONIAM, Luc. Towards Active SEO (Search Engine Optimization) 2.0. **Journal Of Information Systems And Technology Management**, [s.l.], v. 9, n. 3, p.443-458, 21 dez. 2012.. Disponível em: <http://www.jistem.fea.usp.br/index.php/jistem/article/view/10.4301%252FS1807->

17752012000300001. Acesso em: 18 jan. 2019.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B.. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal Of Computer-mediated Communication**, [s.l.], v. 13, n. 1, p.210-230, out. 2007. Oxford University Press (OUP). Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>. Acesso em: 14 jan. 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. Obesidade. Brasília: Ministério da Saúde, 2006. 110 p. Cadernos de Atenção Básica, n. 12 (Série A. Normas e Manuais Técnicos). Disponível em: <http://dab.saude.gov.br/portaldab/biblioteca.php?conteudo=publicacoes/cab12>. Acesso em: 14 jan. 2019.

CORACINI, Maria José Rodrigues Faria. **Um fazer persuasivo: o discurso subjetivo da ciência**. 2. ed. Campinas: Pontes, 2007. 212 p.

COURTINE, Jean-jacques. **Decifrar o corpo: Pensar com Foucault**. Petrópolis: Vozes, 2013. 174 p.

COUTO, Mia. **Tradutor de Chuvas**. Alfragide: Editorial Caminho, 2011.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003. 169 p. Edição, tradução do prefácio e versão para ebook: eBooksBrasil.com. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2019.

DIAS, Cristiane. Memória metálica. **Enciclopédia Discursiva da Cidade**. Disponível em: <https://www.labeurb.unicamp.br/endici/index.php?r=verbete/view&id=119>. Acesso em: 23 jun. 2019.

DIAZ, Esther. El imaginario social y las características de la ciencia. In: DIAZ, Esther. **La ciencia y el imaginario social**. Buenos Aires: Editorial Biblos, 1996. Cap. 1., p. 11-27.

EDWARDS, Kasey. Não me elogie por perder peso. **Blog Chinês**, 2013. Disponível em: <http://blog.chinese.me/post/67675721755/n%C3%A3o-me-elogie-por-perder-peso>. Acesso em: 14 jan. 2019.

FARIA, Daiana de Oliveira. **Filtros na rede**: da relação entre discurso e tecnologia. 2016. 136 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Ciências, Psicologia, Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (USP), Ribeirão Preto, 2016. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/59/59137/tde-11052016-105621/pt-br.php>. Acesso em: 18 jan. 2019.

FEYERABEND, Paul K. **Contra o método**. São Paulo: Editora Unesp, 2007. 376 p. Tradução: Cezar A. Mortari.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. 27. ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 288 p. Tradução de Raquel Ramalhete.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 536 p. Tradução: Salma Tannus Muchail.

FOUCAULT, Michel. O Que é um Autor? **Bulletin de la Société Française de Philosophie**, 63º ano, nº 3, jul-set/1969, p. 73-104. Disponível em: http://fido.rockymedia.net/anthro/foucault_autor.pdf Acesso em: 04 abr. 2016.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: nascimento da prisão. Trad. Lígia M. Ponde Vassalo. Petrópolis: Vozes, 1987.

FOXCROFT, L. **A tirania das dietas**: dois mil anos de luta contra o peso. Tradução: Luís Carlos Borges. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011. 239 p. Coleção Cibercultura.

FRIEDERICHS, M. C. Corpos escritos na internet: Representações do corpo em blogs. **Fazendo Gênero 8** - Corpo, Violência e Poder, p.1-7. Florianópolis, 2008. Disponível em:

<http://goo.gl/5XZQvI> Acesso em: 07 fev. 2014

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Tradução Plínio Dentzien - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GINZBURG, Carlo. Sinais: Raízes de um paradigma indiciário. In: GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 143-179.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. Análise do Discurso: conceitos e aplicações. **Alfa: Revista de Linguística**, São Paulo, v. 39, p. 13-21, 1995. Quadrimestral. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/viewFile/3967/3642>. Acesso em: 09 jan. 2019.

HARARI, Yuval Noah. **Homo Deus: uma breve história do amanhã**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016, 448 p.

HAROCHE, Claudine. **L'avenir du sensible: Les sens et les sentiments en question**. Paris: Presses Universitaires de France, 2008. 272 p.

KLEIN, Gisiela Hasse; GUIDI NETO, Pedro; TEZZA, Rafael. Big Data e mídias sociais: monitoramento das redes como ferramenta de gestão. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 26, n. 1, p.208-2017, jan. 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-12902017000100208&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 14 jan. 2019.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica on-line**. Porto Alegre: Penso, 2014. 203 p. Tradução: Daniel Bueno.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994. 152 p. Tradução: Carlos Irineu da Costa.

LAZER, David M. J. et al. The science of fake news. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1094-1096, 8 mar. 2018. American Association for the Advancement of Science (AAAS). Disponível em: <https://disruptor.es/wp-content/uploads/2018/03/US-2018-SCI-MAG-FAKE-NEWS-090318-1.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2019.

LUZ, Madel; SABINO, Cesar; MATTOS, Rafael S. A Ciência como Cultura do Mundo Contemporâneo: a utopia dos saberes das (bio)ciências e a construção midiática do imaginário social. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 32, p. 236-254, jan./abr. 2013. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/sociologias/article/view/38649/24791>. Acesso em: 09 jan. 2019.

MALDIDIER, Denise. **A inquietação do Discurso: (Re)ler Michel Pêcheux hoje**. Campinas: Pontes, 2003. 110 p. Tradução Eni P. Orlandi.

MARANGONI, Elaine. **Discurso de divulgação científica e efeito-leitor: o apagamento de si e de leituras possíveis**. 2013. 102 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Ciências, Educação, Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ribeirão Preto -USP, Ribeirão Preto, 2013. Disponível em: <http://goo.gl/iabXnF>. Acesso em: 09 jan. 2019.

MASSIMI, Marina. O paradigma indiciário na história da psicologia. In: TFOUNI, Leda Verdiani; PEREIRA, Anderson de Carvalho; MILANEZ, Nilton. **O paradigma indiciário e as modalidades de decifração nas Ciências Humanas**. São Carlos: Edufscar, 2018. p. 103-120.

MEDEIROS, Armando. Os perigos da indiferença à verdade. **Uno: A era da Pós-verdade: realidade versus percepção**, São Paulo, n. 27, p.23-25, mar. 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/numero-27/>. Acesso em: 11 jan. 2019.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: HUCITEC, 2008.

MITTMANN, Solange. Discurso e texto: na pista de uma metodologia de análise. In: Seminário de Estudos em Análise do Discurso, 2, 2005, Porto Alegre. **O campo da Análise de Discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites**. Porto Alegre: UFRGS, 2005. p. 1-3. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/2SEAD/SIMPOSIOS/SolangeMittmann.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2019.

ORLANDI, Eni P. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. 4. ed. Campinas, SP:

Editora da UNICAMP, 1997.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: Princípios & Procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009. 100 p.

ORLANDI, Eni P. Segmentar ou recortar? In: **Linguística: questões e controvérsias**. Uberaba: Publicação do Curso de Letras do Centro de Ciências Humanas e Letras das Faculdades Integradas de Uberaba, 1984. p. 9-26. (Série Estudos, 10).

ORLANDI, Eni P. **Discurso e leitura**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2008. 119 p.

ORLANDI, Eni P. Discurso, Imaginário Social e Conhecimento. **Em Aberto**, Brasília, ano 14, n. 61, jan./mar. 1994. Disponível em: <http://goo.gl/fo8NPn> Acesso em: 23 mai. 2016.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e Texto: Formulação e circulação dos sentidos**. Campinas: Pontes Editores, 2001. 218 p.

ORLANDI, Eni P. Ler Michel Pêcheux Hoje. In: PÊCHEUX, Michel. **Análise de Discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2012. p. 11-20.

PACÍFICO, S. M. R. **Argumentação e Autoria: o silenciamento do dizer**. Tese de doutorado apresentada à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, USP, 2002. Disponível em: <http://goo.gl/2q7cGK> Acesso em: 07 fev. 2014.

PALMA, Adalberto. Quando o futuro nos alcança, o passado já não serve e Descartes pode ser uma referência. **Uno: A era da Pós-verdade: realidade versus percepção**, São Paulo, n. 27, p.17-19, mar. 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/numero-27/>. Acesso em: 13 jan. 2019.

PAULA, Thais Silva Marinheiro. **O olhar de si e do corpo: sujeitos em discurso sobre cirurgia bariátrica**. Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, USP. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/59/59142/tde-19072017->

160057/publico/DISSERTACAO_THAIS_SILVA_MARINHEIRO_DE_PAULA.pdf Acesso em: 03 mai. 2019.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 4. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009. 288 p. Tradução Eni Puccinelli Orlando, Lourenço Chacon Jurado Filho, Manoel Luiz Gonçalves Corrêa e Silvana Mabel Serrani.

PÊCHEUX, Michel. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, E. P. **Gestos de leitura**. 3ª edição, Campinas, SP: Pontes, 2010.

PÊCHEUX, Michel. **Análise de Discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2012a. 315 p. Textos escolhidos por: Eni Puccinelli Orlandi.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: Estrutura ou acontecimento. 6. ed. Campinas: Pontes, 2012b. 68 p.

PFEIFFER, Claudia Regina Castellanos. **Que autor é este?** Dissertação (Mestrado) - Curso de Linguística, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/270699>. Acesso em: 24 jan. 2019.

PIETROFORTE, Antonio Vicente. **Análise do texto visual**: a construção da imagem. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2016. 105 p.

PREGO, Victoria. Bolhas informativas. **Uno**: A era da Pós-verdade: realidade versus percepção, São Paulo, n. 27, p.20-21, mar. 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/numero-27/>. Acesso em: 13 jan. 2019.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Meridional, 2009. 191 p. Coleção Cíbercultura. Disponível em: <http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2019.

ROGERS, Richard. O fim do virtual: os métodos digitais. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 10, n. 3, p.1-34, dez. 2006. Publicado originalmente como capítulo 1 do livro Digital Methods (MIT

Press, 2013). Tradução de Carlos d'Andréa e Tiago Barcelos P. Salgado. Disponível em: <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/644/468>. Acesso em: 14 jan. 2019.

SANCHES, Rodrigo Daniel. **Corpus Alienum**: efeitos do discurso das novas dietas, corpo-projeto e mídia. 2018. 203 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Ciências, Psicologia, Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da USP, Ribeirão Preto, 2018. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/59/59142/tde-01082018-110612/pt-br.php>. Acesso em: 09 jan. 2019.

SANCHES, Rodrigo Daniel. Emagreço, logo existo: o universo virtual da boa forma e o poder do corpo-projeto. V Congresso Internacional de Comunicação e Cultura - São Paulo – 2015. **Anais...** Disponível em: <http://goo.gl/VDdkvx> Acesso em: 23/ mai. 2016

SANTOS, Sonia Sueli Berti. Pêcheux. In: OLIVEIRA, Luciano Amaral (org.). **Estudos do discurso**: perspectivas teóricas. São Paulo: Parábola, 2013. Cap. 8. p. 209-234.

STENGERS, Isabelle. **A invenção das ciências modernas**. São Paulo: Editora 34, 2002. 208 p. Tradução: Max Altman.

TFOUNI, L. V.; MOURARIA, C. G.; FERRIOLLI, B. H. V. M. Reflexões sobre a queixa muda da anoréxica. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, vol. 27, n. 3, p. 363-370, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v27n3/12.pdf> Acesso em: 16 nov. 2015.

TURATO, Egberto Ribeiro. Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. **Revista de Saúde Pública**, v. 39, n. 3, p. 507-514, jun. 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-89102005000300025&script=sci_abstract. Acesso em: 23 jan. 2019.

ZUCOLOTO, Fernando. **Por que comemos o que comemos?** Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2008.