

# *“Tenho 8% de Gordura”: processos de subjetivação da celebridade sob a moral da boa forma*

“I HAVE 8% FAT”: CELEBRITY’S SUBJETIVATION PROCESSES  
UNDER THE FITNESS MORAL

Francisco Vieira da **Silva**\*

Francisco Freitas **Leite**\*\*

**Resumo:** Nosso intuito neste artigo consiste em apreender o funcionamento de discursos midiáticos em torno do corpo da celebridade, para descrevermos os modos através dos quais o sujeito celebridade é constituído, na relação com o corpo e com saberes e práticas que emergem dessa relação. Para tanto, tomamos como subsídio teórico as reflexões de Michel Foucault acerca do corpo, observado num viés discursivo. As materialidades de análise constituem-se de notícias veiculadas no *site* Ego. No exame dessas notícias, demonstramos que o sujeito celebridade subjetiva-se a partir de práticas e saberes que incidem sobre a construção de um corpo torneado sob a moral de forma e, ao mesmo tempo, utiliza-se desses discursos como possibilidades para permanecerem sob a órbita do aparato midiático. Além disso, do discurso da celebridade emergem marcas linguístico-enunciativas referentes a índices e taxas de gordura, quantidade de exercícios físicos e de treinamento, tratamentos nutricionais e dietas peculiares, entre outros aspectos, responsáveis por enxertar esse corpo sob os limites de uma moral da boa forma, de uma ascética que privilegia a exibição de formas físicas magras, torneadas e atléticas.

**Palavras-chave.** Discurso. Corpo. Celebridade.

---

\* Doutor em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba. Atua na Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA). Contato: francisco.vieiras@ufersa.edu.br.

\*\* Doutor em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba. Atua na Universidade Regional do Cariri (URCA). Contato: freitas\_leite@hotmail.com.

**Abstract:** Our aim in this paper consists in grasping the media discourse functioning about the celebrity's body, to describe the ways in which the subject celebrity is built in relation to the body and with knowledge and practices that emerge from this relationship. To this propose, we take as theoretical subsidy Michel Foucault's reflections about the body, observed in a discursive bias. The materiality of analyses are made up of news published on the website Ego. In examining these reports, We have demonstrated that the subject celebrity subjective up from practices and knowledge that relate to the construction of a turning body under the fitness moral and, at the same time, it uses these discourses as possibilities to remain in the orbit of the media apparatus. In addition, the celebrity discourse emerge linguistic and enunciative marks related to indexes and rates of fat, amount of exercise and training, nutritional treatments and quirky diets, among other things, responsible for change that body, under the limits of a fitness moral of an ascetic that privileges the exhibition of slim body shapes, wellturned and athletic.

**Keywords:** Discourse. Body. Celebrity.

*At pulchrum est digito monstrari et dicier: hic est!*  
*(É belo que nos apontem e digam: é ele!).*  
(Pérsio apud Tosi, 2000, p. 7).

*O corpo se cortado espirra um líquido vermelho*  
*O corpo tem alguém como recheio.*  
(Arnaldo Antunes)

## Esboços Iniciais

“De biquíni, Nicole Bahls esbanja boa forma em ensaio fotográfico” (iG Gente, 08/01/15). “Alexandre Pato faz *selfie* e exhibe abdômen sarado” (Ego, 17/12/2014). “Ô, lá em casa! Márcio Garcia mostra ótima forma em campanha de cueca” (R7, 01/12/2014). “Thiago Lacerda exhibe barriguinha saliente e repete bermuda” (Ego, 09/09/2014). Eis um pequeno, mas significativo, recorte de um arquivo inefável de discursos em torno do corpo do sujeito celebridade, veiculados na mídia digital. Seja para exaltar a forma

física, seja para condenar, ainda que de modo implícito, determinadas modificações no corpo da celebridade, o fato é que o dispositivo midiático imiscui-se na vida dos famosos, notadamente a partir de uma dada extração da verdade desses sujeitos, na relação com o corpo. Examinar alguns desses discursos é o nosso escopo nos limites deste artigo. Para tanto, algumas considerações podem ser pertinentes e esclarecedoras.

Num primeiro momento, convém adiantar que, para a composição do *corpus* de pesquisa de doutorando do primeiro autor, ainda em andamento, fizemos uma série de visitas ao *site* Ego<sup>1</sup>, no intuito de colhermos notícias sobre a vida, a carreira e as peculiaridades de celebridades brasileiras e estrangeiras. Dado nosso recorte de pesquisa, interessa-nos estudar o processo através do qual as celebridades encenam um espetáculo público de suas intimidades. Todavia, alguns aspectos, que também despertam nosso interesse enquanto pesquisadores, acabam ficando numa posição secundária. Ao observamos esse processo de exibição da celebridade, foi possível diagnosticar regularidades que não dizem respeito somente à vida íntima, na forma como concebemos na pesquisa, mas que entram em jogo e exercem um papel nuclear na constituição da celebridade nas malhas do discurso midiático. Trata-se, basicamente, de discursos de apelo à boa forma, ao corpo sarado, ao *fitness* e a práticas correlatas, inscritas numa sociedade, cujas relações de saber-poder sinalizam para um contínuo adestramento, controle e regulação do corpo, na tentativa de moldá-lo, de acordo com o padrão de determinadas práticas ascéticas e de modelagem de si. Tais discursos, por outro lado, acabam por normatizar um padrão de corpo cujo efeito reside na busca incessante pelo corpo ideal, plasmado no corpo-ostentação das celebridades.

A prática ininterrupta e pletórica do treinar, na qual se supõe a idealização de um corpo formatado a ser adquirido (VIGARELLO, 2008), representa um dos modos de subjetivação do sujeito celebridade no âmbito do discurso da mídia. Noutros termos, a celebridade parece constituir um exemplo prototípico de um corpo torneado em consonância com a lógica

---

<sup>1</sup> *Site* do portal globo.com, um dos maiores da *web* brasileira, cujo objetivo é fazer circular notícias acerca de celebridades brasileiras e estrangeiras. Disponível em: <<http://ego.globo.com/>>.

da corpolatria. Falar sobre os cuidados com o corpo e evidenciar determinadas formas corporais pode se configurar como um modo de tornar-se visível no espetáculo da mídia. Disso deriva um certo incômodo de muitas celebridades que, por uma série de razões, não ostentam um corpo modelado sob o paradigma da *boa forma*. Cabe a estas celebridades superar esse quadro, através da mobilização de forças de controle de si (LIPOVETSKY, 2007), com vistas a ingressar com êxito no seio dessa ordem discursiva midiática, na qual a ênfase no corpo sarado constitui uma exigência inadiável.

Pautando-nos nessa discussão, nosso intuito neste artigo consiste em apreender o funcionamento de discursos midiáticos em torno do corpo da celebridade, para descrevermos os modos através dos quais o sujeito celebridade é constituído, na relação com o corpo e com saberes e práticas que emergem dessa relação. Aqui concebemos a subjetivação, na esteira das elucubrações foucaultianas, como as diversas formas através das quais os sujeitos são capazes de tornar-se sujeitos de suas próprias práticas, não prescindindo de enredar-se a toda sorte de técnicas de saber-poder. Conforme confessa Foucault (1990, p. 47, tradução nossa), um dos seus objetivos de trabalho foi “trazar una historia de las diferentes maneras em que, nuestra cultura, los hombres han desarrollado un saber acerca de si mismos”<sup>2</sup>. Nesse sentido, a discussão ora desenvolvida neste texto encaminha-se no sentido de responder às seguintes inquietações: que procesos de subjetivação são mobilizados pelo sujeito celebridade para a construção de si, por meio dos discursos acerca do corpo e da boa forma?; que mecanismos de saber-poder incidem sobre esse sujeito, tendo em vista as sutilidades da sociedade de controle?

As materialidades de análise, sobre as quais centraremos o olhar investigativo, são notícias colhidas no *site* Ego, selecionadas a partir dos mecanismos de busca do *site*, nos quais utilizamos determinadas palavras-chave, como “corpo sarado”, “boa forma”, “corpo malhado” e outros termos pertencentes ao campo semântico do *fitness*, a fim de obtermos as notícias que compõem o *corpus*. Essa forma de seleção de *corpus* encontra

---

<sup>2</sup> Traçar uma história das diferentes maneiras em que, na nossa cultura, os homens desenvolveram um saber sobre si mesmos .

respaldo no texto de Guilhamou e Maldidier (1997), em que estes autores realçam a importância da noção de trajeto temático, concebida, em linhas gerais, como um modo de decantar e/ou recortar determinados aspectos de um *corpus* de pesquisa, em função da dispersão e do caráter incortonaível do arquivo (FOUCAULT, 2010a) de cada momento histórico.

## 1 Celebridade, Corpo e Mídia

Ao atentarmos para a posição de Foucault (2002), para quem o sujeito não é dado *a priori*, mas constantemente (re)fundado na história, poderemos, de antemão, pensar que o sujeito celebridade transformou-se ao longo do tempo, dadas as contingências histórico-sociais que recaem sobre a constituição desse sujeito e sobre os discursos e práticas que o recobrem. Assim, no território lacunar e movediço da história e da significação, ser celebridade, a despeito da existência de determinadas regularidades, seguramente não é a mesma coisa, seja na Antiguidade, na Idade Média ou nos dias de hoje. Inclusive, alguns autores, entre os quais situamos França (2014), não incluem sob a rubrica da celebridade determinadas figuras mitificadas ao longo da história. Defendemos, por outro lado, que muitas dessas figuras são, sim, celebridades, embora inexista, em determinados momentos da história, o papel central exercido pelo dispositivo midiático na promoção da imagem de alguns sujeitos.

Assim, nas linhas sinuosas da história, deparamo-nos com exemplos prototípicos de sujeitos que marcam um lugar específico na dispersão do tempo, em virtude da fama que os notabilizaram. Alexandre, o Grande, imperador da Macedônia, é considerado uma das primeiras pessoas célebres do Mundo Antigo. Entre os grandes absolutistas, Luís XIV figura numa posição preponderante frente ao exercício do poder como espetáculo. Tal soberano encenava exaustivamente a vida privada ante o olhar da corte (BURKE, 1994), de modo a fabricar sua imagem, mitificando-a. Em ambos os exemplos e em inúmeros outros que não convém citar, flagram-se uma série de estratégias de autopromoção que, hoje, denominá-riamos de *marketing*, as quais visam construir a imagem de um sujeito matizado pelo véu do espetáculo. Todavia, vale salientar que esses sujeitos não sofriam a iminência de serem rapidamente substituídos por outros, tal como acontece nos dias

atuais, em que a permanência da celebridade no espaço midiático necessita ser negociada e mantida de maneira constante (FRANÇA, 2014). Ademais, é preciso acrescentar que os indivíduos que ganham fama podem ser vistos de diferentes formas no decorrer do tempo e, dessa medida, a fama de figuras como Alexandre ou Aristóteles apresenta distinções substantivas se cotejada com os modos de ascensão à fama usados por uma miríade de sujeitos da atualidade.

Essas estratégias de promoção da imagem alinham-se àquilo que Bauman (2008) denomina de busca pela individualidade. Para esse autor, ser indivíduo pressupõe destacar-se na multidão, ter um rosto reconhecível e ser reconhecido pelo nome. A fim de conseguir essa imortalidade individual, essa necessidade de obstruir os ardis da perecibilidade, conforme intercede Nietzsche (2003), os sujeitos recorrem à fama. Ocorre que, para obtê-la, é necessário pertencer a uma dada categoria que, de acordo com Bauman (2008), constitui uma prerrogativa inicialmente atribuída aos reis, estadistas, inventores, generais e antípodas (revolucionários, rebeldes, farsantes, entre outros), ou seja, aos homens iluminados pela glória, consoante preconizam as reflexões de Nietzsche (2007).

Essa percepção coaduna-se com o que nos diz Montaigne (2006) acerca das exigências impostas a um sujeito para que este tenha um lugar na história, aqui concebida numa perspectiva que contraria a história na visão foucaultiana. Para aquele autor: “não se fazem histórias de coisas tão pequenas: é preciso ser comandante ao conquistar um império ou um reino; é preciso ter vencido cinquenta e duas batalhas campais, sempre mais fraco em número, como César” (MONTAIGNE, 2006, p. 443). No entanto, seguindo os passos (des)contínuos da história, despontam-se outras formas a partir das quais pode-se conseguir a *fama*, considerando-se ainda que esse conceito também é uma construção passível de mudanças. Presenciamos, na atualidade, um processo denominado por Baudrillard (2002) de *beatificação do homem sem qualidades*, isto é, a inoculação do sujeito ordinário no outrora inacessível palco do estrelato, o que corrobora, portanto, esse alargamento da noção de *fama*.

Investigar como o sujeito celebridade constitui-se nos interstícios da história exige que se defina, não no sentido de estancar as possibilidades de sentido, de que sujeito estamos tratando quando situamos nosso dizer no

âmbito dessa rubrica, a despeito de concondarmos, de antemão, com o posicionamento de França (2014), segundo o qual mais importante que marcar distinções entre os termos celebridade, famoso e ídolo, por exemplo, é estabelecer os sentidos que o conceito de celebridade enfeixa: (re)conhecimento, notoriedade. Nessa lógica, embora as classificações sejam redutoras por natureza, consideramos pertinente mencioná-las, uma vez que urge pôr em relevo a construção identitária do sujeito celebridade<sup>3</sup>, a partir de indícios que o estratificam. Para tanto, respaldamos nosso dizer na classificação proposta por Rojek (2008). Segundo esse autor, subsistem três tipos de sujeito celebridade, a saber: i) *celebridade conferida*; ii) *celebridade adquirida*; e iii) *celebridade atribuída*.

O primeiro tipo está relacionado aos sujeitos que são considerados celebridades em função de uma certa linhagem atrelada a uma descendência biológica. Nesse ínterim, são celebridades *per se*, na medida em que não precisaram realizar um feito glorioso que as inserisse nessa posição, pois pertencem a uma espécie de clã historicamente envolto pela aura da visibilidade. Como exemplo dessa categoria de celebridade, temos os príncipes, as princesas, reis, rainhas e, em última instância, filhos e companheiros de pessoas extremamente célebres. O segundo tipo de celebridade circunscreve as celebridades notadamente reconhecidas devido a um talento, uma conquista, uma habilidade que as fizeram sair do anonimato. Cantores, atores, humoristas, apresentadores e esportistas compõem esse tipo. O terceiro tipo condensa as celebridades fabricadas pelo dispositivo midiático<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> A raiz latina do termo celebridade é *celebrem*, cuja significação envolve ideias tais como “fama” e “estar aglomerado”. O sentido dessa palavra, considerando o saber etimológico, aponta para o público, para a natureza volúvel, temporária, do mercado de sentimentos humanos (ROJEK, 2008). No século XIX, em um dicionário organizado por Gustave Flaubert, o verbete do vocábulo *celebridade* apresenta a acepção de um sujeito que almeja esperançosamente a fama (FLAUBERT, 1974).

<sup>4</sup> Entre as celebridades atribuídas, Rojek (2008) destaca um subtipo denominado de *celetoide*. Em linhas gerais, essa classificação abarca sujeitos cujo sucesso é efêmero, como ganhadores de loteria, heróis por um dia, sujeitos que fazem sucesso com um único vídeo na *web*, por exemplo. Não há um interesse, por parte da mídia, de sondar a vida pessoal desses célebres, mas, antes, explorá-los de modo passageiro, até que outros os substituam.

É necessário pensar que os limites entre os componentes dessa tipologia são fluidos, de maneira que, por exemplo, uma celebridade conferida pode consubstanciar-se, num só tempo, numa celebridade adquirida ou atribuída. As variadas possibilidades de concomitância entre esses tipos permite-nos conjecturar que as classificações relativas ao sujeito celebridade necessitam considerá-lo como intrinsecamente heterogêneo.

A última categoria de celebridade proposta por Rojek (2008) emerge de modo mais consistente no advento da sociedade do espetáculo<sup>5</sup> e acentua-se sobremaneira na nossa era das tecnologias digitais. Nesse sentido, são cada vez mais comuns celebridades que germinam da *web*, a exemplo de *blogueiros* alçados ao *status* de celebridade. De homens *in-fames* a celebridades instantâneas, eis o percurso de muitos vlogueiros/blogueiros. A notoriedade conquistada por sujeitos emerge noutras vitrines da mídia, inclusive alguns são contratados para publicar livros impressos ou colunas em jornais e revistas (SIBILIA, 2008), tornando-se conhecidos do grande público, mesmo que por pouco tempo, tendo em vista que essa é a lógica a partir da qual a cultura do espetáculo se constitui – celebridades que desaparecem de modo veloz, isto é, com a mesma intensidade com que saíram do anonimato.

A contratação de profissionais com o objetivo de construir uma imagem para um dado sujeito, com vistas a introduzi-lo no mundo da fama tem se configurado numa atitude corriqueira nos dias de hoje, corroborando o presságio de Andy Warhol, segundo o qual todos teriam quinze minutos de estrelato, e atualizando, de modo semelhante, o prognóstico empreendido por Benjamin (1994, p. 183), para quem “cada pessoa, hoje em dia [anos de 1940], pode reivindicar o direito de ser filmado”. Dessa maneira, estratégias de *marketing* fabricam *personas* midiáticas, as quais não possuem um dom excepcional que as situaria no cerne das celebridades adquiridas, mas, principalmente, porque respondem a uma demanda da visibilidade

---

<sup>5</sup> Gabler (1999, p. 15) enfatiza que o rótulo de celebridade pode ser atribuído a “gurus de dietas milagrosas, estilistas e as suas chamadas top models, a advogados, políticos, cabeleireiros, intelectuais, empresários, jornalistas, criminosos – qualquer um que calhe de ser captado, ainda que efemeramente, pelos radares da mídia tradicional e que, por isso, sobressaia da massa anônima”. Essa miríade de possibilidades a que o termo se aplica explicita determinadas mutações no estatuto da fama, de modo a delinear as transformações a que a celebridade está suscetível nos dias de hoje.

contemporânea. É flagrante a preocupação com a estética corporal, tendo em vista que muitos desses sujeitos partem da condição obscura de anônimo pelo fato de terem um corpo em sintonia com o discurso do *fitness*, do culto ao corpo malhado; em suma, do corpo como ostentação (COURTINE, 2005). Noutras palavras, as celebridades não são apenas moldadas e constituídas no âmbito desses discursos, mas, em função do corpo que exibem, acabam por moldar, constituir, hierarquizar e classificar os demais sujeitos na lógica do corpo *fitness*.

É sobre este último aspecto que dedicaremos mais atenção nas discussões encorajadas neste texto. Ao explicar acerca da cultura espetacularizada do músculo, Courtine (2005) delata as peculiaridades que caracterizam a prática do *body-building* e o trabalho ostensivo sobre o corpo advindo desta prática. Nas palavras do autor: “o corpo do body-builder pretende, ao contrário, tirar todo o benefício do peso no corpo do olhar, saturá-lo de massa muscular” (COURTINE, 2005, p. 82). Esse corpo malhado chama a atenção e, aos poucos, a prática da musculação acaba por constituir-se numa oportunidade de ingresso no espaço midiático. Isso nos permite associar o desejo de ser visto às práticas de disciplinamento do corpo (FOUCAULT, 1999), no cerne de uma estética corporal. O corpo do famoso torna-se um exemplo a ser meticulosamente copiado, imitado, num ideal de corpo a ser constantemente buscado, com vistas a suprir a falta que nos constitui. Em síntese, aquele que possui uma forma física invejável pode tornar-se célebre, considerando a natureza evanescente desta condição, em função desta particularidade corporal.

A boa forma representa uma moral cujo descumprimento desencadeia processos de exclusão (FOUCAULT, 2009) e incita uma vigilância incansável por parte do sujeito, seja celebridade ou não, em relação aos aspectos físicos do corpo, como índice de gordura, de massa muscular, taxas de colesterol, nível de potencialidade para certos exercícios físicos, entre outros, os quais podem, em maior ou menor grau, rasurar o projeto do corpo saudável, tido como uma meta a ser cumprida e embalada por saberes clínicos e especializados, cotidianamente alardeados por esses sujeitos nas diversas vitrines da mídia. A preocupação com a saúde, com a alimentação e com a prática contínua de atividades físicas são elementos basilares na composição do guia da vida saudável e feliz, de uma saúde total, nas palavras de Sant’Anna

(2008), que as celebridades necessitam exhibir. Desse modo, as celebridades que eventualmente rejeitam seguir esses preceitos tendem a ser rechaçadas, por vezes de modo tácito, pelo aparato midiático responsável pela manutenção da visibilidade desses sujeitos; noutras vezes, de modo estardalhaçante, como ocorre com quadros tais como o *Medida Certa*, exibido pelo Fantástico.

Não nos parece descabido postular que, no âmbito da sociedade de controle (DELEUZE, 2006), todos os sujeitos avessos aos desígnios da biopolítica dos corpos<sup>6</sup> estão propensos a serem ininterruptamente vigiados através de diferentes estratégias, corporificadas na abjeção aos sujeitos que não se encaixam nas normas do corpo magro, sadio, bonito e feliz (SOUSA, 2012). Isso também é válido para o sujeito celebridade, na medida em que este, conforme salientamos, representa o arquétipo de uma vida plena e feliz, o que supõe o cuidado com o corpo e com o bem-estar. Nesse sentido, quando alguma celebridade apresenta um indisfarçável aumento de peso, erige-se toda uma patrulha em torno desse sujeito, com vistas a inquiri-lo, a fim de decifrá-lo (FOUCAULT, 2006), de modo a desvendar os motivos que possam explicar essa brusca (e indesejável!) mudança corporal. Essa prática, encetada no seio do dispositivo midiático, encadeia-se a inúmeras outras, suavemente impingidas no advento da sociedade de controle. São estratégias de governo, aqui ampliadas na perspectiva de Foucault (2010b), para pensarmos não somente nas técnicas de governo estatais, como também naquilo que há de governável e administrável no esteio de práticas cotidianas. Tem-se, nos termos de Foucault (2006), um governo de si atrelado a um governo do outro.

---

<sup>6</sup> As noções de *biopolítica* e de *biopoder* foram desenvolvidas no âmbito das discussões de Michel Foucault a respeito do poder em meados dos anos de 1970 e, mais tarde, retomadas por autores como Gilles Deleuze, Toni Negri, Michel Hardt e Giorgio Agamben, nos anos 90 do século passado (DUARTE, 2008). De um modo bastante sucinto, podemos entender que o biopoder constitui uma tecnologia de poder que emerge por volta dos séculos XVII e XVIII e se consolida, de modo mais consistente, nos idos do século XIX. O foco de atuação do biopoder, conforme preconiza a etimologia do termo *bio*, centra-se sobre a vida, sobre o homem-espécie ou, nos termos de Foucault (2005), sobre o homem enquanto ser vivo, de modo a delinear uma espécie de estatização do biológico.

O modelo de funcionamento da empresa, contrariamente ao regime norteador da fábrica na sociedade disciplinar, consoante assegura Deleuze (2006), repercute sobremaneira sobre diversos setores da vida social. Assim, passamos a ser gestores de nós mesmo, empresários e administradores de nossos corpos, preocupados em desenvolver as melhores e mais bem-sucedidas performances. “Os indivíduos tornaram-se ‘dividuais’, divisíveis”, ressaltava Deleuze (2006, p. 222), sobretudo, no que tange a uma certa objetivação dos sujeitos, em virtude de um saber clínico, através do qual somos metonimicamente representados em números, percentuais, índices e taxas. Isso explica, portanto, o discurso citado presente no título deste artigo, dado que o sujeito celebridade vangloria-se (quase que dizendo: *eu sou um corpo com apenas 8% de gordura*) ao dizer que possui um determinado percentual de gordura, com vistas a se inserir na ordem discursiva do corpo em forma e marcado por um saber que o estratifica matematicamente. Essa confissão ainda demonstra que esse sujeito se subjetiva mediante um incessante trabalho sobre o invólucro corporal, como se aí residisse a possibilidade de uma reinvenção de si.

## 2 O Que Pode um Corpo Numerável?

Na intermitente busca pela boa forma, os sujeitos celebridades discursivizam, de modo regular, aspectos concernentes aos seus corpos, aqui concebidos como uma unidade discursiva (FOUCAULT, 2010a), para o qual se encaminha uma série de práticas e saberes responsáveis pela construção de si. Examinemos, portanto, os excertos a seguir.

### *Excerto 1*

Scheila Carvalho faz dieta e treino rigorosos: “Tenho só 14% de gordura”.

Aos 41 anos, ela está mais sarada e come basicamente frango e batata doce. Tratamento ortomolecular melhorou a libido: Energia está lá no alto!.

Aos 41 anos, Scheila Carvalho está com o corpo ainda mais sarado do que o que exibia na época em que dançava no grupo É O Tchan, grupo do qual fez parte de 1997 a 2005. A morena, que tem chamado

atenção e recebido muitos elogios ao postar fotos de biquíni no Instagram, revela: para conseguir esse resultado foi preciso muita dedicação e, principalmente, disciplina alimentar.

Há aproximadamente um ano fazendo tratamento ortomolecular – além de acompanhamento com nutricionista que passa uma dieta rigorosa e suplementação –, Scheila diz que está “satisfeitíssima” com as curvas e enumera os benefícios que tem percebido.

“Ter um ortomolecular é ótimo porque você faz uma análise de tudo que te incomoda – no meu caso, estresse e cansaço –, vê se tá tudo ok através de exames de sangue e repõe o que precisa. Tive um resultado muito satisfatório. Minha disposição para o exercício físico aumentou e a libido está bacana também. Melhorou muito com a reposição hormonal. A energia está lá no alto. É uma verdadeira faxina e me ajudou bastante” (EGO, 31 jan. 2015).

### *Excerto 2*

Aos 41 anos, Letícia Spiller quer ficar com apenas 8% de gordura no corpo.

Não tem como não elogiar a boa forma de Letícia Spiller. Mãe de um adolescente de 17 anos, Pedro, e de Stella, de 3, a atriz de 41 anos é dona de um corpo invejável. Qual o segredo para se manter sempre linda? “Cuidar da saúde, ter alegria, estar bem interiormente antes de tudo, se alimentar bem, se cuidar, se amar”, responde Letícia, no ar como a Gilda de “Boogie Oogie”.

Em conversa com o EGO, atriz fala o seu segredo da boa forma: ‘Estar bem interiormente antes de tudo’.

Na hora de cuidar do corpo, não falta disposição. A atriz varia os tipos de exercícios. “Eu procuro fazer pelo menos duas vezes na semana exercício aeróbico, seja transport, bicicleta ergométrica ou, se der, uma corrida na praia. Não gosto de correr na esteira nem no asfalto. Pratico os ritos tibetanos todo dia de manhã e isso já dá uma girada no meu metabolismo para começar o dia. Mesmo que eu não faça nada de exercício físico, isso já é uma colocada no corpo, além da dança que é minha paixão”, diz.

Mas Letícia ainda quer mais. A loira conta que quer reduzir um pouco mais o percentual de gordura de seu corpo: “Eu estava com 12% de gordura, cheguei a 10% e agora quero chegar a 8%. Perder esses 2% é a parte mais difícil e para isso tenho que seguir à risca a dieta”. A atriz conta que a parte mais complicada neste processo é evitar os exageros nas porções (EGO, 06 dez. 2014).

“O aumento de controle e atenção sobre o corpo produz uma maior incerteza sobre ele”, lembra-nos Ortega (2008, p. 13), ao investigar a cultura somática dos tempos hodiernos. Ora, essa relação se mostra cada vez mais simbiótica, se pensarmos que cuidamos do corpo porque ele sempre foi um objeto de desconfiança. Atualmente, com todas as técnicas de controle, modificação e aperfeiçoamento do corpo, os sujeitos parecem não hesitar em transformar esse invólucro vacilante que os envelopa. Desde as badaladas cirurgias plásticas às extremas feições da *body modification*, o corpo tem sido alvo de toda sorte de práticas interventivas. Assim, seguindo essa tendência da formação histórica vigente, na materialidade significativa das notícias anteriormente expressas, podem-se constatar efeitos de sentido relativos a esse temor da natureza demasiadamente humana e, por isso, perecível do corpo. Notamos uma acentuada ênfase na idade das famosas em ambas as notícias, o que aponta para o enaltecimento das posturas das duas celebridades nos cuidados com o corpo, pois este, devido a uma série de medidas interventivas, parece vencer as vicissitudes do tempo.

Ademais, as notícias enfatizam de maneira prodigiosa os cuidados que as celebridades têm com os seus corpos. Para isso, o discurso direto de Scheila Carvalho e Letícia Spiller é mobilizado pelo sujeito enunciador da notícia. Nos excertos, as celebridades admitem o rigor e a disciplina com que tratam seus corpos, bem como os benefícios provenientes de tratamentos estéticos específicos (“ter um ortomolecular”). Tudo isso matizado por um tom pedagógico, com que as celebridades ensinam a técnica do corpo desejável. Ao descrever minuciosamente os efeitos das práticas dos exercícios físicos e as dicas de como chegar a esse estado de felicidade, as celebridades comungam o imperativo de responsabilização do cuidado de si (VIGARELLO, 2006), comumente apregoado em diferentes canais midiáticos. Trazer à tona tais segredos em torno do desvelo com o corpo

demonstra o quanto essas celebridades estão preocupadas com a estética corporal, pois, entre as várias idiossincrasias do regime da fama, o corpo em forma constitui uma exigência intrínseca.

Nas notícias, cumpre destacar ainda a formação do que Foucault (2010a) denomina *modalidades enunciativas*, ou seja, a ênfase no lugar institucional do sujeito que fala, a posição ocupada pelo sujeito na enunciação e o estatuto do sujeito enunciador. Esses elementos aglutinam-se nos discursos das celebridades e revelam o lugar a partir do qual enunciam. Em outras palavras, esse lugar de fala, no caso das notícias em análise, constitui a posição de mulheres com pouco mais de quarenta anos, famosas, extremamente cuidadosas em relação ao corpo, dispostas a revelar os segredos que explicam essa forma física desejável por boa parte das mulheres dessa idade, por exemplo. Esses sujeitos estão, portanto, autorizados pelo aparato midiático a enunciar sobre a boa forma corporal, e são até mesmo incitados a falarem em nome de um padrão que ajudam a construir.

Conforme sinalizamos no tópico anterior, os sujeitos discursivizam seus corpos através da incorporação de saberes clínicos que objetivam o corpo, mediante um olhar técnico e especializado (FOUCAULT, 2001). Vejamos, pois, o destaque conferido ao percentual de gordura que os sujeitos ostentam – “Tenho só 14% de gordura” – ou que almejam conseguir – “Eu estava com 12% de gordura, cheguei a 10% e agora quero chegar a 8%”. Essa lipofobia encontra-se intimamente relacionada à cultura somática de que fala Ortega (2008), pois os sujeitos da contemporaneidade concebem a gordura como o principal vilão a ser exterminado, no plano de ter um corpo em sintonia com a moral da boa forma. Esses saberes responsáveis pela objetivação do corpo, desconjuntando-o em camadas e níveis, sobre os quais recai uma miríade de atenções da tecnociência e das biotecnologias, são indispensáveis para a consecução de estratégias biopolíticas na sociedade de controle. Assim, Michel Foucault nos fala que encontramos “um novo investimento que não tem mais a forma de um controle-repressão, mas um controle-estimulação: ‘fique nu... mas seja magro, bonito, bronzeado’” (FOUCAULT, 2008, p. 147).

### 3 O Que Pode um Corpo Confessional?

Na seção anterior, enfatizamos, ainda que de maneira inicial, o modo através do qual o sujeito celebridade confessa os cuidados necessários com o corpo, colocando-se como uma voz autorizada a falar. Gostaríamos de pormenorizar o funcionamento desse discurso confessional, na medida em que ele apresenta um componente parresiástico que, num sentido estrito, denota o falar francamente, a liberdade de dizer a verdade; inerente a essa noção subentende-se a vontade de dizer “o que efetivamente se pensa, aquilo em que efetivamente se acredita” (FOUCAULT, 2010c, p. 73). O sujeito celebridade externa seus segredos em relação às técnicas de cuidado com corpo, para tornar-se um modelo de vitalidade e saúde, conforme constata-se nos excertos adiante.

#### *Excerto 3*

‘Me acho uma mulher bonita, em forma e me amo’, diz Ana Maria Braga.

Ana Maria Braga deixou seus seguidores de ‘queixo caído’ neste domingo, 1. A apresentadora publicou fotos ousadas em seu Instagram, em que aparece na piscina curtindo suas férias e fazendo topless. Além disso, há imagens de corpo inteiro, que mostram que ela está com tudo em cima aos 65 anos de idade.

Perguntada sobre qual diria ser seu maior segredo de boa forma, Ana Maria responde: “O meu segredo é manter uma alimentação saudável, beber muita água e buscar manter o corpo em movimento todo dia. Me cuido, me acho uma mulher bonita, em forma e me amo. Então quero me ver sempre bem”.

Teoricamente na terceira idade, a apresentadora realmente mostra que o antigo estereótipo de senhorinha atribuído às mulheres de 60 já não existe mais, praticamente. Avó de três crianças, ela garante que está satisfeita consigo mesma e não se preocupa em envelhecer, apenas ter saúde e ser feliz.

“Estou muito feliz com a vida e com o meu corpo. Sou muito vaidosa e me cuido pra manter o corpo e a mente saudáveis. O que me preocupa é não ter saúde e ser infeliz. Hoje em dia as mulheres da

minha idade se cuidam e têm a tecnologia da beleza a nosso favor. Os equipamentos a laser e os cremes específicos elaborados para cada pele ajudam muito, mas conheço muitas mulheres que não tem recursos financeiros e são estonteantemente lindas e bem cuidadas. A beleza está muito na cabeça e na forma como você leva a vida”, declara. Sobre o fato de acabar influenciando as mulheres devido à sua visibilidade e ser considerada uma inspiração por muitas, ela diz: “Fico feliz em inspirar as mulheres. Não me sinto ícone de nada, mas sei da minha responsabilidade junto ao público, por isso faço sempre questão de falar a verdade” (EGO, 22 fev. 2015).

#### *Excerto 4*

Carolina Dieckmann revela segredos de sua boa forma e dá dicas de beleza.

Adepta do treino funcional na praia, atriz diz que gostaria de ser ‘bunduda como Beyoncé e o resto do corpo magrelo como Gwyneth Paltrow’.

É quando o sol se põe que a atriz Carolina Dieckmann pensa em correr na praia para suar o top e manter as medidas de um corpo invejado. Dona de uma das barrigas mais chapadas da TV, ela conta que recorre ao treino funcional nas areias de Zona Sul do Rio duas vezes na semana.

“Amo atividades ao ar livre e fora do ambiente de academia. Para mim, malhar na praia é ótimo. Só preciso atravessar a rua e não tenho que pegar carro ou procurar vaga. Também não curto pegar peso, não sou fã. Prefiro utilizar apenas o peso do meu próprio corpo. Acho que não lesiona os músculos e deixa o corpo como ele deve ficar, sem aumentar e sem perder muito nas medidas”, diz Carol, que pratica a atividade durante 50 minutos sem intervalo (EGO, 09 ago. 2014).

De modo constante, as celebridades são impelidas a falarem a verdade sobre si, produzirem narrativas autobiográficas (VAZ, 2014), darem seu testemunho acerca dos mais variados temas, mais precisamente no tocante ao corpo e à vida íntima. Isso porque vivenciamos um cenário social e político

bastante singular, no qual subsiste uma incitação ao discurso sobre si mesmo, “à revelação permanente de si, práticas que vêm acompanhadas da veiculação de saberes sobre os próprios sujeitos e seus modos confessados de ser e estar na cultura em que vivem” (FISCHER, 2012, p. 115). Corroboramos essa assertiva a partir dos discursos presentes nas notícias veiculadas no *síte* Ego, anteriormente dispostas, pois as celebridades revelam os segredos da boa forma, as táticas para uma vida feliz e saudável. Nas notícias, o sujeito enunciativo elogia os atributos físicos das famosas em evidência – “[...] está com tudo em cima aos 65 anos de idade”, “Dona de uma das barrigas mais chapadas da TV” –, de modo a construir, na tessitura discursiva, sentidos relativos a um corpo extremamente bem-cuidado, em conformidade com as exigências da moral da boa forma. Além disso, no jogo entre o discurso citado das celebridades e a constituição de seu próprio discurso, delineando o fenômeno da heterogeneidade enunciativa (AUTHIER-REVUZ, 2004), o sujeito jornalista antecipa determinadas imagens para as celebridades, como, por exemplo, ser considerada uma inspiração para muitos (Ana Maria Braga) e ser adepta de treinos funcionais na praia (Carolina Dieckmann). Tais imagens são permanentemente (des)construídas, no decorrer das notícias, mas uma regularidade permanece: as famosas são concebidas como exemplos bem-sucedidos de sujeitos que cuidam não somente do aspecto corporal, pois germinam sentidos relativos a uma existência feliz também no que se refere à construção de imagem de si (“A beleza está muito na cabeça e na forma como você leva a vida”).

Na confissão das celebridades em torno da atenção despendida a essa diligência sobre o corpo, pode-se rastrear determinados sentidos que nos remontam à concepção de corpo como uma *realidade biopolítica* (FOUCAULT, 2005), na medida em que se ergue uma série de preocupações sobre o invólucro corporal, com vistas a torná-lo cada vez mais útil, salutar e longo. Conforme relatam as famosas, a despeito de não recorrerem a métodos mais agressivos de controle da forma física, sobressai-se uma certa disciplina de modelagem corporal, consubstanciada, por exemplo, na prudência com a alimentação e com uma movimentação constante do corpo (Ana Maria Braga), bem como no treino de Dickmann, no qual a atriz utiliza o peso do próprio corpo. Por outro lado, independentemente dos exercícios físicos a que as celebridades recorrem para manter o corpo magro e desejável,

importa-nos perscrutar as estratégias de saber-poder que incide sobre tais sujeitos, fazendo com que se subjetivem, a partir dessa premência em conservar o corpo, seguindo os preceitos advindos de saberes voltados à manutenção da boa forma.

Embora as celebridades furtem-se em se autoproclamarem modelos de identificação para o público, inevitavelmente elas não podem escapar do lugar discursivo que ocupam no cerne do espaço midiático. Enquanto Ana Maria Braga relativiza uma posição de ícone, não deixando de mencionar “sua responsabilidade junto ao público”, Carolina Dieckmann confessa invejar os dotes físicos de celebridades estrangeiras, o que mais uma vez confirma essa posição de destaque do corpo celebridade, como um exemplo a ser copiado.

## Contornos Finais

*A eternidade não depende de nós.  
Precários seres, manchados de limites,  
incapazes de dar vida  
A qualquer coisa que dure para sempre.*  
(Thiago de Mello)

“Inaugurem meu retrato, falem de mim! Sou eu! O preciso é predominar, ultrapassar o comum e o anônimo!” (RIO, 2006, p. 72), já prognosticava o escritor João do Rio, no alvorecer do século XX, a respeito dos tímidos movimentos que mais tarde culminariam com a ascensão da celebridade no espetáculo da mídia. O que esse autor ainda não cogitava era a ênfase no estatuto do corpo (leia-se corpo malhado), como possibilidade de inserção, permanência e a reiteração da figura da celebridade no espaço midiático. Como os discursos obedecem a determinadas regras de aparecimento e de acúmulo (FOUCAULT, 2010a), a emergência dessa discursivação em torno do corpo da celebridade encontra-se congenitamente atrelada a condições sócio-históricas que preveem o surgimento de novas formas de controle e regulação dos corpos, alicerçadas em saberes e poderes também singulares.

No intuito de apreendermos o funcionamento dos discursos sobre o corpo do sujeito celebridade, julgamos pertinente atentar para os processos de subjetivação que esses sujeitos levam a cabo, a partir do momento em que são chamados a enunciar, a falar de si (FOUCAULT, 2006), bem como através de relações exteriores que o circundam, materializadas nos discursos que dizem da posição desse sujeito no espaço midiático e dos saberes que emolduram seus corpos. Considerando toda a rede enunciativa concernente aos discursos acerca do corpo naquilo que Deleuze (2006) denomina sociedade de controle, é preciso pensar nas prodigiosas influências biopolíticas que os saberes da biotecnologia e de todos os ramos da estética e das ciências dos esportes exercem nos modos por meio dos quais os sujeitos devem se relacionar com seus corpos. Isso se notabiliza nos discursos das celebridades, dada a recorrência com que aparecem marcas linguístico-enunciativas referentes a índices e taxas de gordura, quantidade de exercícios físicos e de treinamento, tratamentos nutricionais e dietas peculiares, entre outros aspectos, responsáveis por enxertar esse corpo sob os limites de uma moral da boa forma, de uma ascética que privilegia a exibição de formas físicas magras, torneadas e atléticas.

Concomitantemente a essa produção de saberes para o corpo, as celebridades necessitam confessar os inúmeros truques que explicam a luta insana por retardar a obsolescência intrínseca aos corpos humanos, revelada no corpo-ostentação (COURTINE, 2005) que esbanjam. Com vistas a moldar o corpo sob o paradigma da boa forma, faz-se “necessário burilar uma matéria orgânica que se considera defeituosa por definição, e, por tal motivo, requer tanto esmero e dedicação” (SIBILIA, 2010, p. 199). Essa missão de ter um corpo perfeito corporifica-se no espectro das celebridades, que define um lugar no espaço midiático, por meio do qual estão autorizadas a enunciar, conforme demonstramos através da formação das modalidades enunciativas (FOUCAULT, 2010a). As celebridades, ao mesmo tempo em que são constituídas por meio dessa relação com o corpo em forma, exercem uma função normalizadora e normatizadora, pois acaba por definir que tipo de corpo é considerado saudável, belo e desejável e, através de estratégias normatizadoras, determinam a construção do corpo dos que tomam a celebridade como um modelo a ser seguido/copiado.

Vale (re)pensar – a partir da discussão suscitada neste texto e refletindo o fazer científico na óptica de Moita Lopes (2004), para quem o pesquisador está sempre posicionado no mundo e imbricado no conhecimento por ele produzido – o que essa cultura do corpo em forma, na conjunção com o império das celebridades, diz daquilo que estamos nos tornando, nos redemoinhos da história. Pelo menos dois efeitos desta cultura podem ser arrolados: primeiro, a exaltação do corpo malhado preconiza, não raro, a abjeção a formas destoantes desse padrão, inclusive e, talvez, principalmente, para os sujeitos dependentes do aparato midiático; segundo, os processos de subjetivação prenes do desenvolvimento muscular e modelagem do corpo físico sobrepõem-se ao psiquismo de outrora. Assim, compreendemos que, embora coabitem, hoje, dizeres em torno de uma relação de contiguidade entre o valor do corpo e da mente, o enfoque conferido ao aspecto físico – em um sentido muito próximo do que dizia o poeta satírico Pérsio (34 d.C. – 62 d.C.) no verso que usamos como a primeira epígrafe deste texto – oblitera o *recheio*, nos termos daquilo que poeticamente fala Arnaldo Antunes no verso da segunda epígrafe.

## Referências

- ANTUNES, A. *Momento VIII*. Disponível em: <<http://letras.mus.br/arnaldo-antunes/91671/>>. Acesso em: 08 jan. 2015.
- AUTHIER-REVUZ, J. *Entre a transparência e a opacidade*: estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- BAUDRILLARD, J. Big Brother: telemorfose e criação de poeira. *FAMECOS*, Porto Alegre, v. 1, n. 17, p. 7-17, 2002.
- BAUMAN, Z. *Vida para consumo*: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, W. *Magia, técnica, arte e política*: ensaios sobre literatura e

história da cultura. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 114-119. (Obras Escolhidas, v. 1).

BURKE, P. *A fabricação do rei*. A construção da imagem pública de Luís XVI. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

COURTINE, J. J. Os stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In: SANT'ANNA, D. B. de (Org.). *Políticas do corpo*: elementos para uma história das práticas culturais. 2. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005. p. 81-114.

DELEUZE, G. *Conversações*. Tradução de Péter Pál Pelbart. São Paulo: Editora 34, 2006.

DUARTE, A. Biopolítica e resistência: o legado de Michel Foucault. In: RAGO, M.; VEIGA-NETO, A. (Org.). *Figuras de Foucault*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2008. p. 45-56.

EGO. *Alexandre Pato faz selfie e exibe abdômen sarado*. 2014a. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/12/alexandre-pato-faz-selfie-e-exibe-abdomen-sarado.html>>. Acesso em: 23 fev. 2015.

EGO. *Thiago Lacerda exibe barriguinta saliente e repete bermuda*. 2014b. <<http://ego.globo.com/praias/noticia/2014/09/thiago-lacerda-exibe-barriguinta-saliente-em-dia-de-praias-no-rio.html>>. Acesso em: 20 fev. 2015.

EGO. *Aos 41 anos, Leticia Spiller quer ficar com apenas 8% de gordura no corpo*. 2014c. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/12/aos-41-anos-leticia-spiller-quer-ficar-com-8-de-gordura-no-corpo.html>>. Acesso em: 18 fev. 2015.

EGO. *Carolina Dieckmann revela segredos de sua boa forma e dá dicas de beleza*. 2014d. Disponível em: <<http://ego.globo.com/beleza/noticia/2014/08/carolina-dieckmann-revela-segredos-de-sua-boa-forma-e-da-dicas-de-beleza.html>>. Acesso em: 18 fev. 2015.

EGO. *Scheila Carvalho faz dieta e treino rigorosos: 'Tenho só 14% de gordura'*. 2015a. Disponível em: <<http://ego.globo.com/beleza/noticia/2015/01/scheila-carvalho-faz-dieta-e-treino-rigorosos-tenho-so-14-de-gordura.html>>. Acesso em: 22 fev. 2015.

EGO. 'Me acho uma mulher bonita, em forma e me amo', diz Ana Maria Braga. 2015b. Disponível em: <<http://ego.globo.com/beleza/noticia/2015/02/me-acho-uma-mulher-bonita-em-forma-e-me-amo-diz-ana-maria-braga.html>>. Acesso em: 20 fev. 2015.

FISCHER, R. M. B. *Trabalhar com Foucault: arqueologia de uma paixão*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

FLAUBERT, G. *Dicionário das idéias feitas*. Tradução de João da Fonseca Amaral. Porto: Estampa, 1974.

FOUCAULT, M. *Tecnologías del yo e otros textos afines*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1990.

FOUCAULT, M. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1999.

FOUCAULT, M. *O nascimento da clínica*. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

FOUCAULT, M. *A verdade e as formas jurídicas*. Tradução de Roberto C. de Melo Machado e Eduardo J. Moraes. Rio de Janeiro: Nau, 2002.

FOUCAULT, M. *Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976)*. Tradução de Maria Emartina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

FOUCAULT, M. *A hermenêutica do sujeito*. Tradução de Márcio Alves da Fonseca & Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. 25. ed. Tradução de Roberto Machado. São Paulo: Graal, 2008.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. 19. ed. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 2009.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010a.

FOUCAULT, M. A propósito daqueles que fazem a história. In: FOUCAULT, M. *Ditos e escritos*. Repensar a política. Organização de Manoel Barros da Motta. Tradução de Ana Lucia P. Pessoa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b. p. 365-368. (Coleção Ditos e Escritos, v. 6).

FOUCAULT, M. *O governo de si e dos outros*: curso no Collège de France (1982-1983). Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010c.

FRANÇA, V. V. Celebridade: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, V. V. et al. (Org.). *Celebridades no século XXI*: transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 15-36.

GABLER, N. *Vida, o filme*. Tradução de Beth Vieira. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal*: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumismo. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MELLO, T. O tempo. In: ALEIXO, M. F. K. (Org.). *Os melhores poemas de Thiago de Mello*. São Paulo: Global, 2009. p. 37.

MOITA LOPES, L. P. Contemporaneidade e construção do conhecimento na área de estudos linguísticos. *SCRIPTA*, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, p. 159-171, 2004.

MONTAIGNE, M. *Os ensaios*: livro II. 2. ed. Tradução de Rosemary C. Abílio. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

NIETZSCHE, F. *Segunda constatação intempestiva*: da utilidade e desvantagem da história para a vida. Tradução de Marco Antônio Casanova. Rio de Janeiro: Relume Damará, 2003. (Coleção Conexão, 20).

NIETZSCHE, F. *Cinco prefácios para cinco livros não escritos*. Tradução de Pedro Sussekind. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2007.

ORTEGA, F. *O corpo incerto*: corporeidade, tecnologias médicas e cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

PORTAL IG. De biquíni, Nicole Bahls esbanja boa forma em ensaio fotográfico. 2015. Disponível em: <<http://gente.ig.com.br/2015-01-08/de-biquini-nicole-bahls-esbanja-boa-forma-durante-ensaio-fotografico.html>>. Acesso em: 20 fev. 2015.

PORTAL R7. Ô, lá em casa! Márcio Garcia mostra ótima forma em campanha de cueca. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/mulher/o-la-em-casa-marcio-garcia-mostra-otima-forma-em-campanha-de-cueca-01122014>>. Acesso em 19 fev. 2015.

RIO, J. do. O reclame moderno. In: RIO, J. do. *Vida vertiginosa*. São Paulo: Martins Fontes, 2006. p. 67-80. (Coleção contistas e cronistas do Brasil).

ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SANT'ANNA, D. B. Fugir do próprio rosto. In: RAGO, M.; VEIGANETO, A. (Org.). *Figuras de Foucault*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2008. p. 87-96.

SOUSA, K. M. Discurso e biopolítica na sociedade de controle. In: TASSO, I.; NAVARRO, P. (Org.). *Produção de identidade e processos de subjetivação em práticas discursivas*. Maringá: EDUEM, 2012. p. 41-56.

SIBILIA, P. *O show do eu*: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIBILIA, P. Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma. In: FREIRE FILHO, J. (Org.). *Ser feliz hoje*: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FVG, 2010. p. 195-212.

TOSI, Renzo. *Dicionário de sentenças latinas e gregas*. 2. ed. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

VAZ, P. R. G. Na distância do preconceito: narrativas de bullying por celebridades e a subjetividade contemporânea. *Galáxia*, São Paulo, n. 28, p. 32-44, dez. 2014.

VIGARELLO, G. *História da beleza: a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

VIGARELLO, G. Treinar. In: CORBIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. (Org.). *História do corpo: as mutações do olhar: o século XX*. Tradução de Ephrain Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 220-250.

Recebido em: 02/03/2016

Aceito em: 02/05/2016