

## **Do Fenômeno e das formas: operações discursivas entre corpo e cotidiano no quadro Medida Certa**

Patrícia MONTEIRO<sup>1</sup>

### **Resumo**

O corpo humano tem se tornado objeto de preocupação e ansiedade, constituindo-se um campo privilegiado de atenção e estudo de diferentes disciplinas. A crescente busca pela construção da imagem corporal, delineada por meio de cirurgias estéticas, dietas alimentares, exercícios físicos e procedimentos diversos, mobiliza o indivíduo a atribuir um sentido às suas experiências no cotidiano. Os modos de interferir na e sobre a aparência, indicam, por sua vez, como a mídia atual tem transformado o corpo em espetáculo e, por meio de um pretense cuidado de si, interpela o sujeito a produzir uma imagem que atende a interesses arraigados às teias da sociedade de consumo. Nesse contexto, temos o quadro “Medida Certa- O Fenômeno” como objeto empírico. Ao dispor como e quando obter o padrão ideal, o programa Fantástico elabora estratégias discursivas que deslocam o ex-jogador Ronaldo do incômodo excesso de peso para a almejada boa forma, atuando como dispositivo de controle do corpo.

**Palavras-chave:** Corpo. Cotidiano. Mídia. Discurso.

### **Abstract**

The human body has become an object of preoccupation and anxiety, becoming a privileged field of study and attention from different areas. The increasing search for the construction of body image, through cosmetic surgery, diets, exercise and various procedures, mobilizes the subject to assign meaning to their experiences in everyday life. Inference models over appearance indicates as the current media has transformed the body into a spectacle, and, through an alleged self care, leads the individual to produce an image that meets the entrenched interests of the consumer society webs. In this context, we have the column "Right Measure - The Phenomenon" as a empirical object. By arranging how and when to obtain the ideal standard weight, the Fantastic

---

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM/UFPE. E-mail: patriciamonteiro Mendes@gmail.com



program prepares discursive strategies that displace the player Ronaldo of the nuisance overweight for the desired good shape, acting as a body control device.

**Key words:** Body. Everyday life. Media. Discourse.

## Introdução

As estatísticas de acidentes de trânsito, as novidades no cenário da moda, as manifestações artísticas: a partir do corpo humano emanam as fontes que abastecem as pautas do jornalismo diário. Mídia, cultura, natureza. Tudo passa pela mediação do corpo. Por meio dele identificamos o nosso lugar no mundo, nos movemos na direção dos nossos pares, penetramos na realidade concreta, passeamos sobre o universo das palavras, tateamos os meandros da razão e do sensível, transformamo-nos em quem somos e no que queremos ser.

É impossível ignorar o lugar privilegiado que o corpo tem assumido nas representações do viver diário. As mensagens produzidas pelos meios de comunicação convocam indivíduos de todas as idades a delinear sua forma física no intuito de estar bem por fora e sentir-se melhor ainda por dentro. O corpo traduz o encontro da aparência e da essência, como um vetor de comunicação que une e reúne, faz e desfaz, situa e desloca dos indivíduos às sociedades. É neste sentido que trafegam os discursos jornalísticos, produzindo narrativas que apontam como equilibrar a balança da saúde e da estética, para o bem das medidas nacionais.

Para fins deste estudo, contemplar as imagens refletidas pelos espelhos da mídia e nelas encontrar sentidos e contradições da existência, é também um esforço de vislumbrar o corpo a partir de uma linha de investigação que coloque em conjunto os liames da comunicação, do cotidiano e do discurso. Nesse intuito, começamos a travessia pelos imbricados campos do cotidiano e da aparência, entendendo-as como categorias norteadoras da atual sociedade.



## De que cotidiano e aparência estamos falando?

No jornalismo, a vida diária é conjugada no presente, que é o tempo por excelência da narrativa. A conversão do acontecimento em informação noticiosa passa pelo sentido de presentificação, sem o qual a linha que une fato, público e veículo de comunicação estará desfeita. Não temos a pretensão de discutir, neste artigo, as tradições nas quais o Jornalismo (aqui entendido como disciplina) se assenta, entre as quais, a temporalidade. No entanto, esta introdução é útil para começarmos a pensar como o cotidiano se instaura no fazer jornalístico e de que cotidiano estamos falando.

Comumente associada às noções de corriqueiro, diário e banal, a palavra “cotidiano” pode ser desprezada em sua profundidade se o navegante ficar apenas na superfície da significação. Sob a luz desse primeiro entendimento, encontramos uma abordagem metodológica que expande a compreensão do presente para além das categorias de tempo e de narrativa filosófica. Na obra de Michel Maffesoli encontramos um arcabouço teórico capaz de dar conta de tal empreitada. O sociólogo francês utiliza o termo “estilo”, quando se trata de apontar caminhos para uma sociologia do cotidiano.

O cotidiano não é um conceito que se pode, mais ou menos, utilizar na arena intelectual. É um estilo no sentido de [...] algo abrangente, de ambiente, que é a causa e o efeito, em determinado momento, das relações sociais em seu conjunto [...] o estilo pode ser considerado, *stricto sensu*, uma “encarnação” ou ainda a projeção concreta de todas as atitudes emocionais, maneiras de pensar e de agir, em suma, de todas as relações com o outro, pelas quais se define uma cultura. (MAFESSOLI, 1995, p. 64).

Maffesoli observa o estilo do cotidiano - identificado pelos trajes ou pela linguagem, por exemplo - como uma abordagem sociológica que reúne o estético, o comunicacional e o presente a fim de entender a sociedade de uma determinada época. Há diversos modos de percorrer o paradigma do cotidiano, entre eles, o formismo sociológico. A partir da análise das formas empregada por Simmel, no início do século XX, os formistas concebem o cotidiano não como objeto, mas como uma forma. Desse modo, não importa como um objeto social é, mas de que forma se apresenta, ou seja, como se dá a conhecer (PAIS, 2003).

Para os formistas, a partir da forma percebe-se a essência das coisas. No atual contexto, em que o racionalismo moderno foi superado pela ênfase nas formas (a “forma” como o corpo se apresenta, a “forma” de ganhar dinheiro, a “forma” de ter longevidade etc), o cotidiano torna-se objeto de investigação oportuno, tendo a aparência como uma de suas categorias de investigação.

Há uma “forma” de aparecer, de ser visto e entrar em relação no cotidiano, visto que, “mesmo e incluindo os níveis mais racionais ou mais sérios, todos os atos humanos estão impregnados de ‘aparência’ e ‘fazer crer que’”. (MAFFESOLI, 2001, p.177). Para os formistas, a imagem e a visibilidade representam formas de interação social, pois, mediante a produção da aparência o indivíduo busca se sobressair e dirigir-se ao outro, identificando-se com determinados grupos. É nesta passagem que aparência e corpo se encontram, à luz das teorias do cotidiano.

Para Maffesoli, por trás da intenção do indivíduo em construir sua aparência física - mediante a ênfase nos cuidados com o corpo – está o anseio de se integrar a uma estrutura mais ampla: o corpo social, arraigado na tônica de viver o presente. Assim, toda e qualquer transformação ou prática imposta ao corpo tem a perspectiva de enquadrá-lo numa forma física passível de “congelar” o avanço dos dias num eterno presente. Por isso, a partir da abordagem da vida cotidiana, nenhuma transformação ou ritual (im)posto ao corpo ou sobre o corpo pode ser desprezado, pois é por meio dele que se projetam as imagens e as aparências que constituem a vida social.

Chegamos, portanto, à ideia de que a dialética corpo físico/corpo social fundamenta-se no fato de que um indivíduo representa, pela mediação corpórea, um papel que tanto o distingue quanto o agrega ao conjunto da sociedade. Assim, a relação corpo e cotidiano serve como pano de fundo para a comunicação e o discurso, visto que a mídia se nutre de imagens e narrativas para esboçar um modo peculiar de construir a realidade diária.



## **Os contornos do corpo, da subjetividade e do consumo**

Ele mobiliza dezenas de títulos de revista, de programas televisuais, de estratégias de marketing e linguagem. Minimamente vestido, esculpido pela precisão cirúrgica, siliconado, robusto em saúde e delineado com os contornos da contemporaneidade, o corpo é uma mercadoria valiosa no fazer noticioso.

A imagem que ocupa as capas de revista e as manchetes dos telejornais é aquela de um indivíduo magro, sarado e realizado, idealizada no imaginário do senso comum como se fosse uma realidade palpável à maioria da população – basta uma dose de esforço e competência. No entanto, a obtenção de tal aparência é resultado de um árduo trabalho sobre o corpo, sem o qual os gordos negligentes estão aptos à condenação.

Não é recente a atenção – e a tensão - da sociedade sobre os contornos do corpo. Já na Antiguidade Ocidental as relações entre o indivíduo e seu corpo eram conduzidas em torno dos “cuidados de si”. Durante a Idade Média, a ênfase sobre o homem exterior foi relegada a segundo plano, visto que a igreja enfatizava a ligação do corpo com a alma.

Foi na Modernidade que o sujeito reinaugurou novas formas de valorizar o corpo. Tradicionalmente coberto até o pescoço, o corpo feminino ganha a liberdade de ser apresentado aos olhos alheios a partir do final do século XIX (VIGARELLO, 2006). Em situações de trabalho ou de lazer, o corpo passa a “existir” nos espaços públicos e, exposto, impõe à mulher o desafio de agradar não apenas a um indivíduo em particular (o pai, quando solteira, e o esposo, quando casada), mas à sociedade.

O desenvolvimento da sociedade ocidental transformou o corpo em um dos elementos que representam com mais eficácia a prevalência de um modo de vida centrado no consumo. Trata-se da emergência de uma nova moralidade que, “sob a aparente libertação física e sexual, prega a conformidade a determinado padrão estético, convencionalmente chamado de boa forma”. (GOLDENBERG; RAMOS, 2002, p. 25).

A inclinação do indivíduo em traçar os contornos do seu próprio corpo modifica o eixo da subjetividade na sociedade atual. Bruno (2004) destaca que durante a modernidade prevaleceu uma concepção de subjetividade ligada à interioridade,

circunscrita à intimidade e individualidade do sujeito e, portanto, ao que foge à percepção alheia e encerra-se sob a vigilância das instituições e suas “verdades”. Na atualidade, a subjetividade relaciona-se à exterioridade, ao corpo físico, provocando uma ênfase na revelação pública do eu e nas estratégias de garantir visibilidade ao indivíduo comum.

É a partir da exterioridade da ação e do comportamento dos sujeitos, como aponta a autora, que se projeta ou se extrai a subjetividade. Bruno considera, portanto, que a aparência, na modernidade, estava relacionada à superfície, à exterioridade, enquanto a autenticidade vinculava-se à interioridade, à verdadeira expressão da identidade do sujeito. Hoje, “aparência e identidade se confundem”, provocando, como nos mostra Maffesoli (2005), a prevalência de identificações transitórias e vulneráveis entre os indivíduos, e não de uma identidade única e rígida.

Na concepção de Denise de Sant’Anna, “é pela aparência física, sobretudo, que se comprova aquilo que cada um quer mostrar de sua subjetividade”. (2006, p.20). Para a historiadora, o corpo é o modo mais eficaz de subjetivação do sujeito. Diante do exposto, percebe-se que situar os cuidados com o corpo no centro das informações e dos olhos do público parece bem ao universo das notícias e das propagandas. Do corpo ensanguentado das manchetes policiais aos bustos, pernas e sorrisos que desfilam impecáveis nas colunas sociais, “o corpo vende”, tornando-se, portanto, uma das pautas preferenciais da mídia atual.

Desenvolvendo-se sempre de mãos dadas com o capitalismo, o jornalismo produz, recheia e embala as notícias sob a modelagem do sistema que tudo transforma em mercadoria. Desse modo, fabricam-se as imagens que serão vendáveis no mercado, dispondo, ao consumidor, a produção de sua aparência como signo de autonomia, visibilidade e aceitação social.

Nesse entendimento, a antropóloga Maria Rita Kehl (2004) reflete que os efeitos fetichistas das mercadorias – entendidos à luz de uma visão marxista - estruturam o modo de estar no mundo dos sujeitos subjetivamente. Desencarnando-se das coisas e transferindo-se para os homens, o fetiche não altera, contudo, a sua essência tal como concebeu Marx.



Nos dias atuais, tem-se a ilusão de que o consumo e a imitação da imagem de uma pessoa magra e, conseqüentemente, bela, feliz e aceita, confere valor ao sujeito e o faz se destacar em relação aos demais. As trocas sociais ocorrem através da fabricação de imagens-mercadorias e estas tomam o lugar das pessoas, encobrendo as sinuosas diferenças objetivadas nas condições “subjetivas” de sua produção.

Cada vez mais nota-se que o corpo pesado, que adquiriu o sentido de um corpo submetido à negligência, à falta de cuidado de si e de amor próprio, torna-se um símbolo de colapso do indivíduo. Para diminuir a angústia de quem caminha nessa pesada solidão corpórea, a mídia elabora discursos de combate ao sedentarismo e à obesidade, erigindo, por sua vez, uma imagem que se transforma em sonho de consumo, porque é socialmente adequada e apresenta a leveza da saúde e da autoestima – o corpo esguio.

O corpo magro reúne os cânones de uma sociedade que consagra ao estatuto de “medida certa” a disciplina, os exercícios físicos, a reeducação alimentar, a dieta, as roupas curtas e as formas à mostra. Diante desse cenário, a constituição da subjetividade passa pela definição de que corpo ter e de como se expor no espaço público. Do indivíduo comum à celebridade, ninguém escapa às ameaças da gordura. Ao peso dos quilos socialmente indesejáveis, soma-se o fardo de ser considerado inadequado por não incorporar os “hábitos saudáveis” preconizados pela mídia no cotidiano. Há que se entrar em uma medida certa.

### **A construção (discursiva) de Ronaldo Fenômeno no quadro “Medida Certa”**

Os investimentos sobre o corpo na contemporaneidade atualizam uma das discussões centrais na obra de Michel Foucault (1984): as investigações em torno do sujeito e dos processos de subjetivação.

Para o autor, o poder sobre a vida, configurado a partir do século XVII, incide por meio de dois pólos. O primeiro considera o corpo enquanto máquina, produzido a partir de mecanismos de docilidade que fabricam corpos submissos, exercitados, úteis. O segundo pólo, situado a partir do século XVIII, é definido por um conjunto de



procedimentos centrados no corpo-espécie: o nascimento, a mortalidade, a saúde, a longevidade. Tais mecanismos, segundo Foucault, se estruturam em torno da biopolítica que, exercida ao nível das populações, tende a tudo regular e predeterminar enquanto agente de modificação do viver humano.

Do corpo dos indivíduos à vida da espécie, tem-se o biopoder, de que fala Foucault, acentuando seus dispositivos de controle. É nesse recorte que encontramos os desafios da vida saudável e os limites impostos ao corpo em lugares de destaque no quadro “Medida Certa”, do Fantástico, programa exibido nas noites de domingo, na TV Globo.

A primeira versão do quadro foi exibida de abril a junho de 2011, tendo os jornalistas Zeca Camargo e Renata Ceribelli como protagonistas do desafio de reprogramar o corpo em noventa dias. Um ano depois estreia o formato mirim, que põe em cena três crianças - sendo duas gordinhas e uma magra – e a proposta de unir esporte e qualidade de vida para o bem de uma infância saudável.

No dia 23 de setembro de 2012, o método de reprogramação corporal do Fantástico inaugura sua fase mais midiática e espetacularizada: “Medida Certa – O Fenômeno”. Como indica o nome incorporado ao quadro, o protagonista do desafio é o ex-atleta Ronaldo Luís Nazário de Lima, conhecido mundialmente como “Fenômeno”.

Com o peso acima do desejável e sem conseguir os resultados que marcaram os tempos áureos de sua carreira, o então jogador anunciou a aposentadoria em fevereiro de 2011. Um ano e sete meses depois, a TV Globo toma a dianteira na empreitada de transformar Ronaldo novamente em símbolo de superação nacional, conforme enuncia o apresentador Zeca Camargo na reportagem de abertura do *reality show*:

*O próprio Ronaldo admitiu no início do programa que se sente gordo, cansado, indisposto. O ídolo do penta se incomoda com o corpo que hoje vê no espelho.*

O dizer de Zeca Camargo assegura a televisão como um lugar onde a realidade é refletida e projetada, sem disfarces. É próprio do discurso jornalístico identificar o jornalismo como “reflexo do real” (CHARAUDEAU, 2006). Com seu espelho que tudo revela, a TV expõe as deformações: *gordo, cansado, indisposto*, mas com o intuito de





evidenciar respostas às angústias do ex-craque e trazer à tona um novo referencial de corpo.

O desafio é que, até o fim do programa, em dezembro, Ronaldo perca 18 quilos. Reforçando a noção de que não se trata apenas de uma insatisfação com a aparência física, mas, sobretudo, de uma questão de saúde, Tadeu Schmidt, também apresentador do Fantástico, completa o dizer de Zeca Camargo:

*E qual o preço que a saúde do Fenômeno 'tá' pagando pela vida sedentária dos últimos meses?*

Em seguida, a atenção sai do estúdio e se desloca para o primeiro episódio de “Medida Certa – O Fenômeno”, no qual o ex-atleta passa por exames para checar taxas de colesterol, glicose, peso, gordura corporal, circunferência de abdômen e frequência cardíaca.

Márcio Atalla é o preparador físico responsável pelo programa de exercícios e reeducação alimentar. Idealizador do método “Medida Certa”, ele aparece ao lado de Ronaldo, com os resultados dos exames em mãos, e enuncia o sentido do quadro, destacando, mais uma vez, que não se trata de um método voltado para a mera obtenção de um corpo bonito:

*Medida Certa parte da atividade física, isso pra você é muito fácil. Então, colocando o corpo em movimento você precisa apenas fazer pequenas melhorias na alimentação. Alimentação, quatro regrinhas: beber água, comer fibra, diminuir gordura, menos sal, menos açúcar. O resto...você não vai passar fome nem privação. E vamos malhar...*

O discurso de Atalla, que corrobora o dizer dos jornalistas, tem o sentido de assegurar que “Medida Certa” não deve ser confundido com métodos radicais de emagrecimento e que a obtenção de uma vida saudável é o principal benefício do programa.

Ainda no episódio em questão, acompanhado de Atalla, Ronaldo faz uma avaliação física completa, para saber como está o corpo. Para isso, o ex-jogador precisa ficar de sunga. Nesse momento, a matéria de cerca de 10 minutos tem seu ápice. Em *off*, Zeca Camargo chama a atenção do público:



*Apesar do barrigão, Ronaldo ainda tem estrutura de atleta. Veja as costas dele...*

A imagem da gordura de Ronaldo – *o barrigão* – contradiz com o ideal de corpo de quem dedicou parte da adolescência e da juventude ao esporte. O discurso de Zeca acentua o sentido de negligência associado ao excesso de peso. Com imagens de um Ronaldo exposto apenas de sunga, e com o barrigão à mostra, novamente em *off*, o apresentador pergunta:

*O Brasil quer saber: qual o peso do Fenômeno?*

Zeca parece traduzir o mais alto anseio do telespectador que começa a acompanhar a saga de Ronaldo em busca da “medida certa”. Conhecido pela origem humilde e pelo jeito simples, Ronaldo se tornou um símbolo para milhares de brasileiros. Com um leve sorriso no rosto, desabafa:

*Eu tenho pavor a me pesar! É um trauma.*

O peso do corpo gordo é um fardo que Ronaldo carrega há alguns anos. Antes de declarar a aposentadoria, o fim da temporada nos campos de futebol foi caracterizado por críticas da imprensa, de fãs e de pessoas do mundo da bola.

Diante de milhões de telespectadores, o ex-atleta que já foi considerado herói, tanto por seu histórico de vitórias quanto de superações na carreira (marcada por lesões, cirurgias no joelho e também por alguns escândalos na vida pessoal) surge com um aparente cansaço e com um estado de gordura excessiva que denotam a falta de cuidado com o corpo.

Sempre cobrado a desempenhar resultados ‘fenomenais’, Ronaldo, que um dia exibiu a imagem de garoto franzino, bem-sucedido e disciplinado, naturalmente se sente constrangido em revelar as farras medidas em rede nacional, mas enfrenta o desafio<sup>2</sup>.

Com o peso de 118,4 kg, 25,5% de gordura corporal e hipotireoidismo, o jogador de futebol - que já foi três vezes campeão do mundo e o maior artilheiro da história das Copas – encara o programa como se estivesse disposto a vencer cada etapa do grande jogo da maior batalha pessoal: o retorno à vida saudável. É assim que termina a edição de estreia do quadro.

Para mais uma sequência de atividade física, na edição que marca a quarta semana do programa, dia 14 de outubro de 2012, Ronaldo enfrenta Anderson Silva, considerado um dos maiores lutadores do mundo. Após a sequência de *rounds*, o ex-atleta destaca:

*A gente consegue fazer vários exercícios diferentes, tá sendo bacana [...] Começa a ver os resultados no rosto...meu rosto já afinou, meu pescoço já afinou...o peito [...] tem muita coisa pela frente, pro que eu quero falta muito.*

O relato faz supor que, após quatro semanas de desafio, Ronaldo começa a ficar satisfeito com os primeiros resultados do método de reprogramação do corpo, operado pelo Fantástico. No entanto, *ainda tem muita coisa pela frente*, ou seja, a angústia e a inquietação, peculiares a pessoas que vivem a chamada “guerra contra a balança”, se tornam companheiras no caminho do emagrecimento. Uma prova de que cabe unicamente ao indivíduo o controle de sua forma física e, por fim, a transformação do horror à gordura em adesão a uma nova condição física. Trata-se de apagar a velha aparência e fazer surgir um corpo novo.

## **Efeitos de verdade em “Medida Certa”**

Como discorre Foucault (2008), a produção discursiva se nutre de uma vontade de verdade que opõe o verdadeiro ao falso. É nesse sentido que a linguagem jornalística,

---

<sup>2</sup> No dia 12 de outubro de 2012 a coluna Paineis FC, do jornal Folha de São Paulo, noticiou que Ronaldo estaria recebendo 6 milhões de reais para participar do “Medida Certa”. Dia 17 a Rede Globo emitiu um comunicado negando que Ronaldo esteja sendo remunerado para participar do quadro, exibido no Fantástico. Acesso em: [exame.abril.com.br](http://exame.abril.com.br)



fundamentando-se num princípio de “verdade”, exerce regulações sobre o corpo ao relacionar seus enunciados à realidade. Com um formato híbrido situado entre o jornalismo e o entretenimento (como é o próprio Fantástico), “Medida Certa” é um reality show de intervenção corporal que se nutre da fabricação de imagens que devem parecer confiáveis e verdadeiras.

Ao evidenciar – e amplificar – o cotidiano de uma celebridade e sua luta para atingir um padrão de corpo socialmente desejável, o *reality show* busca se aproximar da realidade do senso comum, numa espécie de folhetim no qual as histórias são divididas em capítulos marcados por surpresas, emoções e ação.

Inserido no Fantástico, um programa que a Rede Globo auto-define como jornalístico, “Medida Certa” é apresentado por jornalistas (Zeca Camargo, Renata Ceribelli e Tadeu Schmidt) que muitas vezes deixam o estúdio e atuam como repórteres, registrando a batalha pessoal de Ronaldo e transformando-a num assunto relevante para brasileiros comuns. A presença dos jornalistas empresta credibilidade aos fatos narrados, sendo eles testemunhas dos desafios e das mudanças resultantes da maratona de exercícios físicos e reeducação alimentar.

Outro aspecto que acentua o efeito de verdade de “Medida Certa” é a presença de um especialista em saúde como personagem dos episódios e responsável pela concepção do método de reprogramação corporal. As narrativas do preparador físico Márcio Atalla asseguram o lugar do saber especializado como fonte respaldada na construção de um conhecimento científico e uma realidade hegemônica sobre o corpo.

Além das estratégias discursivas, a produção de verdades na televisão está ancorada numa perspectiva tecnológica, que deve combinar os modelos da ficção aos da linguagem jornalística. Segundo Marcondes Filho, “a produção de emoções e envolvimento é uma questão puramente técnica: pelo tempo dispensado às imagens, pela lentidão das cenas, pelo tom sério do narrador em *off*, pela música eu posso fazer toda uma nação se derramar em lágrimas mesmo que o fato não seja para tanto” (2009, p. 85,86).

A linguagem televisual se nutre, portanto, da produção de verdades sobre o corpo, tendo os discursos e as imagens a intenção de provocar algum tipo de sentimento no



público. No caso de “Medida Certa – O Fenômeno”, a narrativa começa na televisão e continua na internet, com as postagens no *blog* do quadro. Um exemplo disso é que o público foi motivado, pelas redes sociais, a enviar mensagens de ânimo e estímulo para o ex-jogador, com a *hashtag* #ForçaRonaldo. No dia seguinte à abertura do quadro, o *blog* impulsionava o público: “*Grave seu vídeo e dê uma força para o Fenômeno*”. Ao evidenciar tal discurso, o programa interpela o público a formas de ação que, no caso do proposto no presente estudo, focaliza intervenções sobre o corpo acionadas pelo exemplo de superação de um dos maiores ídolos do futebol brasileiro.

## Considerações finais

Sob o pretenso ideal de retratar a vida cotidiana e de ser um aliado da sociedade em seus anseios por qualidade de vida e segurança, o jornalismo se nutre de formulações sobre como obter um corpo saudável. Vestidas de uma preocupação com o aumento das taxas de obesidade e sedentarismo da população, reportagens e programas de entretenimento enfatizam a incansável e torturante busca pelo corpo perfeito, padronizando as medidas nacionais e excluindo o fato de que as pessoas têm diferenças entre si.

Embora o jornalismo lance mão do relato de especialistas no assunto, a saúde, nas narrativas televisuais analisadas, não é tratada a partir de um conjunto de sintomas ou sinais de uma doença, distinguindo-se corpo são de corpo doente. No lugar disso, os discursos procuram vincular as notícias de saúde à noção mais próxima de uma visão subjetiva e holística, entendendo-a como resultado de bem estar físico e psicológico, submetido a diversas variáveis, entre as quais, o disciplinamento do corpo.

Desconsiderando a aposentadoria de Ronaldo e o fato de que, após anos de intenso trabalho físico o corpo está mais relaxado e preguiçoso, o quadro “Medida Certa” pretende destruir a atual forma física do ex-atleta, convertendo-a na imagem de um cidadão bem cuidado, disposto, atuante e apto a representar positivamente o Brasil nos grandes eventos esportivos que estão por vir, entre os quais, a Copa do Mundo de 2014, da qual Ronaldo é embaixador.

Para vender a imagem de um dos maiores astros do futebol, dentro e fora do país, é necessário cortar as gorduras, perder o 'barrigão' e modelar o corpo com os contornos de uma aparência socialmente aceita, visto que é síntese da capacidade de mudança e superação do povo brasileiro. Dessa forma, Ronaldo novamente se tornaria um símbolo nacional, atestando que o Brasil tem capacidade de sediar o torneio, assim como o ex-jogador teve sucesso em sua heroica empreitada em torno da 'medida certa'.

Interessa à emissora de maior audiência do país, a Rede Globo, que Ronaldo desfile como um belo e saudável diplomata, defendendo a imagem do torneio futebolístico e representando, na 'medida certa', os interesses mercadológicos associados à Copa de 2014. Estar atento a estas operações discursivas é imperativo para se compreender como a mídia modela e irá remodelar formas corporais aptas a circular na sociedade em que estamos inseridos nesse cotidiano permeado de aparências e modelos.

## Referências

BRUNO, F. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº24, julho, 2004.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 16. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

\_\_\_\_\_. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. 5.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

GOLDENBERG, M.; RAMOS, M. A civilização das formas: o corpo como valor. In:

GOLDENBERG, M. (org). **Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura carioca**. São Paulo: Record, 2002.

KEHL, M. R. Fetichismo. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita (orgs). **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 63-84.

MAFFESOLI, M. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios Ed. 1995.

\_\_\_\_\_. **A conquista do presente**. Natal: Argos, 2001.

\_\_\_\_\_. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 2005.

MARCONDES FILHO, C. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009.

PAIS, J. M. **Vida cotidiana**: enigmas e revelações. São Paulo: Cortez, 2003.

SANT'ANNA, D. B. É possível realizar uma história do corpo? In: SOARES, Carmen Lúcia (Org.). **Corpo e História**. 3. ed. Campinas: Editora Autores Associados, 2006.

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

### **Programas televisivos**

Fantástico (23/09/2012 e 14/10/2012)

### **Sites**

[www.globo.com/fantastico](http://www.globo.com/fantastico)

[exame.abril.com.br](http://exame.abril.com.br)

[veja.abril.com.br](http://veja.abril.com.br)