

O (NÃO) LUGAR DO SUJEITO NO CONTEXTO DA EXPLORAÇÃO DO CORPO COMO OBJETO DE CONSUMO: CORPOREIDADE E MÍDIA NO SISTEMA ALIMENTAR CONTEMPORÂNEO*

THE (NO) PLACE OF THE SUBJECT IN THE CONTEXT OF BODY EXPLOITATION AS AN OBJECT OF CONSUMPTION: CORPORATION AND MEDIA IN THE CONTEMPORARY FOOD SYSTEM

EL (NO) LUGAR DEL SUJETO EN EL CONTEXTO DE LA EXPLOTACIÓN DEL CUERPO COMO OBJETO DE CONSUMO: CORPOREIDAD Y MEDIOS EN EL SISTEMA ALIMENTARIO CONTEMPORÁNEO

Marcos Aurélio Macedo¹

marconutadv@gmail.com

Eudaziane Abreu Macedo¹

eudaziane@gmail.com

Antônia Márcia Macedo de Sousa²

marcittapersonalgym@hotmail.com

¹Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA)

²Escola de Formação em Saúde da Família Visconde de Sabóia (EFSFVS)

PALAVRAS-CHAVE: *Corpo Humano; Comportamento Alimentar; Cultura.*

INTRODUÇÃO

A imersão confusa em não-lugares identificados com o consumo de alimentos desvela opções e possibilidades objetivas de compra, assumidas como idealização material, que tem o condão de produzir potenciais consumidores. Demarca-se uma espécie de *sociedade* na qual tornar-se sujeito pressupõe converter-se em produto, investindo uma parcela da subjetividade – a decisão de consumo – com o propósito de afiliação social (de si próprio) como mercadoria vendável, afirmada e realizada no agir comunicativo induzido pela mídia, com foco no consumo (BIRMAN, 2012).

* O presente trabalho não contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.



OBJETIVO

O presente trabalho constitui um esforço compreensivo com o propósito de discutir a abordagem científista fundada essencialmente em prescrições disciplinadoras, que compreendem o corpo como lugar de oportunidade; e, por outro lado, desloca o sujeito para um não-lugar que o implica com a lógica do consumo, tornando-o passível de controle através do discurso moralizante da ciência – negligenciando, dentre outras dimensões da corporeidade, a singularidade do prazer de comer.

METODOLOGIA / BASE TEÓRICA

Trata-se de análise crítica inscrita na tradição da pesquisa qualitativa, com fundamento nos pressupostos teórico-metodológicos da hermenêutica de profundidade (THOMPSON, 2011). Parte-se da concepção de *não-lugar*, sustentada por Augé (2012), como espaço no qual o sujeito não se reconhece, nem tão pouco se pode estabelecer como relacional ou histórico, visto a substituição da identidade pessoal pelo anonimato de um mero consumidor.

NÃO-LUGARES E REIFICAÇÃO DA CULTURA DO CONSUMO ALIMENTAR

Situar o lugar do sujeito em um cenário no qual a comida e ele próprio são convertidos em mercadorias, onde as indicações do que seja saudável assumem conotação normativa com força coercitiva, é tarefa das mais complexas. Nesse contexto, a cultura do consumo é referenciada pelo poder de formatar sujeitos convencidos de necessidades com valor de mercado, capazes de ressignificar desejos conforme o paradigma da felicidade que alimenta o lucro (BAUMAN, 2008).

A imersão confusa em não-lugares relacionados com o consumo de alimentos desvela opções e possibilidades objetivas de compra, assumidas como idealização material (JOHANSON, 2017). Tal universo simbólico envolve o sujeito em prescrições que impõem a afirmação da autoconsciência do saudável como preceito essencial de identidade subjetiva.

É essencialmente importante resgatar a habilidade de construir narrativas sobre si mesmo (AUGÉ, 2012), prestigiando o sujeito do conhecimento inscrito na dimensão de sua corporeidade e, nesse sentido, valorando nosso lugar no mundo por além de uma abordagem dessubjetivada, ancorada na racionalidade biomédica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O distanciamento entre o lugar antropológico do sujeito e a cultura alimentar sedimentada na memória coletiva favorece um sistema alimentar cada vez mais despersonalizado. Assim, compreender o lugar de articulação do sujeito no contexto dialético dos interesses atrelados a mídia voltada a explorar o corpo como mercadoria requer discutir o sentido e o alcance das descobertas científicas. Tal esforço hermenêutico passa pela relativização da força da ciência para a construção de realidades dessubjetivadas, que vulneram o corpo a serviço de um sistema político-ideológico justificador do poder hegemônico, sufocando identidades junto aos espaços sociais de sua tradição histórico-cultural.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. L.; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- AUGÉ, M. *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 2012.
- BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2008.
- BIRMAN, J. *O sujeito na contemporaneidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- JOHANSON, I. O não-lugar como lugar da experiência. *Trans/Form/Ação*, Marília, v. 40, n. 2, p. 89-102, jun. 2017.
- THOMPSON, J. B. *Ideologia e Cultura Moderna*. 9 ed., Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

