

Úrsula Lima Brugge

CORPO, MÍDIA E EDUCAÇÃO:

uma arqueogenealogia da produção imagético-discursiva dos corpos femininos
contemporâneos

Fortaleza

2010

Úrsula Lima Brugge

CORPO, MÍDIA E EDUCAÇÃO:

uma arqueogenealogia da produção imagético-discursiva dos corpos femininos
contemporâneos

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira, da Universidade Federal do Ceará, área de concentração Filosofia da Diferença, Antropologia e Educação, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação, sob a orientação do Prof. Dr. Homero Luís Alves de Lima.

Fortaleza

2010

"Lecturis saltem"

Ficha Catalográfica elaborada por

Telma Regina Abreu Camboim – Bibliotecária – CRB-3/593

tregina@ufc.br

Biblioteca de Ciências Humanas – UFC

B915c

Brugge, Úrsula Lima.

Corpo, mídia e educação [manuscrito] : uma arqueogenealogia da produção imagético-discursiva dos corpos femininos contemporâneos / por Úrsula Lima Brugge. – 2010.

169f. : il. ; 31 cm.

Cópia de computador (printout(s)).

Dissertação(Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira, Fortaleza(CE), 30/09/2010.

Orientação: Prof. Dr. Homero Luís Alves de Lima.

Inclui bibliografia.

1-MULHERES NA COMUNICAÇÃO DE MASSA.2- BELEZA FÍSICA(ESTÉTICA).
3-IMAGEM CORPORAL EM MULHERES.4-CORPO A CORPO(REVISTA) –
CRÍTICA E INTERPRETAÇÃO.5-BOA FORMA(REVISTA) – CRÍTICA E
INTERPRETAÇÃO.I-Lima, Homero Luís Alves de, orientador.II.Universidade Federal
do Ceará. Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira.III-Título.

CDD(22ª ed.) 306.4613

82/10

Úrsula Lima Brugge

CORPO, MÍDIA E EDUCAÇÃO:

uma arqueogenealogia da produção imagético-discursiva dos corpos femininos
contemporâneos

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação e aprovada pela seguinte banca examinadora:

Profa. Dra. Terezinha Petrucia da Nóbrega
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Profa. Dra. Luciana Lobo Miranda
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Sylvio de Sousa Gadelha Costa
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Homero Luís Alves de Lima (orientador)
Universidade Federal do Ceará

Fortaleza

2010

Ao *Josef Ferdinand Hermann Brugge*, que mais que meu pai, foi e sempre será para mim um exemplo de força e de perseverança. Minha inspiração de todos os dias. Um guerreiro sem armadura. Um homem simples que, movido por seus sonhos e objetivos e pela sua incansável força de vontade, conquistou e viveu tudo o que quis. Exemplo de pai. Exemplo de marido. Exemplo de amigo. Se hoje sou quem sou, devo tudo a esse alemão. E aonde quer que eu vá, sempre terei de dizer: obrigada por tudo o que você fez por mim, papai!

À *Maria Fátima Lima Brugge*, meu “atômico coração de mãe”. Foi nesta pequena grande notável que eu encontrei a pista para iniciar meus mais loucos e elevados voos. Obrigada por ficar do meu lado, mesmo quando não concordava comigo. Obrigada por me ouvir, mesmo quando não me entendia. Obrigada por cuidar de mim, mesmo quando eu não pedia. E, principalmente, obrigada por não desistir jamais de mim.

AGRADECIMENTOS

À Angela Brugge, minha irmã, pelo carinho e pelos cuidados. Eu amo você!

Ao professor Homero Lima, meu orientador. Antes de tudo, pela aposta feita; por acreditar em meu potencial e aceitar minha orientação. Ademais, por toda a ajuda; por sua (infinita) paciência; pelas longas horas de orientação; pelas palavras sábias e pelo incentivo.

Aos professores da linha de Filosofia e Sociologia da Educação, pelo apoio, incentivo, palavras amigas e por suas lições que tanto contribuíram para minha formação humana e intelectual, especialmente ao professor Enéas Arrais, pela ajuda certa no momento certo.

Aos companheiros do Mestrado e Doutorado, especialmente os da linha de Filosofia e Sociologia da Educação, por todos os momentos (difíceis, porém divertidos) que passamos ao longo desses dois anos.

À professora Luciana Lobo e ao professor Sylvio Gadelha, por suas considerações tão ricas a este trabalho.

À Bernadete Porto, em quem encontrei mais que uma professora; encontrei uma amiga, que me apoiou e incentivou nos momentos críticos de cansaço e desânimo.

Ao Túlio Banja, por sempre estar ao meu lado quando eu precisava; pelo apoio, pela atenção e pelas palavras certas nos momentos certos.

Ao Lincoln Matos e ao José Rojas, pela amizade e pela ajuda estratégica no momento de revisão e finalização deste trabalho.

Ao Thelmo Gomes, que conheci em virtude do curso e que tão pronto partiu, deixando no peito uma saudade eterna. Obrigada, parceiro!

Aos alunos e professores do curso de Educação Física da UFC, pela receptividade.

À Capes, pelo financiamento.

O corpo é o suporte de geometria variável de uma identidade escolhida e sempre revogável, uma proclamação momentânea de si. Se não é possível mudar as condições de existência, pode-se pelo menos mudar o corpo de múltiplas maneiras” (Le Breton).

RESUMO

Do ponto de vista arqueogenealógico, o *sujeito* é, fundamentalmente, uma produção, um efeito das práticas discursivas e de relações de saber-poder que o atravessam e o (re)compõem. Utilizando como referencial teórico-metodológico a arqueogenealogia de Michel Foucault, este trabalho reflete a respeito do papel da mídia na formação do *sujeito-mulher* na contemporaneidade, buscando apreender os saberes e poderes, os artifícios, jogos e investimentos que são por ela veiculados a fim de produzir o que entendemos hoje por *mulheres modernas*. Nosso trabalho operativo consiste em uma análise imagético-discursiva das revistas *Corpo a Corpo* e *Boa Forma*, as quais têm como foco principal a formação da subjetividade, do comportamento e do olhar feminino em relação a seu corpo. Nossa amostra data do período de agosto de 2008 a agosto de 2009. Dentre os conceitos advindos da arqueogenealogia, tomamos como parte integrante de nossa *caixa de ferramentas* as noções de *prática discursiva*, *regime de visibilidade-dizibilidade*, *processos de subjetivação* e *regime de verdade*. A análise dos dados nos levou à elaboração do conceito de *educação midiática*, que consiste da capacidade da mídia efetivamente *ensinar* as mulheres a como olharem e lidarem com seus corpos, capacidade esta materializada na dimensão *normativo-prescritiva* do discurso. Destacamos a emergência da *sociedade de controle* como as bases da *educação midiática*, uma vez que esse modelo de organização social estabelece o ruir das grandes instituições de confinamento (tal como a escola) e permite a emergência de formas mais sofisticadas e dispersas de controle do vivo, expressas, na *educação midiática*, por sua capacidade de controle constante, não necessariamente vinculado a alguma instituição de confinamento. Salientamos também a análise das estratégias discursivas pela mídia utilizadas como espécies de *recursos didáticos* da educação midiática (a maleabilidade do discurso, os *novos educadores*, as dicas, as imagens e a dimensão *normativo-prescritiva*) e as três hastes de sustentação da legitimidade do discurso de verdade da mídia (as leitoras, as celebridades e a ciência).

PALAVRAS-CHAVE: Corpos femininos. Mídia. Educação. Arqueogenealogia.

RESUMEN

Desde el punto de vista arqueogenealógico, el sujeto es, fundamentalmente, una producción, un efecto de las prácticas discursivas y de relaciones de saber-poder que lo atraviesan y lo (re)construyen. Utilizando como referencia teórica-metodológica la arqueogenealogía de Michel Foucault, este trabajo reflexiona al respecto del papel de los medios de comunicación en la formación del sujeto *mujer* en la contemporaneidad, intentando aprender los saberes y poderes, los artificios, juegos e inversiones que son vehiculados por ellos de tal forma que produzcan lo que comprendemos hoy por *mujeres modernas*. Nuestro trabajo operativo consiste en un análisis de imágenes y discursos de las revistas *Corpo a Corpo* y *Boa Forma*, las cuales tienen como foco principal la formación de la subjetividad, del comportamiento y de la mirada femenina con respecto de su cuerpo. Nuestra muestra data del periodo de agosto de 2008 hasta agosto de 2009. Entre los conceptos provenientes de la arqueogenealogía, tomamos como parte integrante de nuestra *caja de herramientas* las nociones de *práctica discursiva*, *régimen de visibilidad-decibilidad*, *procesos de subjetivación* y *régimen de verdad*. El análisis de los datos nos llevó a la elaboración del concepto de *educación mediática*, que consiste en la capacidad de los medios de comunicación de efectivamente *enseñar* a las mujeres como mirar y actuar en sus cuerpos, capacidad esta materializada en la dimensión *normativo-preceptiva* del discurso. Destacamos también el surgimiento de la *sociedad del control* como las bases de la *educación mediática*, puesto que ese modelo de organización social establece el decaimiento de las grandes instituciones de confinamiento (como la escuela) y permite el surgimiento de formas más sofisticadas y dispersas de control del vivo, expresas, en la *educación mediática*, por su capacidad de control constante, no necesariamente vinculado a alguna institución de confinamiento. Destacamos también el análisis de las estrategias discursivas utilizadas por los medios de comunicación como *recursos didácticos* de la educación mediática (la maleabilidad del discurso, los *nuevos educadores*, las sugerencias, las imágenes y la dimensión normativo-prescriptiva) y los tres ejes de apoyo de la legitimidad del discurso de verdad de los medio de comunicación (las lectoras, las estrellas y la ciencia).

PALABRAS CLAVE: Cuerpos femeninos. Medios de Comunicación. Educación. Arqueogenealogía.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

	Figura	Página
Figura 1	Capas da revista <i>Boa Forma</i> de agosto a dezembro de 2008	33
Figura 2	Seção <i>Consulta Express</i> de <i>Corpo a Corpo</i> , edição 248, de agosto 2009	34
Figura 3	Matéria <i>O bê-á-bá da Lipo</i> da edição 237 de de <i>Corpo a Corpo</i> , de setembro, 2008	34
Figura 4	Publicidade da linha <i>Hidrafil</i> presente na edição 248 de <i>Corpo a Corpo</i> , de agosto 2009	35
Figura 5	Capas da revista <i>Cláudia</i> de fevereiro, março e abril de 1963, respectivamente	40
Figura 6	Comparativo entre as capas das revistas <i>Cláudia</i> (Nov/2009), <i>Marie Claire</i> (out/2009), <i>Gloss</i> (nov/2009), <i>Boa Forma</i> (jun/2009) e <i>Corpo a Corpo</i> (jul/2009)	59
Figura 7	Todas as capas de <i>Corpo a Corpo</i> que compõem a amostra em estudo (agosto de 2008 a agosto de 2009)	66
Figura 8	Demonstrativo das seções <i>Múltipla Escolha</i> e <i>Dez Que São 10</i> presentes na edição 237 de <i>Corpo a Corpo</i> , de setembro de 2008	68
Figura 9	Estrutura da seção <i>Make é Tudo</i> presente na edição 237 de <i>Corpo a Corpo</i> , de setembro de 2008. Perceba-se a estrutura: uma parte com explicações (a fala dos especialistas) e, na sequência, uma página inteira com dicas de produtos de beleza	69
Figura 10	Típica organização do espaço do controle	92
Figura 11	Laboratório disposto em filas	94
Figura 12	Laboratório disposto em U	95
Figura 13	Laboratório disposto em “=”	95
Figura 14	Dois primeiras páginas da matéria <i>Mamãe Maravilha</i> presente na edição 245 de <i>Corpo a Corpo</i> , de maio de 2009	102
Figura 15	Primeira página da matéria <i>O que vai na cabeça</i> , presente na edição 237 de <i>Corpo a Corpo</i> , de setembro de 2008	106
Figura 16	Matéria <i>A Flor Que Emagrece</i> presente na edição 244 de <i>Corpo a Corpo</i> , de abril de 2009	107
Figura 17	Dois primeiras páginas da matéria <i>Turbinada? Sim, naturalmente...</i> da edição 257 de <i>Boa Forma</i> , de setembro e 2008	110
Figura 18	Dois primeiras folhas da matéria <i>S.O.S Beleza</i> presente na edição 288 de <i>Corpo a Corpo</i> , de outubro de 2008	112
Figura 19	Seção <i>Sempre Em Forma</i> presente na edição 236 de <i>Corpo a Corpo</i> , de agosto de 2008	114
Figura 20	Matéria <i>Sarada Sem Esforço</i> presente na edição 245 de <i>Corpo a Corpo</i> , de maio de 2009	116
Figura 21	Capa da edição 248 de <i>Corpo a Corpo</i> , de agosto de 2009	117
Figura 22	Capa da edição 236 de <i>Corpo a Corpo</i> , de agosto de 2008	118
Figura 23	Capa da edição 263 de <i>Boa Forma</i> , de fevereiro de 2009	119
Figura 24	Quinta e sexta páginas da matéria <i>Vejo Flores em Você</i> presente na edição 237 de <i>Corpo a Corpo</i> , de outubro de 2008	121
Figura 25	Primeira e segunda página da matéria <i>3, 2, 1... Zero! Feliz Verão!</i> presente na edição 240 de <i>Corpo a Corpo</i> , de dezembro de 2008	122
Figura 26	Seção <i>Sou Um Sucesso</i> presente na edição 244 de <i>Corpo a Corpo</i> , de abril de 2009	130
Figura 27	Primeira e terceira páginas da matéria <i>Feliz Look Novo</i> presente na edição 241 de <i>Corpo a Corpo</i> , de janeiro de 2009. Aqui, apresentamos o exemplo de Daiane Cristina Mont'Alvão	135

Figura 28	Primeira e segunda páginas da matéria <i>Qual o seu problema? A ginástica resolve!</i> presente na edição 246 de <i>Corpo a Corpo</i> , de junho de 2009	137
Figura 29	Capa da edição 238 de <i>Corpo a Corpo</i> , de outubro de 2008. Garota-capa: Giovanna Ewbank	138
Figura 30	Capa da edição 237 de <i>Corpo a Corpo</i> , de setembro de 2008. Garota-capa: Izabeli Fontana	139
Figura 31	Capa da edição 242 de <i>Corpo a Corpo</i> , de fevereiro de 2009. Garota-capa: Débora Nascimento	139
Figura 32	Capa da edição 244 de <i>Corpo a Corpo</i> , de março de 2009. Garota-capa: Angélica	140
Figura 33	Primeira e segunda página da matéria da garota-capa da edição 267 de <i>Boa Forma</i> , de junho de 2009: Flávia Alessandra	143
Figura 34	Terceira e quarta páginas da matéria da garota-capa da edição 267 de <i>Boa Forma</i> , de junho de 2009: Flávia Alessandra	144
Figura 35	Quinta e sexta páginas da matéria da garota-capa da edição 267 de <i>Boa Forma</i> , de junho de 2009: Flávia Alessandra	144
Figura 36	Seção <i>Eu consegui</i> presente em <i>Boa Forma</i> , de maio de 2009	160

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	6
RESUMO	8
RESUMEN	9
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	10
INTRODUÇÃO - Refazendo os percursos da pesquisa – a emergência do objeto	14
Capítulo 01 – O chão onde ancora o problema – a arqueogenealogia e o campo empírico	26
1. A arqueogenealogia enquanto <i>techné</i> de investigação.....	27
1.1 Como trabalhar com Foucault?.....	27
1.2 A arqueologia.....	29
1.3 A genealogia.....	41
1.4 A produção do sujeito.....	53
2. As fontes - a mídia como campo empírico.....	59
2.1 Um breve histórico das fontes.....	60
2.2. A amostra: <i>Corpo a Corpo</i> por <i>Corpo a Corpo</i>	65
Capítulo 02 - Sociedade disciplinar versus sociedade de controle: da escola à mídia. Percursos da educação do corpo	70
1. Considerações sobre a educação midiática.....	71
2. A sociedade disciplinar.....	78
3. A sociedade de controle.....	89
Capítulo 03 – Educação midiática: as estratégias discursivas	98
1. A maleabilidade discursiva.....	99
2. Os <i>novos educadores</i>	101
3. As dicas.....	104
4. As imagens.....	113
5. A dimensão normativo-prescritiva.....	120

Capítulo 04 – Educação midiática: a legitimidade do discurso.....	125
1. A primeira haste: as leitoras e a verdade.....	126
2. A segunda haste: as celebridades e a verdade.....	138
3. A terceira haste: a ciência e a verdade.....	145
CONCLUSÃO.....	150
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	162
LISTA DE REVISTAS CONSULTADAS NA AMOSTRA E REVISTAS COMPLEMENTÁRES DE CONSULTA.....	166
BIBLIOGRAFIA.....	169

INTRODUÇÃO
REFAZENDO OS PERCURSOS DA PESQUISA – A EMERGÊNCIA DO OBJETO

Talvez tão importante quanto os resultados de uma pesquisa seja o processo de sua elaboração. Assim, nesse momento, remontaremos os caminhos por vezes lineares, por vezes contraditórios ou mesmo sem muita lógica aos olhos de terceiros, mas que formam o conjunto de raciocínios que trilhamos até a montagem final da problemática em que se insere este trabalho.

A princípio, na fase de formulação do objeto da pesquisa, nosso objetivo consistia em estudar os *estatutos do corpo* na contemporaneidade, ou seja, as formas e os contornos que o mesmo vem assumindo nos dias atuais. Mas a primeira questão que se colocou foi: *qual corpo?* Masculino? Feminino? Jovem? Idoso? Infantil? Dos trabalhadores? De praticantes de *body art*? Ou *bodybuilders*? Atletas? Obesos? Anoréxicos? *Que corpo estudar?* A resposta a essa pergunta, obtivemos observando a recorrência de determinadas cenas.

É comum, atualmente, ao se entrar em uma banca de revistas, depararmos com inúmeras publicações que estampam em suas capas corpos femininos: corpos malhados, magros, bronzeados ou não – dependendo da estação do ano –, rostos jovens, cabelos tratados, maquiagens bem feitas, trajando apenas um biquíni que melhor apresente as curvas da *amostra-corpo* ali *vendida*. Capas que mais parecem vitrines: vitrines de corpos que posam para a lente da câmera, de modo a evidenciar aquilo que possuem *de melhor* – que tanto pode ser o seio volumoso (e geralmente siliconado), o glúteo *malhado* ou a barriga *chapada*. Todos os meses, inúmeras publicações desse tipo são lançadas, inundando o ideário feminino com determinados padrões de corpo e de beleza.

Ao ligar a televisão, mais investimentos. O que comer. Como se vestir. Como e quantas vezes por semana malhar. Que produtos usar. Como se maquiar. Como limpar a pele depois da maquiagem. Quantas horas dormir. O que fazer durante o dia e durante a noite para cuidar melhor da pele. Quantos litros de água beber. Que tendências de corte de cabelo usar etc. Investimentos esses difundidos em toda a programação: desde programas declaradamente *femininos*, passando por novelas e telejornais diários.

O discurso publicitário, por sua vez, infla o ideário feminino com produtos *de primeira necessidade* para a vida cotidiana da *mulher moderna*. Cremes hidratantes para pele *seca*, pele *normal*, pele *negra*; xampus para *todos os tipos de cabelos*, para *cabelos tratados quimicamente*, para *cabelos cacheados*, para *cabelos lisos*; sabonetes que prometem todos os tipos de façanhas para *melhoria* da pele; maquiagens *para dia*, *para noite*, *para rejuvenescer a pele*; bloqueadores solares de diversos fatores; tinturas para cabelos; cremes anti-idade; esmaltes; roupas; calçados; enfim, produtos dos mais variados tipos, todos voltados ao

público feminino; tecnologias produzidas e voltadas aos cuidados com o corpo, propagadas pelo discurso publicitário.

Comum também é ver academias de ginástica lotadas de mulheres. Aquelas que estão *acima do peso*, lutando por emagrecer; as magras, por sua vez, buscando tonificar seus músculos. Clínicas de medicina estética e cirurgia plástica executando, todos os dias, procedimentos de *reparação*, *rejuvenescimento* ou *lipossuções*; procedimentos, enfim, de mutação do corpo, que visam moldá-lo artificialmente, adaptá-lo a determinados padrões de beleza comuns à cultura contemporânea.

A recorrência dessas cenas chamou nossa atenção. Não apenas pela quantidade de investimento que é envolve o corpo da mulher contemporânea, mas pelo fato dela responder tão favoravelmente a esses investimentos – aparentemente, sem grandes questionamentos.

Na continuação de nossas observações, percebemos que muitas são as mulheres que submetem seus corpos aos mais variados tipos de tratamentos – muitos deles extremamente dolorosos – sob a (mera) justificativa de ficarem *belas*, dentre os quais destacamos a prática de exercícios físicos (precisamente, a musculação) e o recurso à cirurgia plástica e aos procedimentos de medicina estética.

Então, as questões que levantamos foram: afinal, o que leva as mulheres contemporâneas a submeterem-se a tais procedimentos? Que caminhos elas trilharam até chegarem a uma mesa cirúrgica ou a uma academia? Por que certos riscos, como o da dor, o da mutilação, ou mesmo o da morte, parecem estar em um plano secundário frente ao *risco* da feiúra, da gordura, da flacidez ou da velhice?

Nesse momento, é válido frisar, nosso interesse estava especialmente voltado à questão da cirurgia plástica e, secundariamente, da prática de exercícios físicos em academias. Nosso plano era o de executar, talvez, um *estudo de campo* baseado em *observações* e *entrevistas*, a fim de obter, com a fala de mulheres entrevistadas, elementos que explicassem tal fenômeno. Pensávamos em investigar mulheres que estivessem dispostas a fazer uma cirurgia plástica, ou então as que já houvessem se submetido a uma, além, é claro, das que estivessem frequentando academias de ginástica.

Mas sentíamos, nessa fase, que nos *faltava chão*, ou seja, que nos faltavam elementos teóricos para nos aprofundarmos nesse universo temático. Queríamos saber mais a respeito, especificamente dessa problemática dos cuidados femininos com o corpo. Sentíamos que nos faltava, por exemplo, a compreensão de certos termos técnico-científicos – que iam desde a diferenciação de tipos de procedimentos cirúrgicos a processos sociais que envolvem, na contemporaneidade, a subjetivação do corpo feminino. Sentíamos que a falta desses

conhecimentos prévios dificultava o delineamento da pesquisa. Necessitávamos deles para esclarecer o problema e a problemática da pesquisa. Então, começamos a buscar o máximo de informação possível a esse respeito.

Iniciamos pela mídia.

Não há nenhuma explicação especial para começarmos nossas investigações a partir da mídia. Foi aleatório. Tínhamos que começar por algum lugar e decidimos, sem grandes justificativas *academicamente plausíveis*, por aí. Estranhamente, no desenrolar da pesquisa, ela se tornou nosso foco de estudos, mas, *a priori*, não era nosso objetivo.

Em nossas pesquisas, não nos concentramos em nenhum sítio midiático em especial: colhemos informações de telejornais, programas de TV, revistas, *sites* da Internet que abordassem a temática – *científicos* ou não –, *blogs*, sites de revistas – femininas ou não – e até mesmo comunidades do *Orkut*¹ que abordassem assuntos como *estética*, *exercícios físicos* e *cirurgia plástica* foram visitadas por nós.

Dentre esses endereços midiáticos, um teve importância especial para o processo de delimitação desta pesquisa. Trata-se do *reality show Dr. Hollywood*²; um programa norte-americano que retrata a vida de cirurgiões plásticos de *Beverly Hills*³, apresentando o cotidiano desses médicos em sua prática médica, bem como em sua vida pessoal.

Este programa foi muito importante para o processo de construção do objeto, uma vez que ele nos deu, de modo condensado, inúmeros elementos para pensar os estatutos contemporâneos do corpo e para *esclarecer as nossas dúvidas a respeito do universo da cirurgia plástica*⁴.

Talvez alguém pudesse questionar o fato de fazemos uso deste programa dentro do processo de delineamento do estudo, por se tratar de uma produção americana, que retrata a experiência de mulheres que vivem em uma das regiões mais ricas dos Estados Unidos e que, portanto, vivenciam uma realidade social e valores bem distintos aos brasileiros. Entretanto, entendemos que, na contemporaneidade, vivenciamos a globalização não apenas econômica, mas cultural. Dessa forma, valores criados e cultuados nas mais variadas partes do mundo – principalmente nos Estados Unidos e na Europa – rapidamente chegam aos demais países e

¹ Um dos mais famosos sites de relacionamentos da Internet; extremamente popular no Brasil.

² Na versão original americana, o nome do programa é *Dr. 90210* e é apresentado pelos canais *E! Entertainment* e *People and Arts*. É protagonizado pelo cirurgião plástico brasileiro Dr. Roberto Miguel Rey Júnior, mais conhecido por Dr. Rey. No Brasil, é exibido pela RedeTV!, todos os domingos, às 23h e 15min.

³ Segundo as informações divulgadas pelo próprio programa, a cidade de *Beverly Hills* é a cidade americana onde mais se valorizam e se executam cirurgias plásticas naquele país.

⁴ Plágio do *slogan* do programa no Brasil: “Dr. Hollywood, o *reality show* que esclarece todas as suas dúvidas sobre o universo da cirurgia plástica e sobre a vida dos cirurgiões mais badalados de *Beverly Hills*”.

têm a mesma capacidade de produção de realidade que algo cultural produzido e circunscrito à realidade brasileira.

No período de construção do objeto, chegamos a assistir a três temporadas desse *reality show*. A estrutura do programa era relativamente repetitiva: a cada episódio, eram apresentados de dois a três casos de pacientes que desejavam alterar o corpo através da cirurgia plástica, cada uma a ser operada por um dos médicos que compõe o *elenco* do programa. Mesclado a isso, o programa pontua o cotidiano pessoal e profissional dos médicos: os desafios da profissão, as dificuldades que a carreira de médico acarreta à vida familiar-conjugal, o estresse do dia a dia etc.

Houve alguns casos de homens que se submeteram à cirurgia, mas, geralmente, os procedimentos feitos em homens não tinham propriamente um *fim estético*: em geral, visavam alguma melhoria de saúde. Comumente, o programa apresentava casos de mulheres insatisfeitas com seus corpos, em busca de *reparo*, de *conserto*, de uma modificação rápida que *somente uma sala de cirurgia poderia lhes oferecer*.

Ao princípio de cada episódio, uma *ficha técnica* da paciente era apresentada. Nesta, constavam alguns dados sobre a pessoa em questão: nome, idade, profissão, cidade onde residia, a qual ou quais cirurgias se submeteria, e o médico que efetuaria o procedimento.

Na sequência, era apresentado um depoimento da paciente. Neste, ela revelava basicamente os motivos que a tinham levado a submeter-se à cirurgia e quais as melhorias que acreditava ser capaz de vivenciar a partir de então. Os mais recorrentes eram a busca pela *felicidade*, a conquista da *autoconfiança* e da *autoestima*. Já aquelas que estavam envolvidas com o universo da indústria cinematográfica ou pornográfica relatavam a melhoria e a ampliação de oportunidades de trabalho que um *melhoramento estético* poderia proporcionar.

O programa apresentava também depoimentos das pessoas mais próximas à paciente – familiares, amigos, colegas de trabalho, filhos, cônjuges etc. –, para que, ademais de suas opiniões a respeito da realização do procedimento, narrassem sobre a vida, as impressões e *os traumas* que as mulheres carregavam por conta das *imperfeições* de seus corpos. Geralmente, essas entrevistas eram feitas na casa da paciente ou em algum ambiente comum ao seu convívio.

Chamou-nos a atenção que raramente alguém se colocava contra ou dizia que a cirurgia seria algo desnecessário ou *ruim* para aquela mulher. Era comum a todos os casos por nós acompanhados um certo *ar de contentamento*, tanto da parte da paciente como de seus amigos e parentes. De certo modo, poderíamos dizer que se passava um clima de naturalização do procedimento; como se fazer uma cirurgia estética fosse algo *banal, simples*,

bom, comum, corriqueiro – quiçá *básico* à existência e felicidade daquela pessoa. Cremos que o objetivo de apresentar tantos sorrisos, tantas demonstrações de afeto e de apoio seja criar, nas telespectadoras, a confiança necessárias para que elas – que também creem necessitar de *reparos* em seus corpos – venham a se submeter a cirurgias plásticas.

Na continuação desse *momento pré-cirúrgico*, a consulta da paciente com o cirurgião plástico que a operaria era acompanhada pela produção do programa e apresentada ao público. Nesta consulta, eram ajustados os detalhes da cirurgia. Após isso, seguia o momento da cirurgia propriamente dita.

Todo o procedimento era exibido em riquezas de detalhes: o passo a passo exposto e explicado pelo cirurgião como em uma aula de anatomia, mas que, neste caso, era pensada e elaborada para leigas em Medicina. A carne rasgada; o sangue, os tecidos amputados, os litros de gordura lipoaspirados, os implantes introduzidos, uma riqueza de detalhes por vezes pavorosa a alguns olhares desavisados. O corpo vai pouco a pouco sendo *moldado, lapidado, reconstruído*. O “como” do “milagre”, exposto em canal aberto.

Finalizando o *momento cirúrgico*, o programa mostrava a paciente no despertar da anestesia e sua primeira consulta pós-cirurgia, na qual havia a retirada dos pontos e ataduras. Era um momento mais curto, mais *aligeirado* dentro do curso do episódio. Cremos que não deva haver interesse por parte de seus idealizadores, e dos próprios médicos, que os inchaços, hematomas, dores e todos os outros desconfortos próprios ao pós-operatório sejam mostrados – quiçá para não assustar as futuras pacientes que assistem ao programa.

Por fim, o que se poderia chamar de *período pós-cirúrgico*, o qual encerrava o episódio: alguns meses depois, a paciente era novamente entrevistada. Podemos afirmar que em todos os episódios que acompanhamos, a fala de encerramento dessas pacientes tocava nos pontos da elevação da autoestima, da felicidade, da autoconfiança. Ademais, exibia-se sempre essa mulher em um momento de descontração – num encontro com amigos, numa festa, um *happy hour* etc. –, no qual aparecia rodeada de amigos que elogiavam seu corpo, sua mudança de comportamento e confirmavam o quanto a cirurgia lhe tinha feito *bem*.

Acompanhando esse *reality show*, percebemos algumas nuances que, até então, não estavam muito claras para nós, por exemplo, a relação contemporânea entre a aparência e a auto-estima e a relação entre a auto-imagem de cada uma e sua felicidade. Percebemos também que a algumas perguntas que havíamos formulado, já havíamos, de certo modo, encontrado algum indício de respostas; alguma sinalização que apontava, para nós, um caminho a ser seguido.

Primeiramente, o que leva as mulheres a se submeterem a tais técnicas de *modelamento* corporal, sendo que muitas delas pressupõem dores, desconfortos e até riscos de morte? A busca desesperada pela manutenção, recuperação ou obtenção da *autoestima*, da *felicidade* e de uma *autoconfiança* almejada, porém não possuída⁵. Ou seja, a conquista da *felicidade*, para aquelas mulheres que acompanhamos pelo *reality show*, passa por sua relação (narcísica) com o espelho, com a imagem que cada uma possui de si. Ainda que bem sucedidas financeira, familiar ou amorosamente, elas não se sentiam completas ou felizes. Para ser feliz, obrigatoriamente tem-se que ser *bela*.

Ademais, passamos a questionar também os objetivos de se produzir um *reality show* que enfocava basicamente procedimentos da medicina estética.

Em uma cidade que supervaloriza a imagem corporal – devido ao cinema e ao *show business* –, a TV americana cria um programa cuja temática central é justamente a produção de uma nova imagem, através da cirurgia plástica. Acreditamos, portanto, que o primeiro objetivo para um programa desse tipo seria o de divulgar a existência de diferentes técnicas cirúrgicas, ou seja, “existe um procedimento que *se adapta* ao perfil da paciente”.

Assim, “não há por que não se submeter a uma cirurgia”, uma vez que a possibilidade de uma cicatriz inconveniente está *anulada*, por exemplo. Um caso interessante para se perceber isso é observar a cirurgia mais demonstrada ao longo das seis temporadas, ou seja, o implante de próteses nos seios. Existem quatro maneiras de fazê-lo: pela axila, pelo mamilo, abaixo da mama ou via umbigo. As atrizes de filmes pornográficos de *Beverly Hills* geralmente optavam pela cirurgia via umbigo, porque esta não deixa nenhum tipo de cicatriz.

Ademais, o tempo todo o programa insiste na questão da *segurança* que envolve o procedimento cirúrgico na atualidade.

Em um episódio da terceira temporada, uma paciente apresentava problemas cardíacos crônicos e necessitava do uso de marca-passo. Para se proceder a cirurgia de implante de silicone, seria necessário desligar o artefato por um dia. Ainda que correndo o risco de morte, ela o fez. A paciente sobreviveu. Em outro episódio, foi apresentado o caso de uma moça com diabetes crônica, tão grave que precisava ter implantada em si uma bomba de insulina⁶. Ela também queria implantes nos seios; arriscou fazer a cirurgia e, novamente, nada de errado ocorreu. Ou seja, o *risco da feiúra*, de não ter seios, de não se encaixar no *perfil de beleza estabelecido* falou mais alto que o risco de morte.

⁵ Isso nos remete a um pensamento de Sant’Anna (2002, p. 99), quando afirma que no ideário contemporâneo, cuidar do corpo significa o melhor meio de cuidar de si, de se afirmar a própria personalidade e de se sentir feliz.

⁶ Segundo o programa, uma pessoa portadora de diabetes crônica não poderia fazer cirurgia devido à não cicatrização das incisões e ao conseqüente risco de infecções, o que poderia levar facilmente o paciente a óbito.

Observando esses casos, começamos a nos questionar a respeito dos *padrões de beleza* estabelecidos. Como são constituídos? E, principalmente, quem ou quais instâncias os fazem circular? Outro questionamento, por nós levantado, assistindo ao *Dr. Hollywood*, foi a respeito da *criação de necessidades*. O programa demonstrava as variadas técnicas e o quanto são seguras; mas, ao fazê-lo, estava também trabalhando no sentido de criar, nas telespectadoras, a vontade, a necessidade – e para as que já estivessem cogitando a possibilidade de se submeterem a um procedimento do tipo, a coragem – de *repararem* seus corpos.

O programa andava, afinal, em uma via de mão dupla. Por um lado, esclarecia a respeito das várias técnicas e demonstrava que eram procedimentos seguros e, por outro lado, criava necessidades: necessidade de se fazer um procedimento do tipo, caso a telespectadora enxergasse em sua barriga estrias, ou caso o culote estivesse um pouco avantajado, os seios estivessem *arriados* ou pequenos etc. Necessidade, enfim, de se conseguir o *corpo perfeito*, a beleza almejada, o rosto eternamente jovem, sem rugas; os seios volumosos; a barriga *lisinha*, livre de estrias, gorduras ou pele extra; as nádegas volumosas etc.

Percebemos, por fim, a existência, no próprio *reality show*, de um caráter ambivalente. Ao apresentar os procedimentos cirúrgicos, esclarecer dúvidas, desmistificar certos preconceitos etc., estabelecia, ele mesmo, padrões de beleza a serem seguidos pelas telespectadoras. Ao apresentar tantos casos de implantes nos seios, ele estabelecia que *para ser bela, tem-se que ter seios fartos*. Quando apresentava as lipossucções ou abdominoplastias⁷, estava investindo na ideia de que *para ser bela, deve-se ter pouca barriga*.

Começamos, então, a identificar uma *dimensão educativa* presente no discurso da mídia: um programa, um veículo midiático *educando* o olho feminino, dizendo-lhe como ver e como proceder com seu corpo; o que desejar dele e para ele.

Vale ressaltar que, em nosso entendimento, pelo fato de vivermos em uma era de globalização, em que as novas tecnologias digitais tendem a suprimir as barreiras de tempo e espaço, imprimindo a instantaneidade da informação, é de se esperar que um programa como *Dr. Hollywood* promova efeitos também sobre o ideário das brasileiras.

Também passamos a considerar a possibilidade de que a cirurgia plástica e a prática de exercícios físicos em academias sejam uma espécie de *momento último* de todo um processo de subjetivação feminino em relação ao seu corpo. A mulher que se submete a essas técnicas

⁷ Procedimento cirúrgico de retirada de tecido do abdômen e conseqüente redução de se volume. O cirurgião faz uma sutura nos músculos abdominais, retira o tecido e, dependendo da dimensão da cirurgia, às vezes é necessário recriar cirurgicamente o umbigo.

de *modelamento* o faz porque deseja adquirir determinadas formas corporais socialmente aceitas como desejáveis, belas. Portanto, os argumentos expostos pelas próprias entrevistadas pelo *reality show*, de que, após a cirurgia, *se sentiriam melhor com elas mesmas* e de que, conseqüentemente, isso *elevaria sua autoestima*, nada mais são que uma forma de manifestação do desejo de se alcançar um *padrão-corpo* no qual elas creem não se encaixar. É isso que as desestimula em relação a si; a cirurgia⁸ seria sua *alternativa última* para a obtenção desse padrão e, conseqüentemente, para o encontro dessa *felicidade* tão almejada.

Mas quem disse àquelas mulheres que elas são *feias*? Quem estabeleceu uma *verdade* a respeito do que é um corpo *belo* e do que não é? E como elas *adquiriram* essa *verdade*? Face ao que foi dito anteriormente, parece-nos que a mídia desempenha um papel importante na produção de padrões contemporâneos de beleza e, como exemplo, temos programas como *Dr. Hollywood* (que criam imagens ao corpo, necessidades, e indicam formas de se saciar tais necessidades por ele mesmo criadas), anúncios publicitários (que bombardeiam o ideário feminino com uma determinada *forma-corpo*), revistas voltadas ao público feminino (e que se dedicam a trabalhar as temáticas dos cuidados com o corpo) e mesmo programas de TV que não estão propriamente voltados a atender o público feminino, mas que são demasiado suspeitos, uma vez que sempre mantêm, em seu plano de fundo, *belas* assistentes de palco, pouco trajadas, a fim de que exibam suas formas *perfeitas*⁹.

A mídia nos apareceu como um local fértil de investigação, basicamente, por dois motivos: primeiro, pelo movimento anteriormente descrito de irmos buscar informações primeiramente no cenário midiático. *Uma mulher que deseja saber a respeito dos cuidados que deve tomar com seu corpo não faria então um movimento parecido?* Segundo, pela ambivalência dos objetivos do *reality show*, de explicar e demonstrar as técnicas e procedimentos de medicina estética, ao mesmo tempo em que cria necessidades nas telespectadoras de se submeterem a tais procedimentos para alcançarem o *padrão de beleza* socialmente dito *belo*. E também porque por insistir tanto, a cada episódio, em determinadas cirurgias, como o aumento de volume mamário, o próprio programa entra no jogo de circulação e mesmo de produção desses padrões de beleza.

Neste momento, passamos a cogitar que talvez mais interessante que diagnosticar, junto às mulheres cearenses, suas inquietações a respeito de seu corpo – inquietações estas

⁸ E os exercícios, seria bom incluí-los também nessa perspectiva, pois o mecanismo que leva uma mulher a exercitar-se várias horas por dia, durante vários dias da semana, parece-nos ser o mesmo que as leva a submeter-se a cirurgias plásticas.

⁹ Por exemplo, *Dominação do Faustão e Caldeirão do Huck*, da Rede Globo de Televisão; *Pânico na TV*, da RedeTV!; *Programa Ênio Carlos*, da TV Diário; *O Melhor do Brasil*, da Rede Record etc.

que as levam a se submeter a procedimentos de reparação ou remodelagem corporal –, seria interessante investigar os *investimentos que envolvem a produção de seus corpos*; os *padrões de beleza*, os quais servem como uma espécie de *horizonte* almejado pelas mulheres que se submetem a dietas, exercícios físicos, cirurgias plásticas etc. E nesse contexto, investigar a centralidade do papel da mídia para a subjetivação da mulher contemporânea.

Buscamos estabelecer, portanto, novos objetivos de pesquisa. Voltamos, então, nossas atenções aos motivos, às razões que levam as mulheres a se submeterem a cirurgias plásticas, à prática de exercícios físicos, às dietas etc. e, fundamentalmente, desejamos observar qual o papel da mídia na determinação do comportamento feminino, na relação que a mulher estabelece com seu corpo.

Nossa problemática de pesquisa constitui-se, dessa forma, na análise das relações existentes entre os processos de subjetivação do corpo feminino (as *técnicas de si*) e o que estamos chamando de *tecnologias políticas do corpo*, que consistem em técnicas de transformação do corpo – tais como as cirurgias plásticas, a medicina estética, o uso de fármacos voltados para estética corporal, as práticas de exercícios físicos, as dietas etc. – elucidando a centralidade do papel da mídia dentro desse processo, percebendo nela – na mídia – uma dimensão pedagógica que nem sempre lhe foi atribuída.

Questões se colocaram: poder-se-ia dizer que nos enunciados midiáticos, está contida uma *dimensão pedagógica*, uma forma de *educação*, de *formação*? Que tipo de subjetividade feminina se está produzindo a partir de tais enunciados? Que saberes esses enunciados fazem circular e quais os seus efeitos de poder? Quais efeitos de verdade estão a eles implicados?

Buscamos investigar quais as formas contemporâneas de subjetivação do corpo feminino que podem ser identificadas a partir das práticas imagético-discursivas veiculadas pelo discurso da mídia. Especificamente, desejamos analisar as imagens e os enunciados veiculados pela mídia na sua relação com a produção de ideais de corpo feminino; identificar e problematizar os processos de subjetivação do corpo feminino na sua relação com as *tecnologias políticas do corpo*, como as dietas, os exercícios físicos, o consumo de cosméticos, o uso de fármacos, cirurgias plásticas, entre outros; e, por fim, problematizar os processos formativos (na sua dimensão *normativo-prescritiva*) que envolvem a produção imagético-discursiva do corpo feminino na contemporaneidade.

Para compor nosso estudo, selecionamos três revistas dentre as inúmeras existentes no mercado e que são voltadas ao público feminino; mais precisamente, escolhemos aquelas que se dedicam aos cuidados com o corpo: *Plástica e Beleza*, da editora United Magazines; *Boa*

Forma, da Editora Abril; e *Corpo a Corpo*, da editora Escala. Nossa amostra seria de um ano. Sua coleta foi planejada para ocorrer entre os meses de agosto de 2008 e agosto de 2009.

Logo ao princípio da coleta da amostra, desistimos de *Plástica e Beleza* por sua pouca circulação. Quanto menor a circulação, menor o poder de estabelecer regimes de verdade, pensamos. À medida que se seguiu a coleta, percebemos também um certo grau de dificuldade para adquirirmos os exemplares de *Boa Forma*, pelo menos em relação à *Corpo a Corpo*. Ademais, fomos, pouco a pouco, percebendo a acentuada semelhança entre as duas revistas que estávamos coletando. Como última atitude em relação às fontes, resolvemos fazer um estudo mais centrado sobre *Corpo a Corpo*, mantendo *Boa Forma* como uma espécie de *fonte secundária*, cujo uso seria apenas pontual.

Vale ressaltar que fizemos usos pontuais de materiais presentes em outros veículos midiáticos. Nossa *centralidade* sobre *Corpo a Corpo* se deu simplesmente por uma questão de operacionalização, como já explicamos anteriormente. Em nosso entender, a mídia é *um todo* que faz circular verdades, independentemente do veículo. E nossa liberdade de fazermos usos de observações em variadas fontes obedece a um preceito da arqueogenealogia de Michel Foucault, nosso referencial teórico-metodológico.

Este trabalho é, portanto, uma análise imagético-discursiva da mídia. Busca compreender a relação existente entre os discursos que a mídia faz circular e a subjetivação contemporânea do corpo feminino. Ele está dividido em três partes.

Em nosso primeiro capítulo, dissertamos sobre a arqueogenealogia de Michel Foucault, nosso referencial teórico-metodológico, centralizando-nos sobre conceitos-chave de sua produção teórica, os quais se mostraram centrais para nossas análises (*prática discursiva, enunciado, regime de verdade, regime de visibilidade e dizibilidade, processos de subjetivação*), encerrando com um breve histórico e a descrição minuciosa de nossas fontes – *Corpo a Corpo* e *Boa Forma*.

No segundo capítulo, procuramos justificar nossa escolha de pensar a educação do corpo não a partir de uma perspectiva que circunscreve a problemática educacional na instituição escolar, mas pensando os processos de subjetivação (*formação*) do corpo que se efetuam através da mídia. Nesse capítulo, versamos a respeito das diferenças entre *sociedade disciplinar* (Foucault, 1987) e *sociedade de controle* (Deleuze, 1992), as formas do saber, as modalidades de poder, bem como os processos de subjetivação implicados a esses dois modelos de sociedade.

No terceiro e quarto capítulos, centramo-nos na análise dos dados do campo empírico, ou seja, nos enunciados e imagens presentes nas revistas *Corpo a Corpo* (e *Boa Forma*).

Especificamente, no terceiro capítulo, versamos a respeito da *educação midiática*, elucidando suas estratégias discursivas, aqui compreendidas como os *recursos didáticos* da educação midiática: a maleabilidade do discurso, os *novos educadores*, as dicas, as imagens e a dimensão normativo-prescritiva do discurso. No quarto capítulo, por sua vez, dissertamos a respeito das três hastes de legitimação do discurso da mídia: as vozes das leitoras, das celebridades e da ciência.

**CAPÍTULO 01 –
O CHÃO ONDE ANCORA O PROBLEMA – A ARQUEOGENEALOGIA E O
CAMPO EMPÍRICO**

1. A ARQUEOGENEALOGIA ENQUANTO *TECHNÉ* DE INVESTIGAÇÃO

O referencial teórico-metodológico que utilizamos como suporte desta pesquisa baseia-se na arqueogenealogia de Michel Foucault, compreendendo esta, fundamentalmente, como a confluência dos dois momentos de sua pesquisa: o *arqueológico* e o *genealógico*. É válido lembrar que existe uma forte dificuldade de se sistematizar uma divisão da obra foucaultiana. Mais comumente, ela é subdividida em três momentos: o primeiro, o *arqueológico*, no qual Foucault estava voltado à questão do saber; o segundo, o *genealógico*, cujo centro é a questão do poder; e, por fim, a *ética*, que seria seu terceiro período, no qual Foucault trabalha as questões da moral e dos cuidados de si. Entretanto, como ressalta Veiga-Neto (2007): “(...) na terceira fase não há um método novo; a ética é um campo de problematizações que se vale um pouco da arqueologia e muito da genealogia, o que leva alguns a falar que, no terceiro Foucault, o método é arqueogenealógico” (VEIGA-NETO, 2007, p.37).

Entretanto, ainda que seja comum essa subdivisão da obra de Foucault, não é correto afirmar que esses momentos se opõem, se negam ou mesmo que a genealogia seria um momento de *superação* em relação à arqueologia. Mas, independente dessas dificuldades de periodização da obra de Foucault, buscamos trabalhar com algumas de suas ferramentas conceituais, reconhecendo nesta produção filosófica um campo fértil onde podemos encontrar importantes conceitos para pensar e problematizar nosso objeto de pesquisa: *a produção midiática imagético-discursiva do corpo feminino contemporâneo*.

1.1 Como trabalhar com Foucault?

Existe um problema que se coloca para uma pessoa que pretende trabalhar com Foucault: como trabalhar com um autor que nunca quis ser, a exemplo de Marx e Freud, um *instaurador de discursividade*? Ou seja, como trabalhar com um autor que nunca quis estabelecer as possibilidades e regras para a formação de novos textos, que nunca quis entrar para o rol dos autores a quem sempre se retorna para se justificar o que é dito ou pesquisado? Em outras palavras, como trabalhar com um autor que não quis ser um *instaurador de um regime de verdade*?

Talvez, a resposta a essas perguntas esteja refletida na própria trajetória filosófica de Foucault e na relação que ele mesmo estabeleceu com Nietzsche, pois nunca se posicionou como um *intérprete* ou um *leitor* de Nietzsche; ao contrário, sua intenção era a de trabalhar

com os conceitos nietzschianos, de colocar esse pensamento para funcionar. Como diz Lima (2004),

Foucault preocupou-se não em fazer trabalhos sobre Nietzsche, mas em usar Nietzsche em seus trabalhos. Não buscou a atualidade dos textos de Nietzsche, mas pensou sua atualidade com Nietzsche; ocupou-se menos da verdade dos textos de Nietzsche do que em problematizar a verdade (LIMA, 2004, p. 52).

Segundo o próprio Foucault, o único sinal de reconhecimento que se poderia dar a um pensamento como o de Nietzsche é justamente utilizá-lo, deformá-lo, fazê-lo ranger, gritar, ainda que os comentadores digam que assim não se está sendo fiel ao seu pensamento (Foucault, 1979). Trata-se, portanto, de uma relação parecida a que também manteve com o pensamento de Marx. Explica Foucault:

(...) Ocorre-me freqüentemente citar conceitos, frases e textos de Marx, mas sem me sentir obrigado a acrescentar a isto a pequena peça autenticadora que consiste em fazer uma citação de Marx, em colocar cuidadosamente a referência de pé de páginas, e em acompanhar a citação de uma referência elogiosa, por meio de que se pode ser considerado como alguém que conhece Marx, que reverencia Marx e que se verá honrado pelas revistas ditas marxistas. Cito Marx sem dizê-lo, sem colocar aspas, e como eles [os marxistas] não são capazes de reconhecer os textos de Marx, passo por ser aquele que não cita Marx. Será que um físico, quando faz física, experimenta a necessidade de citar Newton ou Einstein? Ele os utiliza, mas não tem necessidade de aspas, de nota de pé de página ou de aprovação elogiosa que prove a que ponto ele é fiel ao pensamento do Mestre. E como os demais físicos sabem o que fez Einstein, o que ele inventou e demonstrou, o reconhecem imediatamente. É impossível fazer história atualmente sem utilizar uma sequência infundável de conceitos ligados direta ou indiretamente ao pensamento de Marx e sem se colocar num horizonte descrito e definido por Marx (...) (FOUCAULT, 1979, p.142).

Desse modo, a relação que desejamos empreender aqui com o pensamento de Foucault se assemelha a que ele próprio estabeleceu com Nietzsche e Marx: desejamos, neste trabalho, produzirmos *com* Foucault; pô-lo para funcionar; pensar a realidade a que nos propomos analisar *a partir de* e *com* ele. Em outras palavras, queremos pensar nosso presente através das lentes conceituais de sua produção teórica, encontrando aí ferramentas produtivas para problematizarmos a nossa atualidade: afinal, o que nos acontece hoje?

Nesta pesquisa, portanto, operar com Foucault significa tomar algumas de suas ferramentas e trabalhar com elas a fim de posicionarmos nosso objeto, nossa problemática de estudo. Não desejamos estudar como Foucault trabalha em sua obra as temáticas do corpo. Desejamos pensar, isto sim, os estatutos do corpo feminino na contemporaneidade a partir de

suas ferramentas conceituais – dentre as quais destacamos *prática discursiva*, *enunciado*, *regime de visibilidade-dizibilidade* (formado pelo par imagem-enunciados), *regime de verdade* e *processos de subjetivação*. Também buscamos em sua produção teórica um certo modo de operacionalizar a pesquisa, visualizando possibilidades metodológicas: uma *arqueogenealogia* que escave verticalmente a superfície das camadas descontínuas de discurso pronunciados, elucidando fragmentos de idéias, conceitos e discursos que investem o corpo da mulher contemporânea, subjetivando-o (Veiga-Neto, 2007).

Não estamos, assim, interessados em mantermo-nos fiéis à obra de Michel Foucault. Buscamos nele uma forma de questionar a realidade e pensar *com* Foucault, como a mulher contemporânea chega a ser o que ela *é* atualmente. Nosso trabalho operativo consiste em analisar, através de enunciados e imagens veiculados pela mídia – a *nova educadora* –, como o corpo da mulher vem sendo investido e subjetivado.

1.2 A arqueologia

A partir de agora, desejamos apresentar os conceitos de cada domínio da trajetória teórica de Michel Foucault que serviram de ferramentas para nossas análises do campo empírico. Entretanto, é importante frisar, desde já, que nem a arqueologia nem a genealogia devem ser entendidas enquanto métodos estáveis, rígidos e precisos; como base para a execução de qualquer análise empírica pela mera aplicação de seus princípios. A arqueologia, caso possa ser considerada um método, é marcada justamente pela variação constante de seus princípios, permanente redefinição de seus objetivos e pela mudança do sistema de argumentação que a justifica e a legitima (Machado, 2006).

A arqueologia geralmente é entendida como período inicial do pensamento de Foucault, compreendendo a produção de *História da Loucura* (1961), *O Nascimento da Clínica* (1963), *As Palavras e as Coisas* (1966). Segundo Machado (1979),

A consideração desses três livros revela claramente a homogeneidade dos instrumentos metodológicos utilizados até então, como o conceito de saber, o estabelecimento das discontinuidades, o critério para datação de períodos e suas regras de transformação, o projeto de interrelações conceituais, a articulação dos saberes com a estrutura social, a crítica da idéia de progresso em história das ciências, etc. (MACHADO, 1979, p. 09-10)

A *Arqueologia do Saber* seria o último livro desse *momento arqueológico* de Foucault, no qual, grosso modo, podemos dizer que o autor tentou abordar de modo sistemático a metodologia utilizada na elaboração das demais obras, especialmente *As Palavras e as Coisas*, livro este que até então não havia sido completamente compreendido pela crítica.

De modo geral, a arqueologia é uma modalidade de análise de discurso que se ocupa das condições de possibilidade da emergência e transformação dos *saberes* (Castro, 2009). Este termo, *saberes*, foi empregado por Foucault para significar “teorias sistemáticas, que se manifestam por meio de discursos científicos tidos como verdadeiros, positivos e, por isso, aceitos e tomados em toda sua positividade” (VEIGA-NETO, 2007, p.44). Positividade, no sentido do que fora efetivamente dito e, justamente por ser aceito enquanto *verdade*, possui a capacidade de produção de realidade. Como explica Castro (2009):

A arqueologia é uma história das condições históricas de possibilidade do saber. Essas dependeriam da “experiência desnuda da ordem e de seus modos de ser”. Existe, para Foucault, entre os “códigos fundamentais de uma cultura” e as teorias científicas e filosóficas que explicam por que há uma ordem, uma “região intermediária” (“anterior às palavras, às percepções e aos gestos que devem traduzi-la com maior ou menor exatidão [...]; mais sólida, mais arcaica, menos duvidosa, sempre mais verdadeira do que as teorias”) que fixa, como experiência da ordem, as condições históricas de possibilidade dos saberes. A arqueologia se propõe analisar, precisamente, esta “experiência desnuda” da ordem (CASTRO, 2009, p. 40)

Metodologicamente, a arqueologia localiza sua investigação na superfície, no plano das relações, das instituições e no que fora efetivamente dito. A ela interessa investigar a verdade naquilo que dizemos ser verdadeiro. Assim, seu procedimento metodológico consta de uma espécie de *escavação* das “camadas descontínuas de discursos pronunciados, muitas vezes discursos do passado, a fim de trazer à luz fragmentos de idéias, conceitos, discursos talvez já esquecidos” (VEIGA-NETO, 2007, p. 45)¹⁰. Como explica Veiga-Neto (2007):

Usando a metáfora do iceberg – que só revela para fora d’água uma mínima parte do seu volume – (...) a arqueologia não se preocupa diretamente com a interioridade do objetivado. Isso seria olhar por dentro da parte visível do

¹⁰ Entretanto, é importante frisar que esse *retorno ao passado* proposto pela arqueologia diferencia-se do historicismo ao estabelecer um olhar sobre o passado como forma de explicar a constituição atual do sujeito; precisamente, Foucault busca, com seu trabalho filosófico, empreender uma análise histórica dos processos de subjetivação. Por isso Foucault concebe seu trabalho como uma *ontologia do presente* ou uma *ontologia histórica de nós mesmos*. Como explica Castro (2009), essa ontologia possui três domínios de trabalho: “a ontologia histórica de nós mesmos em nossa relação com a verdade (que nos permitem constituir-nos em sujeitos de conhecimento), a ontologia histórica de nós mesmos em nossas relações a respeito do campo do poder (que nos constituem como sujeitos capazes de atuar sobre os outros) e a ontologia histórica de nós mesmos em relação à moral (que nos constitui em sujeitos éticos)” (CASTRO, 2009, p. 312).

iceberg; ainda que interessante ou importante, esse não é o caso do arqueólogo. A leitura arqueológica não entra no objeto – como faria a epistemologia –, mas procura olhá-lo de fora, talvez principalmente de baixo pra cima. Assim, para tratar de um objetivado, a arqueologia faz do seu objeto as práticas que estão por fora e que principalmente sustentam o objetivado. Seu objeto está submerso, sustentando o visível iceberg. Para essa filosofia, fazer arqueologia é tentar descobrir, abaixo das águas, as práticas que sustentam o objetivado (VEIGA-NETO, 2007, p. 50)

Para Foucault, a linguagem seria o elemento constitutivo de nosso pensamento e, conseqüentemente, do sentido que damos às coisas, às experiências, ao mundo e a nós mesmos. Desta forma, no período arqueológico, Foucault centralizou suas análises sobre os *enunciados*; mas sua questão não era a de compreender sob quais regras se é possível constituir os enunciados (como fariam os lingüistas), mas como aconteceu para que determinados enunciados tenham existido e não outros; também não lhe interessa buscar apreender, a partir dos enunciados ou para além deles, as intenções – conscientes ou inconscientes – dos sujeitos falantes. “A análise arqueológica dos enunciados não os remete a uma instância fundadora, mas apenas a outros enunciados para mostrar as correlações, suas execuções, etc.” (CASTRO, 2009, p. 136). A arqueologia se caracteriza, dessa forma, como um domínio de análise dos enunciados efetivamente ditos ou escritos, em suas singularidades ou em sua dispersão de acontecimentos (Ibid., Idem). Como trabalho operativo, ela desenvolve uma descrição de enunciados e discursos situada em um nível específico de descrição que não se restringe a uma análise lógica nem tampouco a uma análise gramatical e isso se dá, em grande medida, pela forma como Foucault concebe um *enunciado*.

Segundo o próprio Foucault (2008), repetidas vezes ele empregou o termo *enunciado* para significar uma *população de enunciados*, bem como para distingui-lo dos conjuntos de enunciados que seriam os *discursos*. Assim, à primeira vista, o enunciado parece ser um elemento último, indecomponível, uma espécie de *átomo do discurso*, suscetível de ser isolado em si e capaz de entrar em um jogo de relações com outros elementos parecidos a ele.

Mas o enunciado não constitui uma unidade como a frase, a proposição ou os atos de linguagem, uma vez que ele não se apóia nos mesmos critérios. O enunciado articula-se a eles, mas não deriva deles. Para demarcar essa diferenciação, Foucault utiliza freqüentemente as expressões *performance verbal* (ou *lingüística*), *formulação*, *frase* e *proposição*.

Por *performance verbal* (ou *lingüística*), Foucault denomina “todo conjunto de signos efetivamente produzidos a partir de uma língua, natural ou artificial” (CASTRO, 2009, p. 136); por *formulação*, “o ato individual ou coletivo que faz surgir, valendo-se da

materialidade, um conjunto de signos” (Ibid., p. 136-137); por *frase*, “a unidade analisada pela gramática” (Ibid., p. 137) e, por *proposição*, “a unidade lógica” (Ibid., Idem).

Como explica Foucault (2008, p. 97), o enunciado não é uma unidade do mesmo gênero das frases, proposições ou atos de linguagem, mas tampouco forma uma unidade como um objeto material, com seus limites e sua independência. Em sua singularidade, o enunciado não se constitui como um elemento inteiramente lingüístico nem exclusivamente material, mas é indispensável para que se possa dizer algo; para dizer se uma frase está ou não correta, se uma proposição é ou não legítima e bem constituída, ou se o ato de linguagem está ou não de acordo com os requisitos e se foi integralmente realizado.

Ainda segundo Foucault (Ibid.),

O enunciado não é (...) uma estrutura (isto é, um conjunto de relações entre elementos variáveis, autorizando assim um número talvez infinito de modelos concretos); é uma função de existência que pertence, exclusivamente, aos signos, e a partir da qual se pode decidir, em seguida, pela análise ou pela intuição, se eles “fazem sentido” ou não, segundo que regra se sucedem ou se justapõem, de que são signos, e que espécie de ato se encontra realizado por sua formulação (oral ou escrita) (...) ele não é em si mesmo uma unidade, mas sim uma função que cruza um domínio de estruturas e de unidades possíveis e que faz com que apareçam, com conteúdos concretos, no tempo e no espaço (FOUCAULT, 2008, p. 98)

Nas palavras de Veiga-Neto (2007),

Os enunciados são sempre mais raros, mais rarefeitos, do que os atos de fala cotidianos: os enunciados não são como o ar que respiramos, uma transparência infinita; mas sim coisas que se transmitem e se conservam, que têm um valor, e das quais procuramos nos apropriar; que repetimos e reproduzimos e transformamos. Para Foucault, um enunciado não é qualquer coisa dita (ou mostrada...); ele não é cotidiano. O enunciado é um tipo muito especial de um ato discursivo: ele se separa dos contextos locais e dos significados triviais do dia-a-dia, para constituir um campo mais ou menos autônomo e raro de sentidos que devem, em seguida, ser aceitos e sancionados numa rede discursiva, segundo uma ordem – seja em função de seu conteúdo de verdade, seja em função daquele que praticou a enunciação, seja em função de uma instituição que acolhe (VEIGA-NETO, 2007, p. 95).

Os enunciados são, pois, uma *função de existência* que se encontram na transversalidade dos atos de linguagem, das frases e proposições. Eles são sempre *acontecimento* que não se esgotam na língua ou no sentido.

Na contemporaneidade, por exemplo, existem enunciados que investem o corpo feminino para que ele se torne *belo e saudável*, principalmente a partir de sua experiência com

as tecnologias. Tais enunciados se materializam em frases, imagens, roupas, modos de vida etc. Um local interessante onde podemos observar a manifestação desses enunciados é justamente as capas de revistas; por exemplo, vejamos algumas capas de *Boa Forma*:



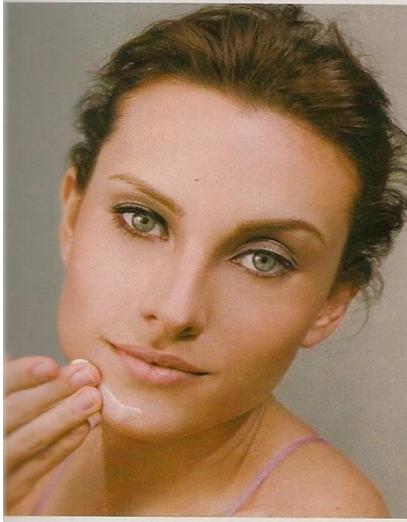
Figura 1 - Capas da revista *Boa Forma* de agosto a dezembro de 2008¹¹

Observando essas capas, podemos ver a recorrência de enunciados que apontam para um dado modelo de corpo – um corpo *ideal*, magro, *malhado*, saudável etc.. Mas, percebe-se, não houve a necessidade de que esse ideal fosse manifesto em proposições meramente lingüísticas. A materialidade da imagem *diz* e *se diz*, se se repete, se é tomada enquanto manifestação de um saber e por isso aceita como verdade, repetida e transmitida, ela é enunciado.

Como já dissemos em outro momento, um conjunto de enunciados provenientes de um mesmo sistema de formação constitui o que Foucault chamou de *discurso*; desse modo, poderíamos falar na existência do *discurso pedagógico*, do *discurso econômico*, do *discurso médico*, do *discurso midiático* etc.. O discurso é “constituído por um número limitado de enunciados para os quais se pode definir um conjunto de condições de existência” (FOUCAULT, 1969 apud CASTRO, 2009, p. 117). A arqueologia é, em última instância, uma descrição de discursos que busca as regularidades que funcionam como uma espécie de *lei* e que governam os enunciados que compõem um discurso.

¹¹ Imagem de Internet

Em *Corpo a Corpo*, e também em *Boa Forma*, observamos uma forte presença do discurso médico pulverizado nas mais variadas partes que compõem o corpo dessas revistas. Observamos a voz dos especialistas nas seções de cartas:



Qual é o tratamento ideal para a pele, após os 35 anos?
Tereza Lima, São José dos Campos (SP)
 “Manter limpeza facial e proteção solar adequadas, e usar dermocosméticos anti-idade”, aconselha o dermatologista Murillo Drummond (RJ). A qualidade dos produtos é muito importante, por isso, não hesite em consultar um especialista. Tratamentos clínicos para a renovação celular são muito bem-vindos. “Os compostos de ácido glicólico e ácido caprílico salicílico, por exemplo, melhoram o relevo cutâneo. O ácido ascórbico e a vitamina C dão vitalidade e corrigem as primeiras rugas. Já o Mexoryl XL previne novas marcas”, explica o médico.

Figura 2 - Seção Consulta Express de *Corpo a Corpo*, edição 248, de agosto 2009

Em matérias que compõem o corpo da revista:



A técnica tem 30 anos e tornou-se a mais requisitada no País quando o desejo é eliminar gordurinhas. Segundo dados da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, a cada ano são realizadas cerca de 400 mil operações estéticas no Brasil. Desse total, mais da metade diz respeito à lipoaspiração. Apesar de tanta popularidade, ela ainda desperta muita curiosidade, medo e expectativas irreais. Por isso, *Corpo a Corpo* conversou com especialistas para esclarecer de vez todas as dúvidas que cercam o tema. Acompanhe

KÁTIA NEVES

o bê-á-bá da lipo

Figura 3 – Matéria *O bê-á-bá da Lipo* da edição 237 de *Corpo a Corpo*, de setembro, 2008

E até mesmo em anúncios publicitários:

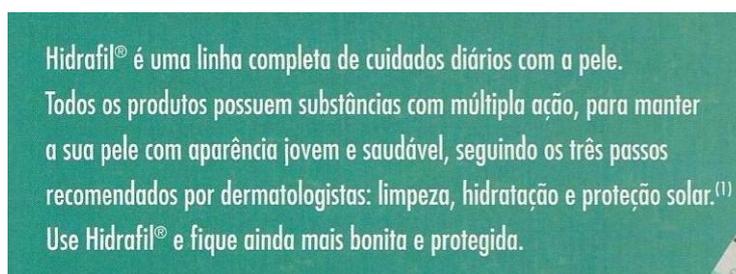


Figura 4 - Publicidade da linha *Hidrafil* presente na edição 248 de *Corpo a Corpo*, de agosto 2009

São dermatologistas, cirurgiões plásticos, médicos em geral, explicando como cada mulher deve lidar com seu próprio corpo; o que é e o que não é aconselhável fazer; o que usar e como usar para *melhorar* a aparência e o funcionamento corporal. Resumidamente, trata-se das *verdades* que a ciência produz, sendo expressas por seus especialistas.

Dando seguimento às nossas considerações a respeito da trajetória arqueológica de Foucault, é importante ressaltar que, nesse período, o autor trabalhava com o conceito de *episteme*, o qual se refere ao conjunto de regras que governam a produção de discursos em uma dada época, ou seja, os princípios, os enunciados e as regras que regem a distribuição dos discursos, que servem de condição de possibilidade para que algo seja pensado ou dito em uma determinada época.

Nas palavras de Foucault,

A análise das formações discursivas, das positividades e do saber em suas relações com as figuras epistemológicas e as ciências é o que se chamou, para distingui-la das outras formas possíveis de história das ciências, de análise da episteme. Suspeitar-se-á, talvez, dessa episteme de ser algo assim como uma visão do mundo, uma fração de história comum a todos os conhecimentos que imporia a cada uma as mesmas normas e os mesmos postulados, um estágio geral da razão, certa estrutura do pensamento da qual os homens de uma época não poderiam escapar; grande legislação escrita de uma vez por todas por uma mão anônima. Por episteme se entende, de fato, o conjunto de relações que podem unir, em uma época dada, as práticas discursivas que dão lugar a figuras epistemológicas, a ciências, eventualmente a sistemas formalizados; o modo segundo o qual, em cada uma dessas formações discursivas, se situam e operam as passagens à epistemologização, à cientificidade, à formalização; a repartição desses umbrais, que podem entrar em coincidência, estar subordinados uns aos outros ou estar defasados no tempo; as relações laterais que podem existir entre as figuras epistemológicas ou as ciências na medida em que elas provêm de práticas discursivas vizinhas, mas distintas. A episteme não é uma forma de conhecimento ou um tipo de racionalidade que atravessa as ciências mais diversas, que manifestaria a unidade soberana de um sujeito, de um espírito, de uma época; ela é o conjunto de relações que podem ser

descobertas, para uma época dada, entre as ciências quando se as analisa ao nível das regularidades discursivas (FOUCAULT, 1969 apud CASTRO, 2009, p. 139-140).

A *episteme* dá forma às práticas conferindo-lhes sentido ao mesmo tempo em que funciona em decorrência destas práticas. Os discursos são manifestações apreensíveis da *episteme* de uma dada época. Trata-se, portanto, de um arranjo de possibilidade de discursos que delimita um campo de saber e que diz quais os enunciados proibidos ou sem sentido (uma vez que estranhos a *episteme* da época) e quais os permitidos; e, dentre os permitidos, quais os enunciados verdadeiros e os falsos (Veiga-Neto, 2007).

A arqueologia se ocupa, portanto, das condições históricas para o surgimento de um objeto de discurso. Isso significa que não se pode dizer qualquer coisa em qualquer época; que para se dizer algo novo, não basta observar a realidade e ver como os novos objetos tomarão forma em nossa consciência; isso significa que, para algo novo ser dito, ele tem que estar, antes de tudo, em consonância com as regras da *episteme* da época. Em outras palavras, o objeto não preexiste a si mesmo; ele existe sob uma complexa rede de relações. Como afirma Lima (2004),

Essas relações são estabelecidas entre instituições, processos econômicos e sociais, formas de comportamento, sistemas de normas, técnicas, tipos de classificação, modos de caracterização. Elas não definem a constituição interna do objeto, mas o que lhe permite aparecer, justapor-se a outros objetos, situar-se em relação a eles, definir sua diferença, sua irredutibilidade e, eventualmente, sua heterogeneidade; enfim, ser colocado em um campo de exterioridade (LIMA, 2004, p. 59).

Um dos movimentos metodológicos da arqueologia é, portanto, o de estabelecer as relações existentes entre os enunciados e um meio institucional, pois são nessas relações que os objetos são formados. Uma instituição carrega em si enunciados (contratos, registros, regulamentos, constituições, cartas etc.), ao passo que os enunciados sempre remetem a uma instituição – sem a qual “os objetos surgidos nesses lugares do enunciado não poderiam ser formados, nem mesmo o sujeito que fala de tal lugar” (Ibid., Idem). Ainda segundo Lima (Ibid.):

As relações discursivas estão, de alguma maneira, no limite do discurso: oferecem-lhe objetos de que pode falar, ou antes (...) determinam o feixe de relações que o discurso deve efetuar para poder falar de tais ou quais objetos, para poder abordá-los, nomeá-los, analisá-los, classificá-los, explicá-los, etc. Essas relações caracterizam não a língua que o discurso utiliza, não as

circunstâncias em que ele se desenvolve, mas o *discurso enquanto prática* (Ibid., Idem).

Cada formação discursiva comporta em si uma determinada quantidade de objetos, os quais variam no desenrolar histórico. “Numa formação discursiva, só é possível falar de uma coisa permitida pelas regras de formação dos objetos” (Ibid., p. 60), ou seja, pela *episteme*. Segundo Lima (Ibid.), a “unidade de uma formação discursiva é dada não pelos objetos, que se transformam continuamente, mas por um jogo de relações que permitem ou excluem certos objetos” (Ibid., Idem). É nesse jogo de relações que as atenções do arqueólogo devem centrar-se. No caso específico desta pesquisa, voltamos nossas atenções para a relação entre a subjetivação do corpo feminino e as práticas imagético-discursivas veiculadas pela instituição *mídia*, as quais investem o corpo da mulher contemporânea.

Dessa forma, a arqueologia não deve ser entendida enquanto uma disciplina interpretativa, pois que não trata os documentos como signos lingüísticos de outras coisas; ela toma os discursos enquanto práticas específicas no elemento *arquivo*.

Nas palavras de Foucault: “O arquivo é, antes de tudo, a lei do que pode ser dito, o sistema que rege o surgimento dos enunciados como acontecimentos singulares” (FOUCAUL, 1969 apud CASTRO, 2009, p. 43). Em outras palavras, o arquivo é o conjunto de regras que, numa dada sociedade, em um dado momento histórico, condiciona ou determina o que pode ser dito (em termos de conteúdos) e o que vale ser lembrado, conservado e reativado; é um jogo que se dá nas relações discursivas. Complementa Castro (2009),

O arquivo é (...) o sistema das condições históricas de possibilidade dos enunciados. Com efeito, os enunciados, considerados como acontecimentos discursivos, não são nem a mera transcrição do pensamento em discurso, nem apenas o jogo das circunstâncias. Os enunciados como acontecimentos possuem uma regularidade que lhes é própria, que rege sua formação e suas transformações. Por isso, o arquivo determina também, desse modo, que os enunciados não se acumulem em uma multidão amorfa ou se inscrevam simplesmente em uma linearidade sem ruptura (CASTRO, 2009, p. 43).

Mas, se na arqueologia Foucault centrou-se sobre a descrição da *episteme*, na genealogia, ele se detém sobre a descrição de um novo conceito: o *dispositivo* (dispositivo disciplinar, da sexualidade). Essa mudança – não apenas de objeto de análise, mas também de perspectiva – se deu pelas dificuldades descritivas próprias à arqueologia e pela introdução do *poder* como (novo) elemento de análise. Como acrescenta Castro (Ibid.),

(...) a arqueologia permitia descrever os discursos das diferentes *epistemes* (renascentista, clássica, moderna), mas, encerrada na ordem do discursivo, não podia descrever as mudanças em si mesmas, somente em seus resultados. Como reconhecerá o próprio Foucault, faltava ao seu trabalho a análise do poder, da relação entre o discursivo e o não discursivo. A essa necessidade responde a introdução do conceito de dispositivo como objeto da descrição genealógica. O dispositivo é, em definitivo, mais geral do que a *episteme*, que poderia ser definida como dispositivo exclusivamente discursivo (Ibid., p.124).

Portanto, na genealogia, Foucault trabalha os discursos enquanto engrenagem de um *dispositivo de poder*.

Em *A Microfísica do Poder*, Foucault explica que, pelo termo *dispositivo*, ele tentou demarcar, em primeiro lugar, um conjunto heterogêneo, formado por uma rede estabelecida entre elementos discursivos e não discursivos, tais como “discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas” (FOUCAULT, 1979, p. 244).

Em segundo lugar, através do termo, o filósofo buscou demarcar a natureza relacional existente entre estes elementos heterogêneos. Desse modo, como afirma Foucault, o dispositivo pode:

(...) aparecer como programa de uma instituição ou, ao contrário, como elemento que permite justificar e mascarar uma prática que permanece muda; pode ainda funcionar como reinterpretação desta prática, dando-lhe acesso a um novo campo de racionalidade. Em suma, entre estes elementos, discursivos ou não, existe um tipo de jogo, ou seja, mudanças de posição, modificações de funções, que também podem ser muito diferentes (Ibid., p. 244).

Por fim, Foucault entende o dispositivo como uma formação que tem como principal função responder a uma urgência histórica; ou seja, ele possui uma função estratégica. Como complementa o filósofo:

Este foi, por exemplo, da absorção de uma massa de população flutuante que uma economia de tipo essencialmente mercantilista achava incômoda: existe aí um imperativo estratégico funcionando como matriz de um dispositivo, que pouco a pouco tornou-se o dispositivo de controle-dominância da loucura, da doença mental, da neurose. (Ibid., Idem).

Fischer (2002), identificando nas práticas midiáticas uma capacidade *formativa*, *pedagógica* e, tomando a perspectiva de Foucault como horizonte de seus estudos sobre a

subjetivação midiática contemporânea dos sujeitos, desenvolveu o conceito de *dispositivo pedagógico da mídia*. Como explica a autora, esse dispositivo seria

(...) um aparato discursivo (já que nele se produzem saberes, discursos) e ao mesmo tempo não discursivo (uma vez que está em jogo nesse aparato uma complexa trama de práticas, de produzir, veicular e consumir TV, rádio, revistas, jornais, numa determinada sociedade e num certo cenário social e político), a partir do qual haveria uma incitação ao discurso sobre “si mesmo”, à revelação permanente de si; tais práticas vêm acompanhadas de uma produção e veiculação de saberes sobre os próprios sujeitos e seus modos confessados e aprendidos de ser e estar na cultura em que vivem (FISCHER, 2002, p. 155).

Mas o verdadeiro domínio de análise de Foucault são as *práticas*; desse modo, tanto a *episteme* como o dispositivo são, em termos gerais, *práticas*. As *epistemes* poderiam ser ditas *práticas discursivas*; já o dispositivo agrega as *práticas discursivas* e *não-discursivas* (Castro, 2009). Foucault define prática discursiva nos seguintes termos:

(...) conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram em uma época dada, e para uma área social, econômica, geográfica ou lingüística dada, as condições de exercício da função enunciativa (FOUCAULT, 1969 apud CASTRO, 2009, p. 177).

A arqueologia trata, então, de descrever as formações discursivas as quais são constituídas por práticas discursivas que determinam objetos, enunciados, sujeitos, conceitos e as escolhas temáticas.

Nesta perspectiva, os discursos não confrontam nem tampouco associam realidade e linguagem, experiência e léxico; eles não devem ser entendidos como conjuntos de signos que remetem a esse ou àquele conteúdo, a essa ou àquela representação. Os discursos são sempre *práticas* que efetivamente formam os objetos de que falam (Foucault, 2008). Em outras palavras, os discursos ganham uma maior amplitude, não se limitando à linguagem oral ou escrita, mas assumindo a perspectiva de *práticas instituidoras de objetos e de realidade*.

Os discursos são sempre uma produção social, cultural e histórica, bem como os objetos que informam. Nas palavras de Foucault, a “arqueologia busca definir não os pensamentos, as representações, as imagens, os temas, as obsessões que se ocultam ou se manifestam nos discursos, mas os próprios discursos, enquanto práticas que obedecem a regras” (FOUCAULT, 2008, p. 157).

Entendemos, dessa forma, que a mídia, através dos discursos que produz e faz circular, está investindo e constituindo essa mulher que hoje entendemos como *moderna*¹². Mas, se os discursos são históricos, se eles estão amarrados ao seu período de produção, assim também as mulheres, enquanto efeitos das relações discursivas que as constituem, são produções históricas.

Observamos isso, por exemplo, traçando um paralelo entre aquela mulher que entendíamos como *bela* em décadas passadas e o que entendemos hoje como *mulher bela*. Para isso, basta olharmos, por exemplo, as capas da revista *Cláudia* da década de 1960 e comparemos com as capas de *Boa Forma* anteriormente citadas. Observando-as, podemos ver claramente como, à medida que os investimentos foram mudando, também os ideais de beleza e, conseqüentemente, o próprio rosto das mulheres se modificou.



Figura 5 - Capas da revista *Cláudia* de fevereiro, março e abril de 1963, respectivamente¹³

Talvez, o mais comum seja pensar que “as revistas mudam seu formato e seus discursos porque as mulheres mudaram ao longo das décadas”. Nós, entretanto, entendemos esse fenômeno em um sentido inverso: as mulheres se modificaram ao longo das décadas porque os investimentos que envolvem a produção de seus corpos se modificaram.

Para finalizar, do período arqueológico de Foucault, tomamos centralmente os conceitos de enunciado, discurso e prática discursiva como instrumentos para compor nossa *caixa de ferramentas conceitual* para análises do material empírico.

¹² Pelo termo *moderna*, a mídia designa a mulher preocupada em seguir as tendências, as últimas novidades em vestuário, calçados, cosméticos, dietas etc.

¹³ Imagens de Internet.

1.3 A genealogia

O período genealógico de Foucault compreende a produção de *Vigiar e Punir* (1975) e *História da Sexualidade I – A Vontade de Saber* (1976). Esse período é marcado por um conceito que, se não estava completamente ausente, pelo menos fora pouco explorado pela arqueologia: o *poder*. Tal questão surgiu, para Foucault, de uma “reformulação de objetivos teóricos e políticos (...) completando o exercício de uma arqueologia do saber pelo projeto de uma genealogia do poder” (MACHADO, 1979, p. 07). A partir de então, suas análises centralizaram-se nos mecanismos, efeitos, relações e dispositivos de poder.

Entretanto, é importante frisar que a genealogia não se caracteriza como uma *superação* ou mesmo como uma *ruptura* em relação à arqueologia. “Arqueologia e genealogia se apóiam sobre um pressuposto comum: escrever a história sem referir a análise à instância fundadora do sujeito” (CASTRO, 2009, p. 185). A genealogia caracteriza-se apenas como uma ampliação do campo de investigação, cujo objetivo era incluir, de modo mais preciso, o estudo das práticas não discursivas e, sobretudo, para analisar o saber enquanto estratégia e prática de poder, ou seja, situar o saber no âmbito das lutas.

Como explica Machado (1979):

(...) a arqueologia, procurando estabelecer a constituição dos saberes privilegiando as interrelações discursivas e sua articulação com as instituições, respondia a *como* os saberes apareciam e se transformavam. (...) a análise que em seguida é proposta tem como ponto de partida a questão do *porquê*. Seu objetivo não é principalmente descrever as compatibilidades e incompatibilidades entre saberes a partir da configuração de suas positivities; o que pretende é, em última análise, explicar o aparecimento de saberes a partir de condições de possibilidade externas aos próprios saberes, ou melhor, que imanentes a eles – pois não se trata de considerá-los como efeito ou resultante – os situam como elementos de um dispositivo de natureza essencialmente estratégica. É essa análise do *porquê* dos saberes, que pretende explicar sua existência e suas transformações situando-os como peça de relações de poder ou incluindo-os em um dispositivo político, que em uma terminologia nietzcheana Foucault chamará de genealogia (MACHADO, 1979, p. 10).

Segundo o próprio Foucault (1999), duas questões principais se colocaram para ele a partir da década de 1970: de um lado, apreender as regras de direito que delimitam formalmente o poder; de outro, analisar os efeitos de verdade que o poder produz e conduz e que, por sua vez, reconduzem o poder – o que cria um triângulo formado pelos três vértices: poder, direito e verdade.

Para o Foucault, nossa sociedade é perpassada, caracterizada e constituída por inúmeras relações de poder, mas essas relações não podem funcionar sem a produção, acumulação, funcionamento e circulação de um *discurso de verdade*. Assim, podemos dizer que o exercício do poder pressupõe, necessariamente, uma relação com *os regimes de verdade* que regem uma sociedade. Somos submetidos pelo poder à produção da verdade e só podemos exercer o poder mediante tal produção. Como explica Foucault (1999):

Temos de produzir a verdade como, afinal de contas, temos de produzir riquezas, e temos de produzir a verdade para poder produzir riquezas. E, de outro lado, somos igualmente submetidos à verdade, no sentido de que a verdade é norma; é o discurso verdadeiro que, ao menos em parte, decide; ele veicula, ele próprio propulsa efeitos de poder. Afinal de contas, somos julgados, condenados, classificados, obrigados a tarefas, destinados a uma certa maneira de viver ou uma certa maneira de morrer, em função de discursos verdadeiros, que trazem consigo efeitos específicos de poder. Portanto: regras de direito, mecanismos de poder, efeitos de verdade. Ou ainda: regras de poder e poder dos discursos verdadeiros (FOUCAULT, 1999, p. 29).

Mas como Foucault define em sua obra o termo *verdade*? Para ele, a *verdade* consta de um “conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e funcionamento de enunciados” (FOUCAULT, 1979, p. 14). Ela estaria diretamente ligada aos regimes de poder – que não apenas a apóiam, mas a produzem – e a efeitos de poder que a própria verdade induz e reproduz.

Desse modo, a Verdade enquanto uma essência universal e imutável, como *algo* a ser buscado, um *privilégio dos espíritos livres*, não existe. Para Foucault:

A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns dos outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (Ibid., p. 12).

Desse modo, Foucault pensa em termos de *regimes de verdade*; regimes estes que não estão meramente circunscritos ao patamar ideológico, superestrutural, mas que são o alicerce da realidade e condição básica para a formação e o desenvolvimento do capitalismo. Em outras palavras, o sistema capitalista se sustenta, antes de tudo, sobre um regime de verdades que produz e faz circular.

Para Foucault, a *economia política da verdade* de nossa sociedade possui cinco características historicamente importantes. Primeiramente, a verdade está centrada na forma do discurso científico e nas instituições que produzem esse tipo específico de saber.

No caso específico da mídia, averiguamos que o regime de verdade por ela instaurado geralmente se ancora no saber científico, que o valida e lhe confere um *status* de saber confiável. Nossas pesquisas apontaram mais dois polos de validação do discurso da mídia: as celebridades (pela confiabilidade concedida, na contemporaneidade, a essas figuras emblemáticas do cenário público) e as próprias leitoras (que, com seus *exemplos de superação*, confirmam a *veracidade* dos conteúdos pela mídia veiculados).

Em segundo lugar, a verdade está submetida a uma constante incitação econômica e política; ou seja, em nossa sociedade, temos a necessidade de que se instaurem regimes de verdade tanto para a produção econômica, quanto para a manutenção do poder político.

No mesmo sentido opera a mídia. Ela precisa se fazer crer; precisa ser aceita enquanto instância fidedigna de aquisição de saber; e o necessita para se manter presente na vida e no rol do controle social. Mas, acima de tudo, o faz por fins claramente econômicos: em poucas palavras, empresas, editoras, canais de TV, agências publicitárias etc., todos desejam vender seus produtos e serviços e, para tanto, precisam ser aceitos; necessitam minar as resistências, bombardeando o imaginário do público com suas verdades produzidas.

Terceiro: a verdade é objeto de uma imensa difusão e de um imenso consumo; assim, vemo-na circular nos aparelhos de educação ou de informação cuja extensão no corpo social é relativamente grande, não obstante algumas limitações rigorosas.

O que dizer quando abrirmos um exemplar de *Corpo a Corpo*, senão que seu maior objeto de venda e circulação são as inúmeras verdades que dizem ao corpo como ele deve ser? *Corpo a Corpo* (e *Boa Forma*) vendem, antes de tudo, ideais da beleza, de bem-estar, de saúde e de boa forma. Podemos, por exemplo, citar alguns encartes de matérias presentes em um exemplar de *Corpo a Corpo*, de setembro de 2008 – não mais que em um exemplar –, para percebermos a materialidade dessas verdades, desses enunciados que dizem o corpo:

Dormir maquiada não é nada bom para a pele. Por isso, não deixe faltar um bom demaquilante no armário (...) (CORPO A CORPOb, 2008, p. 30).

De acordo com a economista doméstica, especializada em Alimentação, Luana Stoduto (RJ), nos momento de estresse, o ideal é optar por comida sem calorias (...) (Ibid., p. 163).

Alimentos detergentes são aqueles que auxiliam na limpeza bucal. Por terem consistência dura, o atrito com os dentes, no decorrer da mastigação,

colabora para a remoção superficial de resíduos e da placa bacteriana (...) (Ibid., p. 160).

Além de melhorar a condição física, afinar a cintura e diminuir a pressão sangüínea, os cientistas suíços descobriram mais uma vantagem em trocar os elevadores pelas escadas: ganhar alguns anos de vida (...) (Ibid., p. 126).

Quarto: a verdade é produzida e transmitida sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos (universidade, exército, escritura, meios de comunicação). É o caso, por exemplo, de grandes conglomerados midiáticos como as Organizações Globo¹⁴ e as Edições Abril¹⁵.

Quinto: a verdade é, em nossa sociedade, objeto de debate político e de confronto social (as chamadas lutas “ideológicas”).

Quanto à metodologia, no período genealógico, Foucault não escreveu uma obra dedicada à descrição de seus mecanismos de pesquisa – como fez no período arqueológico com *A Arqueologia do Saber*. O que existe é uma série de princípios metodológicos a respeito da análise do poder. Na aula proferida no Collège de France, em 14 de janeiro de 1976, Foucault estabelece cinco indicações metodológicas a respeito de sua analítica do poder.

A primeira precaução seria a de não estabelecer uma análise das formas legítimas e regulamentadas de poder a partir de seu centro, ou seja, dos mecanismos gerais e dos efeitos de conjunto; mas, ao contrário, buscar estabelecer a analítica do poder, que trata de apreendê-lo em suas extremidades, em seus últimos delineamentos, em suas capilaridades. Ou seja:

(...) tomar o poder em suas formas e em suas instituições mais regionais, mais locais, sobretudo no ponto em que esse poder, indo além das regras de direito que o organizam e o delimitam, se prolonga, em consequência, mais além dessas regras, investe-se em instituições, consolida-se nas técnicas e fornece instrumentos de intervenção materiais, eventualmente violentos (FOUCAULT, 1999, p. 32).

A segunda precaução remete à necessidade de se estudar o poder em sua *face externa*, no interior das práticas, no ponto onde o poder se relaciona diretamente com o que pode dominar, com seus alvos, no plano em que se implanta e produz efeitos de realidade. Isso significa:

¹⁴ Termo utilizado para designar a junção de várias empresas brasileiras concentradas especificamente na área de mídia e comunicação. Dentre outras empresas, constam como parte integrante das Organizações Globo: a Rede Globo de Televisão, o canal Futura, a NET, a Sky, a Globo News, a SporTV, a Globo Filmes, o Portal G1, a Rádio Globo, a GNT e a CBN. É um dos maiores conglomerados de mídia do mundo e o maior da América Latina.

¹⁵ Representadas por revistas de grande circulação como *Caras*, *Veja*, *Exame*, *Playboy*, *Capricho* etc.

(...) não analisar o poder no nível da intenção ou da decisão, de não procurar considerá-lo do lado de dentro, de não formular a questão (...): quem tem o poder afinal? O que tem na cabeça e o que procura aquele que tem o poder? (...) Portanto, não: por que certas pessoas querem dominar? O que elas procuram? Qual é sua estratégia de conjunto? E sim: como as coisas acontecem no momento mesmo, no nível, na altura do procedimento de sujeição, ou nesses processos contínuos e ininterruptos que sujeitam os corpos, dirigem os gestos, regem os comportamentos (Ibid., p. 33).

Assim, Foucault não está preocupado em como a soberania aparece no topo, no alto da pirâmide social; ao contrário, o foco de sua analítica está nos súditos, em como eles se constituíram enquanto tal – em sua realidade, na materialidade de suas vidas, a partir da multiplicidade de seus corpos, de suas forças, energias, desejos, pensamentos etc. Em uma palavra, o que deseja Foucault é “apreender a instância material da sujeição” (Ibid., Idem).

Já a terceira preocupação de sua analítica do poder é a de não partir de uma visão que entende o poder enquanto um fenômeno de dominação maciço e homogêneo; não concebê-lo como *coisa* que possa ser compartilhada, dada, tomada ou que se pode deter, ou como algo que possa ser concentrado em uma pessoa, em uma instituição ou lugar e, tampouco, pressupor que aqueles que não o *detêm* necessariamente deverão estar a ele submetidos.

Dessa forma, podemos dizer que, para Foucault, O Poder não existe. O que existe são relações de forças, uma rede, uma malha de micropoderes que se estende sobre todo o corpo social. Como explica Machado (1979), ao buscar distinguir um nível macro e micro de exercício do poder, a pretensão de Foucault era demonstrar a existência e as características das relações de poder que se diferenciam daquelas estabelecidas pelo Estado ou por seus aparelhos; o que não significa que, com isso, Foucault estivesse interessado em localizar o poder em *outro lugar*:

(...) O interesse da análise é justamente que os poderes não estão localizados em nenhum ponto específico da estrutura social. Funcionam como uma rede de dispositivos ou mecanismos a que nada ou ninguém escapa, a que não existe exterior possível, limites ou fronteiras. Daí a importante e polêmica idéia de que o poder não é algo que se detém como uma coisa, como uma propriedade, que se possui ou não. Não existe de um lado os que têm o poder e de outro aqueles que se encontram dele alijados. Rigorosamente falando, o poder não existe; existem sim práticas ou relações de poder. O que significa dizer que o poder é algo que se exerce, que se efetua, que funciona (MACHADO, 1979, p. 14).

E funciona como maquinaria, estendida por toda a estrutura social; não estando situada em nenhum lugar específico. O poder não é uma *coisa*; *algo* que possa ser dado, trocado ou tomado; o poder só pode ser exercido (Foucault, 1979).

Nas palavras de Foucault (1999):

O poder, acho eu, deve ser analisado como uma coisa que circula, ou melhor, como uma coisa que só funciona em cadeia. Jamais ele está localizado aqui ou ali, jamais está entre as mãos de alguns, jamais é apossado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona. O poder se exerce em rede e, nessa rede, não só os indivíduos circulam, mas estão sempre em posição de ser submetidos a esse poder e também de exercê-lo. Jamais eles são alvo inerte ou consentidor do poder, são sempre seus intermediários. Em outras palavras, o poder transita pelos indivíduos, não se aplica a eles (FOUCAULT, 1999, p. 35).

Os sujeitos são, portanto, ao mesmo tempo, efeitos e intermediários do poder: “o poder transita pelo indivíduo que ele constituiu” (Ibid., Idem).

Qualquer luta contra o exercício do poder só pode ser efetivada dentro da própria trama do poder. Nas palavras de Machado (1979):

[O poder] Não é um objeto, uma coisa, mas uma relação. Esse caráter relacional do poder implica que as próprias lutas contra seu exercício não possam ser feitas de fora, de outro lugar, do exterior, pois nada está isento de poder. Qualquer luta é sempre resistência dentro da própria rede do poder, teia que se alastra por toda a sociedade e a que ninguém pode escapar: ele está sempre presente e se exerce como uma multiplicidade de relações de força. E como onde há poder há resistência, não existe propriamente o lugar de resistência, mas pontos móveis e transitórios que também se distribuem por toda a estrutura social (MACHADO, 1979, p. 14)

Já na quarta precaução metodológica, Foucault indica sua preocupação em conduzir as pesquisas dando conta dos níveis moleculares de exercício do poder, sem partir do centro para a periferia, do macro para o micro.

Dessa forma, Foucault se dedicou a realizar uma análise *ascendente* do poder; uma análise que não partisse do pressuposto do poder como uma dominação global e centralizada que se pluraliza, se difunde e repercute nos demais setores da vida social de modo homogêneo (Machado, 1979); ele empreendeu uma análise que partisse dos mecanismos infinitesimais – os quais têm história, técnicas, táticas e trajetos próprios; mecanismos que têm, por fim, sua solidez e tecnologia próprias –, para depois ver como esses mecanismos foram e são “investidos, colonizados, utilizados, inflectidos, transformados, deslocados, estendidos, etc.”

(FOUCAULT, 1999, p. 36) por mecanismos mais gerais e por formas mais globais de dominação.

Não é a dominação global que se pluraliza e repercute até embaixo. Creio que é preciso examinar o modo como, nos níveis mais baixos, os fenômenos, as técnicas, os procedimentos de poder atuam; mostrar como esses procedimentos, é claro, se deslocam, se estendem, se modificam, mas, sobretudo, como eles são investidos, anexados por fenômenos globais, e como poderes mais gerais ou lucros de economia podem introduzir-se no jogo dessas técnicas, ao mesmo tempo relativamente autônomas e infinitesimais, de poder (Ibid., Idem).

Sua oposição era a uma perspectiva de análise que deduz toda manifestação do poder do Estado e voltada à manutenção da soberania deste, ou seja, uma perspectiva que busca ver até onde este poder (central) se estende, penetrando e se reproduzindo nos elementos mais atomísticos da sociedade. Em uma palavra, uma visão *descendente* do poder. Segundo Machado, dentro dessa perspectiva:

O Estado não é o ponto de partida necessário, o foco absoluto que estaria na origem de todo tipo de poder social e do qual também se deveria partir para explicar a constituição dos saberes nas sociedades capitalistas. Foi muitas vezes fora dele que se instituíram as relações de poder, essenciais para situar a genealogia dos saberes modernos, que, com tecnologias próprias e relativamente autônomas, foram investidas, anexadas, utilizadas, transformadas por formas mais gerais de dominação concentradas no aparelho de Estado (MACHADO, 1979, p. 14)

Ainda segundo Machado (Ibid.), essa mudança de foco não visa propriamente minimizar o papel do Estado nas relações de poder estabelecidas em nossa sociedade. Apenas Foucault discorda da ideia de que o Estado seja o órgão central e único do poder, ou que a rede de poder da sociedade seja necessariamente uma extensão dos efeitos de poder do Estado, um mero prolongamento, uma difusão de seu modo de ação.

Para Foucault, é analisando as *técnicas de poder*, partindo delas e mostrando suas utilidades políticas e econômicas (em um certo contexto e por certas razões) que poderemos perceber como a micropolítica do poder se relaciona com a macropolítica. Em outras palavras, é analisando as manifestações do poder que poderemos entender como esses mecanismos, essas técnicas de poder efetivamente acabam por fazer parte do conjunto.

E, conclui Foucault (1999):

(...) a burguesia não dá a menor importância aos loucos, mas os procedimentos de exclusão dos loucos produziram, liberaram, a partir do século XIX e mais uma vez segundo certas transformações, um lucro político, eventualmente até certa utilidade econômica, que solidificaram o sistema e o fizeram funcionar no conjunto. A burguesia não se interessa pelos loucos; a burguesia não se interessa pela sexualidade da criança, mas pelo sistema de poder que controla a sexualidade da criança. A burguesia não dá a menor importância aos delinquentes, à punição ou à reinserção deles, que não têm economicamente muito interesse. Em compensação, do conjunto dos mecanismos pelos quais o delinquentes é controlado, seguido, punido, reformado, resulta, para a burguesia, um interesse que funciona no interior do sistema econômico-político geral (FOUCAULT, 1999, p. 39).

Por fim, a quinta precaução seguida por Foucault: a seu ver, deve-se ter cuidado para não se tomar o conceito de *ideologia* como categoria para as análises.

Foucault admite a possibilidade de que as grandes máquinas do poder sejam acompanhadas por algum tipo de produção ideológica – a exemplo, a ideologia da educação, a ideologia do poder monárquico, a ideologia do poder parlamentar (Ibid., p. 40). Mas ele não crê que, na base, no ponto onde terminam as redes de poder, o que se forme sejam propriamente ideologias.

Em entrevista a Alexandre Fontana (Foucault, 1979), Foucault lista mais alguns motivos pelos quais não trabalha com essa categoria. Diz ele:

A noção de ideologia me parece dificilmente utilizável por três razões. A primeira é que, queira-se ou não, ela está sempre em oposição virtual a alguma coisa que seria a verdade. Ora, creio que o problema não é de se fazer a partilha entre o que num discurso revela da cientificidade e da verdade e o que revelaria de outra coisa; mas de ver historicamente como se produzem efeitos de verdade no interior de discursos que não são em si nem verdadeiros nem falsos. Segundo inconveniente: refere-se necessariamente a alguma coisa como o sujeito. Enfim, a ideologia está em oposição secundária com relação a alguma coisa que deve funcionar para ela como infra-estrutura ou determinação econômica, material, etc. Por estas três razões creio que é uma noção que não deve ser utilizada sem precauções (FOUCAULT, 1979, p. 07)

A seu ver, o que se formam são *instrumentos efetivos de formação e acúmulo de saber*: métodos de observação, técnicas de registro, procedimentos de investigação e pesquisa, aparelhos de verificação (Ibid., Idem). Ou seja, o exercício do poder está diretamente vinculado a um processo de produção, organização e circulação de saberes. E como acrescenta Veiga-Neto (2007), o que interessa a Foucault é o poder enquanto elemento constitutivo de nós mesmos e como elemento explicativo da produção dos saberes.

Concluindo suas cinco precauções com o método, Foucault diz:

(...) em vez de orientar a pesquisa sobre o poder para o âmbito do edifício jurídico da soberania, para o âmbito dos aparelhos de Estado, para o âmbito das ideologias que o acompanham, creio que se deve orientar a análise do poder para o âmbito da dominação (e não da soberania), para o de sujeição, para o âmbito das conexões e utilizações dos sistemas locais dessa sujeição e para o âmbito, enfim, dos dispositivos de saber (FOUCAULT, 1999, p. 40).

Contudo, ainda que estude minuciosamente o funcionamento do poder, este não é, centralmente, o objeto de investigação de Foucault no período genealógico. Seu objetivo é tomar a dimensão do poder enquanto categoria para a análise dos processos de subjetivação do indivíduo moderno; ou seja, Foucault compreende o poder enquanto rede de forças, enquanto elemento que captura os indivíduos, que os atravessa e os produz enquanto sujeitos.

Uma questão importante a ser posta neste momento é que tanto a arqueologia como a genealogia são modalidades de análises do discurso. A grande diferença entre as duas é que, na segunda, a leitura e a análise dos discursos são feitas de modo a mantê-los em constante tensão com as práticas de poder. Em decorrência disso, pode-se pensar que a genealogia funcione também de modo a evidenciar uma espécie de *insurreição de saberes dominados* (Foucault, 1979).

Por *saberes dominados*, Foucault compreende, primeiramente, aqueles saberes históricos que “estavam presentes e mascarados no interior dos conjuntos funcionais e sistemáticos” (FOUCAULT, 1979, p. 170), bem como uma série de saberes “desqualificados como não competentes ou insuficientemente elaborados: saberes ingênuos, hierarquicamente inferiores, saberes abaixo do nível requerido de conhecimento ou cientificidade” (Ibid., Idem). Saberes que foram desqualificados, que não entraram no discurso teórico-acadêmico, saberes silenciados, excluídos, que não são senso comum; ao contrário, são saberes particulares, regionais, locais, incapazes de formular uma unidade por sua própria natureza dispersa. Nas palavras de Foucault (1979), trata-se de:

(...) saberes não qualificados, e mesmo desqualificados, do psiquiatrizado, do doente, do enfermeiro, do doente, do enfermeiro, do médico paralelo e marginal em relação ao saber médico, do delinqüente, etc., que chamarei de saber das pessoas e não é de forma alguma um saber comum, um bom senso mas, ao contrário, um saber particular, regional, local, um saber diferencial incapaz de unanimidade e que só deve sua força à dimensão que o opõe a todos aqueles que o circundam (Ibid., Idem).

Isso marca, portanto, a amplitude e a abrangência que as análises genealógicas possuem: um dos pontos mais importantes de diferenciação entre a arqueologia e a genealogia

seria justamente o caráter mais *regional* que as pesquisas genealógicas têm em relação às arqueológicas.

A genealogia – ou *pesquisas genealógicas múltiplas* (FOUCAULT, 1979, p. 171) – se caracteriza, então, por ser, nas palavras de Foucault, "o acoplamento do conhecimento com as memórias locais, que permite a constituição de um saber histórico das lutas e a utilização deste saber nas táticas atuais" (Ibid., Idem), cujo objetivo seria a reativação dos saberes locais contra a hierarquização científica do conhecimento e seus efeitos intrínsecos de poder (Ibid., p.172). Resumidamente, como explica o próprio Foucault, “enquanto a arqueologia é o método próprio à análise da discursividade local, a genealogia é a tática que, a partir da discursividade local assim descrita, ativa os saberes libertos da sujeição que emergem desta discursividade (Ibid., Idem).

Uma dimensão que é especialmente cara à genealogia é a *dimensão histórica*; o convite que Foucault nos faz é o de pensar a realidade a partir do prisma da história, livrando-nos de conceitos prévios, de certos *a priori* transcendentais, essenciais, bastante comuns nas ciências humanas, tais como *espírito, ideia, consciência* etc. O *a priori* da genealogia é histórico, ou seja, ele tem suas bases plantadas na trama histórica, nas práticas discursivas e na materialidade da existência.

A genealogia faz um tipo especial de história: ela busca – como o nome já sugere – descrever a gênese de um fenômeno no tempo. Mas, como explica Foucault:

(...) na busca da gênese, a história genealógica não se interessa em buscar um momento de origem, se entendermos *origem* no seu sentido “duro”, isso é, como uma solenidade de fundação em que as coisas se encontram em seu estado de perfeição, ou se a entendermos como “o lugar da verdade” (...) Em vez de acreditar na metafísica, o genealogista deve escutar a história, em seu próprio funcionamento, em sua própria materialidade. Assim procedendo, ele aprende que “atrás das coisas ‘há algo inteiramente diferente’: não seu segredo essencial e sem data, mas o segredo que elas são sem essência, ou que sua essência foi constituída peça por peça a partir de figuras que lhe eram estranhas” (FOUCAULT, 1992 apud VEIGA-NETO, 2007, p. 56-57)

Segundo Veiga-Neto (2007):

É no mundo concreto – das práticas discursivas e não-discursivas – que essa crítica vai buscar as origens dessas mesmas práticas e analisar as transformações que elas sofrem. E, assim sendo, entende-se melhor o que significa dizer que essa crítica se apóia, sempre provisoriamente, no acontecimento. E, dado que não há um fundo estável, único, no qual firmar uma âncora, talvez a metáfora mais apropriada, nesse caso, seria dizer que a

crítica foucaultiana não se amarra senão em suportes, sempre na superfície da história; são suportes provisórios, contingentes, mutáveis como assim é a própria história (Ibid., p.25).

Tomando como ponto de partida esse pressuposto, nossa idéia, com esta pesquisa, é a de estabelecer uma tensão entre a naturalização do corpo e sua historicidade, entendendo que *o corpo não é natural*, mas um *objeto fruto da trama sócio-histórica*. Como diria Foucault (1979), costumamos pensar o corpo como um algo fisiológico, livre da história, entretanto, como afirma Foucault, o corpo “formado por uma série de regimes que o constroem; ele é destruído por ritmos de trabalho, repouso e festa; ele é intoxicado por venenos – alimentos ou valores, hábitos alimentares e leis morais simultaneamente; ele cria resistências” (FOUCAULT, 1979, p.27).

Assim, é nosso intuito compreender alguns meandros por meio dos quais se têm produzido as noções contemporâneas de corpo feminino, entendendo que o corpo é dotado de pura história, bem como todos os objetos do pensamento. O corpo, considerado em toda a sua historicidade, configura-se e adquire novas formas a partir das práticas de saber e de poder sobre ele incididas; ele é, em última instância, um efeito dos regimes de verdade que o circundam e o constituem.

Por fim, cabe ressaltar que a interseção buscada entre arqueologia e genealogia se faz necessária tendo em vista a própria especificidade do objeto da pesquisa – a produção midiática imagético-discursiva do corpo feminino contemporâneo. Considerando a caracterização geral da genealogia¹⁶ como uma análise histórica das condições políticas de possibilidades de emergência dos discursos, que está no “ponto de articulação do corpo com a história” (Ibid., p. 22), e a arqueologia como esse trabalho de atuar “na superfície”, escavando-a, ou seja, como análise das condições que possibilitaram o surgimento e a transformação dos saberes numa determinada época, a escolha da arqueogenealogia como perspectiva metodológica para o objeto aqui focado se mostra produtiva quando pensamos que a análise das práticas imagético-discursivas deve ser feita em função das estratégias de poder que, numa sociedade como a nossa, investem os corpos e parecem mesmo atestar sua efemeridade, senão sua *descartabilidade*.

¹⁶ Quanto ao aspecto genealógico, este concerne à formação efetiva dos discursos: a genealogia estuda sua formação ao mesmo tempo dispersa, descontínua e regular, daí ela complementar a arqueologia. A parte genealógica da análise se detém nas séries da formação efetiva do discurso: procura apreendê-lo em seu poder de afirmação, e por aí entendendo não um poder que se oporia ao poder de negar, mas o poder de constituir domínios de objetos, a propósito das quais se poderia afirmar ou negar proposições verdadeiras ou falsas – porque o discurso, em última análise, remete sobretudo ao campo das lutas.

Por fim, acrescentamos que, com a genealogia, Foucault não estava interessado em criar uma *teoria do poder*, mas “desconstruir o operador diádico poder-saber que compõe a ontologia histórica de nós mesmos nas relações de poder que nos constituem como sujeitos atuando sobre os demais” (VEIGA-NETO, 2007, p.56). Como acrescenta Ewald (1993):

(...) Foucault não nos dá teoria, não produz teses, quando muito hipóteses a verificar. Nenhuma das histórias que fez conduz a afirmações de ser: a *História da Loucura* não prefacia uma teoria da loucura, *Vigiar e Punir* uma teoria da delinquência, e *A vontade de Saber* não anuncia uma verdade nova sobre a sexualidade (...) (EWALD, 1993, p. 10)

A perspectiva genealógica desconstrói o próprio conceito de *teoria*, buscando desenvolver pesquisas que não necessariamente formem um conjunto, uma unidade teórica. Não existe o interesse de se unificar, uniformizar ou apreender a realidade dentro de um sistema teórico formal. Seu movimento vai justamente no sentido inverso: ela busca o *não-conjunto*, a *não-unidade*, valorizando, deste modo, a multiplicidade, a fragmentação. O projeto da genealogia não é o de “fundar uma ciência, constituir uma teoria ou se constituir enquanto sistema; o programa que elas formulam é o de realizar análises fragmentárias e transformáveis” (MACHADO, 1979, P. 11).

Segundo Machado (1979), para Foucault:

(...) toda teoria é provisória, acidental, dependente de um estado de desenvolvimento da pesquisa que aceita seus limites, seu inacabado, sua parcialidade, formulando conceitos que clarificam os dados (...) mas que em seguida, são revistos, reformulados, substituídos a partir de novo material trabalhado. Nesse sentido, nem a arqueologia, nem, sobretudo, a genealogia têm por objetivo fundar uma ciência, construir uma teoria ou se constituir como sistema; o programa que elas formulam é o de realizar análises fragmentárias e transformáveis (MACHADO, 1979, p. 11).

Com isso, assinalamos que esta pesquisa não se coloca no *locus* de produção de uma *teoria da produção de corpos femininos*. Afinal, o movimento (arqueo)genealógico não caminha nesse sentido.

1.4 A produção do sujeito

Todos esses recursos teórico-metodológicos foram *postos para funcionar* por Foucault a fim de investigar como, na Modernidade, tornamo-nos o que somos enquanto *sujeitos de conhecimento e assujeitados ao conhecimento* (Veiga-Neto, 2007, p. 44), ou seja, como os saberes que são produzidos *sobre* o homem, na realidade, *não dizem o homem, não o revelam*, mas o produzem enquanto *sujeito*.

Em *História da Loucura*, Foucault revela como os saberes produzidos ao longo dos séculos XVIII e XIX a respeito da *loucura* se tornaram a base para a patologização do *louco* medieval e a consequente emergência do *doente mental* moderno. Como explica Lima (2004):

A História da Loucura tem na psiquiatria o seu alvo principal: seu objetivo é estabelecer as condições de possibilidade dos discursos e das práticas que dizem respeito ao louco considerado como doente mental e, portanto, explicar as condições de possibilidade histórica [sic] da psiquiatria. O livro demonstra, por um lado, que a psiquiatria é uma “ciência” recente: que a doença mental não tem nem mesmo duzentos anos, como também que a intervenção da medicina com relação ao louco, em vez de ser atemporal, é historicamente datada. *História da Loucura* mostra que não é possível falar rigorosamente de doença mental antes do final do século XVIII, momento em que se inicia o processo de patologização do louco. Por outro lado, a psiquiatria é o resultado de um processo histórico mais amplo, que pode ser balizado em períodos e épocas, que de modo algum diz respeito à descoberta de uma natureza específica, de uma essência da loucura, mas à sua progressiva dominação e integração à ordem da razão (LIMA, 2004, p. 34).

Para Foucault, portanto, o sujeito não está na origem dos saberes, ele não é um produtor de saber; mas ao contrário, ele é um *produto*, um *efeito* desses saberes. E esse é, por certo, um ponto extremamente relevante ao pensamento de Foucault: o que ele entende por *sujeito*. Segundo Veiga-Neto (2007),

Em vez de aceitar que o sujeito é algo sempre dado, como uma entidade que preexiste ao mundo social, Foucault dedicou-se ao longo de sua obra a averiguar não apenas como se constituiu essa noção de sujeito que é própria da Modernidade, como, também, de que maneiras nós mesmos nos constituímos como sujeitos modernos, isso é, de que maneira cada um de nós se torna uma entidade a que chamamos de sujeito moderno (VEIGA-NETO, 2007, p. 107).

Assim, o sujeito não deve ser entendido como algo dado, apriorístico, um *ser em si*. Ele é um efeito da trama histórica, das relações de saber e de poder. Por isso, como já dissemos em outro momento, para Foucault, a noção de ideologia – tão arduamente defendida

pelas correntes remanescentes do marxismo – é uma categoria dificilmente utilizável, uma vez que ela supõe um *sujeito constituinte*.

Essa tradição entende o poder capitalista como uma instância que massifica, descaracteriza e aliena; pressupõe também a existência de um *alguém* anterior, uma *individualidade em si*, com características, desejos, comportamentos, hábitos e necessidades próprios de si e que, uma vez inserida no meio social (capitalista), é influenciada, sufocada, deformada, alienada, impedida de se expressar. Entretanto, quando liberta de tais forças (através da revolução), retornaria fatalmente ao seu estado prévio de existência (Machado, 1979).

Caminhando em outro sentido está Foucault, que propõe uma análise livre do *sujeito constituinte*; uma análise capaz de dar conta da produção do sujeito a partir da trama histórica em que ele está inserido. Como o próprio afirma, sua proposta é a de fazer uma história que “dê conta da constituição dos saberes, dos discursos, dos domínios de objeto, etc., sem ter que se referir a um sujeito” (FOUCAULT, 1979, p. 07). É a esse tipo de história que ele chamaria de *genealogia*.

Um estudo interessante, que busca mostrar a historicidade do corpo feminino em sua relação com as práticas midiáticas, é o de Sant’Anna (1995), no qual a autora traça um panorama da produção do corpo feminino mediante os discursos veiculados pela mídia ao longo do século XX, percebendo as divergências e transformações que o corpo passou conforme se davam as mudanças de imagens e discursos divulgados pela mídia, ao longo das décadas.

Afirma a autora que, ainda na primeira metade do referido século, a feiúra era entendida como doença a ser tratada com algum elixir milagroso, os chamados *remédios para a beleza*. Comenta a autora que:

No contexto de uma sociedade em que o lugar do médico é fundamental para a organização moral e social das famílias de elite, a falta de beleza, traduzida em termos de doença, merece o exame médico e o tratamento com remédios (...). Submissos aos conselhos médicos e às proposições farmacêuticas, os produtos e métodos de beleza daqueles tempos não têm autonomia e a complexidade que atualmente lhes são atribuídas (SANT’ANNA, 1995, p. 123).

Associada ao discurso da medicina estava a moral cristã, cujos preceitos levavam à crença de que o embelezamento remetia a uma *moral duvidosa*. Ou seja, aquela mulher que fosse muito vaidosa fosse facilmente seria vista como uma *libertina*. A beleza, então,

limitava-se ao uso de adornos como chapéus, luvas e joias. A *verdadeira beleza*, para além de uma conquista individual, seria um dom ofertado por Deus. A autora afirma que, então, havia um dualismo entre o corpo e a alma – uma vez que a beleza se oporia às qualidades do espírito. Diz ela:

Durante a primeira metade deste século, dificilmente a beleza será aceita como sendo fruto de um trabalho, individual e cotidiano, da mulher sobre o seu corpo. Numa época em que a "Natureza" se escreve em maiúsculo, que sua obra é considerada da ordem do prodígio divino, é perigoso intervir no próprio corpo em nome de objetivos pessoais e dos caprichos da moda (Ibid., p. 126).

O corpo era, então, uma *entidade*, algo intocável. Entretanto, ressalta a autora, era bastante corriqueiro, nas seções de aconselhamento feminino, o incentivo às práticas da *dissimulação do corpo*. O corpo não poderia ser modificado, mas não havia nada de errado em disfarçá-lo – era, inclusive, considerada uma *prática digna* por parte dos conselheiros às leitoras.

Já a partir da década de 1950, o ideário a respeito do corpo sofre uma inflexão. O corpo, que até então era visto como uma *entidade intocável*, começa a ser entendido como algo que pode ser ensinado. O corpo pode, enfim, ser trabalhado, transformado.

Segundo Sant'Anna (1995), as seções de aconselhamento feminino das revistas que antes eram de responsabilidade exclusiva de homens, passam a ser escritas por mulheres, utilizando-se um *tom didático* e informal. Consequentemente, as estratégias discursivas sofrem uma mudança considerável: ao ideário da beleza começam a ser associados alguns valores que outrora este não possuía, tais como o da *satisfação* e o da *felicidade*. Não valia mais a pena sofrer com os *males advindos da feiúra*. A beleza perde seu status de *dom divino* e começa a ser vista como *produto do esforço individual*:

(...) os segredos da beleza não existem mais, tudo depende do aprendizado de algumas técnicas, que (...) são acessíveis a todas as mulheres. No final da década de 50, a beleza parece ter se tornado um "direito" inalienável de toda mulher, algo que depende unicamente dela: "hoje é feia somente quem quer", por conseguinte, recusar o embelezamento denota uma negligência feminina que deve ser combatida (Ibid., p. 129).

Vale ressaltar que essas mudanças não surgiram do nada; elas são fruto de transformações por que a indústria cosmética passou. Dentre outras, o fluxo de produção, que

sofreu um significativo aumento, e a própria criação da *ideia dos cosméticos* – até então entendidos como *remédios* e que passam finalmente a ser entendidos como *cosméticos*.

(...) os anos 50, e sobretudo a década seguinte, representam uma época de transformações aceleradas para a história do embelezamento no Brasil: modernização das técnicas de produção de perfumes e de cosméticos, ampliação do mercado de produtos industrializados ligados ao conforto e aos cuidados corporais, a batalha da beleza pretende ser, mais do que nunca, uma luta pessoal e cotidiana, que diz respeito não apenas às mulheres da elite [,] mas também às funcionárias públicas, secretárias, professoras e donas de casa. Desde então, a representação publicitária dessas mulheres se torna mais frequente e a ênfase no uso de produtos de beleza integrado à vida cotidiana (...) (Ibid., p. 130).

A partir da década de 1960, o corpo ganha visibilidade. Ser *moderna* é, antes de tudo, ser *sensual e descontraída*. "O receio moral, de parecer uma mulher libertina ao se embelezar, cede terreno ao receio de não ter acesso aos produtos de beleza e de não saber exatamente como escolhê-los e utilizá-los" (Ibid., p. 135). A estratégia do discurso publicitário é a de associar os cuidados com o corpo ao prazer que essa atividade pode gerar na mulher. A imagem mais corrente é a de "uma bela mulher sob uma ducha, semi-nua, olhos fechados, mãos e braços envolvendo o próprio corpo, sugerindo o prazer de estar consigo" (Ibid., p. 133).

Novas necessidades são criadas junto ao crescimento da indústria cosmética – crescimento esse que serviu para popularizar os produtos de beleza outrora tidos como um *luxo para poucas*. Já não basta, para ser bonita, estar banhada; tem-se que inibir os efeitos nocivos dos sabonetes à pele, hidratá-la, usar cremes de limpeza – práticas essas extremamente indicadas pelas conselheiras de beleza da época.

Mas, dentre todos os aspectos levantados por Sant'Anna (Ibid.) em seu ensaio, podemos dizer que o mais significativo a esta pesquisa é o fato de que ela elucida esse movimento da revista como uma via de formação da subjetividade feminina. Ela toma as revistas como fontes viáveis à compreensão do corpo ao longo da história, como registro fidedigno dos investimentos sobre o corpo, como vias de informações a respeito dos produtos, das condutas e dos valores que traduziram, em cada década, o que significava ser *mulher*.

Quanto ao corpo, percebemos que os investimentos elaborados para ele tinham um limite: a pele. A beleza era algo a ser buscado, mas tal busca mantinha-se no limite do superficial, do externo ao corpo. Na contemporaneidade, ao contrário, os investimentos que visam ao embelezamento invadem o corpo, cortando-o, remodelando-o internamente. E já se pensa em modelá-lo – quiçá construí-lo – a nível celular, ou mesmo genético.

Em seu estudo, Fontes (2007) aponta que ao longo do século XX, o corpo passou por três estatutos culturais. Em primeiro lugar, o *corpo representado* próprio do início do século, "visto e descrito pelo olhar do outro, da igreja, do estado, do artista" (FONTES, 2007, p. 79):

Um corpo pouco passível de se transformar em agente de sua própria história e encenar seus próprios modos de apresentação no espaço público, um corpo cuja saída de cena é tragicamente ilustrada pela marcha humana passiva rumo às câmaras de gás nazistas que fecham de maneira trágica a primeira metade do século passado (Ibid., p. 79).

Um segundo momento seria o do *corpo representante*, próprio da segunda metade do século XX, cujo momento áureo foi a década de 1960, com suas manifestações político-culturais em nome do pacifismo, da contracultura, da revolução sexual, perfeitamente representado pelo movimento *hippie*:

(...) um corpo ativo, autônomo quanto às suas práticas, consciente do seu poder político e revolucionário, porta-voz do discurso de uma geração, contestador, sujeito desse próprio discurso e agente propositor e defensor de reformas que vão da sexualidade à política (...) (Ibid.)

Por fim, a partir da década de 1980, com o advento da revolução social por que passa o Ocidente desde então, surge o *corpo apresentador de si mesmo*, fruto do capitalismo neoliberal, da velocidade, do automatismo, do imediatismo, da Internet, dos fluxos transnacionais de capitais e de informação, da cultura efêmera.

(...) Trata-se do corpo reconstituído à base de cirurgias plásticas e implantes de substâncias químicas que busca incessantemente apagar da pele as marcas biológicas do tempo, ao mesmo tempo inscreve na forma física os sinais da corpolatria. Este corpo é, em si mesmo, o próprio espetáculo (Ibid., Idem).

As *lentas* mudanças corporais, antes adquiridas nas academias, já não satisfazem mais ao ímpeto de velocidade dos *corpos apresentadores de si*. Há uma necessidade de mudanças imediatas, remodelagens do corpo.

(...) Triunfa o papel da medicina e dos cirurgiões plásticos, assegurando transformações mediante uma simples passagem por mesas cirúrgicas, que, nesse contexto, adquirem o status de cenários mágicos nos quais se entra com um corpo e se sai com outro completamente esculpido, um corpo adequado aos parâmetros traçados pela cultura vigente e moldado ao sabor dos desejos daqueles que podem pagar pela reengenharia da própria estrutura corporal (Ibid., p. 80).

Afirma Le Breton (2003) que, hoje, o corpo é entendido como uma construção, um objeto transitório, suscetível a transformações; deixou de ser um *ser-em-si* para tornar-se um somatório de partes descartáveis e transmutáveis, vulneráveis às remodelagens impostas pelo indivíduo.

Em grande parte, devemos isso à efemeridade na qual a sociedade contemporânea está mergulhada e aos valores individualistas cultuados pelo ideário capitalista atual. Produzimos muito - bens e necessidades, é importante frisar - e consumimos demasiado. Vivemos uma espécie de *sociedade do descartável*, em que se compra, usa-se e se joga fora em um espaço de tempo cada vez mais curto, já na ânsia pela próxima coisa a ser adquirida - e brevemente descartada, por certo. Não diferente é a relação que estabelecemos com nossos próprios corpos. Aquilo que não nos agrada é modificado por nós sem muitas dificuldades, à mercê unicamente de nossa vontade transitória e efêmera. Convivemos com a rapidez, com o provisório, com o *de moda*. A essa provisoriedade, a mídia mais que se adapta; ela em si a produz e legitima.

Para Le Breton (Ibid.), o corpo tornou-se um instrumento, uma prova da existência pessoal, uma espécie de vitrine pela qual o indivíduo pode expressar sua *identidade* - escolhida e provisória; um "suporte de geometria variável de uma identidade escolhida e sempre revogável, uma proclamação momentânea de si" (Ibid., p. 28). Assim que, acrescenta o autor, se não há como transformar as condições de existência do indivíduo, pelo menos seu corpo pode ser transformado de variadas maneiras.

No caso desta pesquisa, investigamos a produção midiática imagético-discursiva do corpo feminino contemporâneo; desejamos compreender como a mídia está investindo e efetivamente produzindo a subjetividade e os corpos das mulheres na contemporaneidade. Entendemos, portanto, a subjetividade e o corpo feminino como uma produção discursiva; assim, noções como *corpo belo, magro, malhado* ou *saudável* são igualmente produções sociais, culturais e históricas, uma vez que envoltas em discursos. É através do discurso (midiático) que os corpos-subjetividade femininos são produzidos na contemporaneidade.

2. AS FONTES - A MÍDIA COMO CAMPO EMPÍRICO

Existe no mercado, atualmente, uma grande quantidade de títulos de revistas que são classificadas como *revistas femininas*, por se tratarem de publicações que visam a tratar de temáticas circunscritas ao universo feminino, tais como moda, beleza, saúde da mulher, sexo, relacionamentos, maternidade, família, comportamento etc. *Cláudia*, *Marie Claire*, *Elle* e *Gloss* são alguns exemplos desse tipo de publicação.

Entretanto, em meio a essas de revistas classificadas como *femininas*, há um segmento que, apesar de também se voltar centralmente a atender o público feminino, diferencia-se pelo tipo de temática que aborda: são revistas que se dedicam a tratar de assuntos que envolvem o embelezamento e os *cuidados com o corpo* como, por exemplo, dietas, *fitness*, estética corporal, cirurgias plásticas, procedimentos de medicina estética etc. É nesse grupo que se situam, por exemplo, *Nova*, *Women's Health*, *Plástica & Beleza*, *Corpo a Corpo* e *Boa Forma*.

A diferença entre esses dois tipos de revistas voltadas ao público feminino é perceptível já na observação das capas. As do primeiro grupo têm capas que valorizam o rosto das modelos, ao passo que revistas desse segundo grupo estampam necessariamente o corpo da modelo – que sempre traja apenas um biquíni, enfocando-se, portanto, as curvas da *amostra-corpo* do mês. Vejamos, por exemplo, as capas das revistas *Cláudia* e *Gloss* de novembro de 2009, e de *Marie Claire* de outubro de 2009, em relação às capas de *Boa Forma* e *Corpo a Corpo*, ambas de julho de 2009.



Figura 6 - Comparativo entre as capas das revistas *Cláudia* (Nov/2009), *Marie Claire* (out/2009), *Gloss* (nov/2009), *Boa Forma* (jun/2009) e *Corpo a Corpo* (jul/2009)

É justamente este segundo grupo de revistas que interessa a este estudo; principalmente *Corpo a Corpo*, da Editora Escala e, secundariamente, *Boa Forma*, da Editora Abril, por serem as duas revistas de maior circulação dentro do segmento de *revistas femininas*.

Em nenhuma das revistas de nossa amostra – de agosto de 2008 a agosto de 2009 –, vimos alguma matéria em *Corpo a Corpo* ou *Boa Forma* abordando homens famosos, relacionamentos amorosos, sexo ou questões familiares, que são, afinal, temáticas bem recorrentes em revistas como *Cláudia*, *Marie Claire* ou *Gloss*. Entretanto, nestas revistas não encontramos investimentos pesados sobre temáticas como *fitness*, dietas *light* ou cirurgias estéticas, que são, entre outros, temas muito recorrentes em *Corpo a Corpo* e *Boa Forma*.

Em comum, todas essas revistas investem em um determinado *modelo feminino* que se quer *formar* e, conseqüentemente, estabelecem como esse corpo *feminino contemporâneo* deve se vestir, que cores deve privilegiar a cada estação do ano; que calçado da moda comprar; que cosméticos e maquiagens usar, que penteados seguir etc.

Neste momento de nosso trabalho, traremos um panorama histórico de *Corpo a Corpo* e *Boa Forma*, apoiados no levantamento que Ana Lúcia de Castro (2001) fez, presente em sua tese de doutoramento intitulada *Culto ao corpo e sociedade: mídia, cultura de consumo e estilos de vida*. Na tese em questão, a autora traça um panorama histórico dessas publicações, demonstrando como elas foram, aos poucos, voltando-se para o público feminino e incorporando as temáticas dos cuidados com o corpo. Para a autora, observar a história dessas revistas é um bom parâmetro para se perceber como a mídia rapidamente incorporou as preocupações com a saúde e com a aparência física, ressaltando o fato de que o surgimento dessas revistas *coincidiu* com o momento em que se intensificou, na sociedade brasileira, o *culto ao corpo*¹⁷.

2.1. Um breve histórico das fontes

Corpo a Corpo nasceu em 1987, pela Editora Símbolo, como um *guia de qualidade de vida*, enfocando a temática da ecologia. Seu slogan era “qualidade de vida para gente atenta” (CASTRO, A. L., 2001, p. 63). Não tinha aspectos de revista; era “(...) uma espécie de livro, com encadernação especial, graficamente bem acabado e, do ponto de vista temático, bastante abrangente” (Ibid., p. 59).

¹⁷ Preocupação em estar *belo* e *em forma*.

Ela tornou-se revista mensal a partir da edição número sete do seu segundo ano de publicação, inaugurando o modelo de capa que estampava uma atriz famosa, no caso, Lucélia Santos. Manteve esse modelo gráfico até a décima primeira edição. Já em dezembro de 1989, seu slogan mudou, passando a ser “a revista da qualidade de vida” (Ibid., p. 63) e mantendo a variação temática, dissertando sobre qualidade de vida, saúde, alimentação e comportamento, acrescentando, então, beleza e sexo dentro do rol de suas matérias (Ibid., Idem).

Em maio de 1992, a revista passou por outra reestruturação: perdeu o slogan, inaugurou um novo modelo de capas – agora trazendo três modelos e não apenas um – e passou a investir mais pesado em temas como comportamento e beleza, afastando-se das temáticas da ecologia e da qualidade de vida (Ibid., Idem). Do ponto de vista de Castro (2001), essa foi uma estratégia de ampliação do público-alvo. A nosso ver, porém, essa foi uma estratégia da revista que visava a um caminho inverso ao de uma *ampliação de público*, mas uma estratégia de *estreitar* seu público, *especificar*, focar e investir exclusivamente no feminino.

Em janeiro de 1995, a revista passou por outra reestruturação da parte gráfica. O slogan volta a aparecer, passando a ser agora “Beleza, Dieta, Moda, Ginástica, Saúde” – os temas trabalhados pela revista. Castro A. L. (2001) acrescenta que as reportagens passaram a focar a beleza em geral, tratando de cortes de cabelo, dietas, ginástica, saúde, alimentação e moda (Ibid., p. 64). Em abril de 1997, ao completar cem números publicados, a revista passa por outra mudança de slogan, que se torna “A revista de beleza da mulher” (Ibid., p. 64) e, em junho, novas mudanças, inclusive no slogan, tornando-se “A revista de beleza”. Segundo Castro (Ibid.), esse slogan se manteve até a data de execução de sua pesquisa.

O slogan é aquele enunciado que serve para refletir aquilo que se pretende vender, ao mesmo tempo em que carrega consigo a responsabilidade de propagar o produto que se deseja vender (Quitânia, 2009). Observando os slogans que definiram *Corpo a Corpo* ao longo dessas duas décadas de sua existência – “qualidade de vida para gente atenta”; “a revista da qualidade de vida”; “beleza, dieta, moda, ginástica, saúde”; “a revista de beleza da mulher”; “a revista da beleza” e, atualmente, “a revista completa de beleza” –, podemos perceber como a questão da beleza física e dos cuidados com o corpo foram se tornando centrais.

O ideário que envolve a questão da *vida boa* deixou, nos últimos anos, de se vincular à ideia de *vida com qualidade* para se associar ao um estatuto de beleza corporal, que, para tanto, exige cuidados constantes consigo, com seu próprio corpo – *cuidados de si*.

O histórico de *Boa Forma* se assemelha ao de *Corpo a Corpo*. Ela surgiu como um encarte especial da revista *Saúde!* em 1986, sob o nome de *Guia da Boa Forma*, buscando

atender a uma crescente tendência da sociedade brasileira da época: a febre pela ginástica aeróbica. Comenta Castro A. L. (2001):

(...) Num momento em que não havia proliferação de academias de ginástica e quem praticava esporte era o esportista profissional, publicam-se algumas edições especiais de **Boa Forma**. Com o sucesso de vendas, a publicação tornou-se revista autônoma, inicialmente técnica, voltada quase que somente para os professores de Educação Física (Ibid., p. 60, grifos da autora).

Contudo, apesar de, em seu surgimento, ter também a forma de um *guia*, e não de uma *revista*, existe uma diferença importante entre *Corpo a Corpo* e *Boa Forma*: desde seu surgimento, *Boa Forma* já visava os cuidados com o corpo. A grande inflexão que sofreu ao longo do tempo foi a sua mudança de público-alvo.

Ainda segundo Castro (Ibid., p. 69), a segunda edição de *Boa Forma* – de novembro de 1986 – “(...) trazia na capa a atriz Yoná Magalhães com a chamada: *Para manter o vigor e a juventude*, com matérias sobre alongamento, receitas e relaxamento (...)”.

A partir de 1987, a revista se emancipa de *Saúde!*, deixando o título *Guia da Boa Forma* e assumindo seu nome atual: *Boa Forma*. As primeiras edições eram trimestrais. Dentre as temáticas mais trabalhadas estavam aeróbica e musculação. Como acrescenta Castro (Ibid.), essas mudanças da revista ocorreram em concomitância ao surgimento das academias e à medida que estas foram ocupando lugar de destaque no cenário brasileiro; ou seja, as pessoas começaram a frequentar as academias e a revista foi acompanhando essa tendência, voltando-se à estética e à boa forma física (Ibid, p. 70).

Em seu início, *Boa Forma* era voltada a ambos os sexos; precisamente, buscava atender aos interesses de um público muito específico: *os aficionados por academia*. Porém, através de pesquisas feitas pela própria editora, descobriu-se que o público que mais lia *Boa Forma* era o feminino.

As mudanças por que a revista foi então passando revelam a sua abertura progressiva a um novo leque temático, para além da ginástica, com seus termos técnicos, trazendo matérias que abordavam questões comportamentais, turismo e até mesmo os velhos *testes*, típicos das revistas femininas (Ibid., p. 72).

A revista passa a aproximar-se do perfil das tantas revistas femininas existentes no mercado, como podemos notar na edição 44, em que Doris Giesse faz a capa que traz como chamada a matéria: *A mulher do novo século, a qual tematiza como a mulher moderna pode ser ágil, eficiente e saudável*. Mas o enfoque principal continua sendo a ginástica. A revista parecia estar meio confusa entre apregoar a prática da ginástica e perceber

que a leitora não se contentaria com este enfoque, demonstrando necessitar de matérias mais abrangentes, relativas a comportamento de modo geral (Ibid., Idem.).

Com o número 67, *Boa Forma* apresenta uma nova interface; seu objetivo passa a ser trabalhar cada vez mais com temáticas que investiam no comportamento das leitoras, aproximando-se, assim, de um perfil de *revista feminina*. Acrescenta Castro (ibid.): “(...) De acordo com a editora atual, este estilo muito mais ligado ao comportamento do que à estética vem sendo desenvolvido com mais afinco desde 1991” (Ibid., idem).

Segundo Maffi (2009):

Em 2000 houve troca na diretoria. Cynthia Greiner assumiu a direção. A revista sofreu uma reestrutura gráfica e editorial. Com a competitividade acirrada e novas tendências de mercado, sentiu-se a necessidade de um veículo mais direcionado e com maior afinidade com a leitora atual. A revista passou a falar com uma mulher preocupada com a saúde, beleza e bem-estar. Abriu-se mais espaço para falar de tratamentos estéticos e beleza em geral (MAFFI, 2009).

Atualmente, no site da Editora Abril, *Boa Forma* é definida da seguinte forma:

BOA FORMA é a revista que mais entende de beleza. Ao abordar assuntos como alimentação saudável, exercícios e qualidade de vida, ela ajuda a leitora a entrar em forma, emagrecer, cuidar da pele, do cabelo e prevenir doenças, propondo um estilo de vida mais saudável em todos os sentidos (PERFIL DO LEITOR, PubliAbril, 2009).

Por sua vez, a Editora Escala assim descreve e define *Corpo a Corpo*:

Corpo a Corpo é a mais completa revista de beleza do País, pois valoriza a essência de cada mulher. Em suas páginas, a leitora encontrará informações para ter uma silhueta definida e um visual mais bonito e saudável, com dicas de moda, cabelo, maquiagem e cuidados com a pele. Uma revista atual, feita para a mulher que sabe o quanto a aparência é fundamental na vida moderna. Corpo a Corpo é a única revista que trata da beleza “como um todo” da mulher brasileira.

Em suas páginas, a leitora encontra todas as informações que necessita para manter uma alimentação saudável e balanceada; escolher uma atividade física que lhe transmita prazer e resulte num corpo definido e bem torneado; ter acesso às últimas novidades e tecnologias que lhe ajudarão a conquistar uma pele mais hidratada, protegida e, conseqüentemente, mais jovem e resplandecente - bem como um cabelo sedoso, brilhante e com o corte e a cor da moda.

Corpo a Corpo é a revista que acredita que a beleza natural de cada mulher deve ser valorizada e realçada, para elevar a sua auto-estima e seu bem-estar.

Afinal, quem não fica mais bonita e exala felicidade quando se sente feliz consigo mesma? (PERFIL DA REVISTA, Midiakit, 2009).

São duas revistas demasiado parecidas em suas temáticas e no modo como as abordam; semelhanças essas que se refletem quando comparamos os dados de público-alvo, perfil dos leitores, seções e até mesmo preço.

Vejamos, por exemplo, os dados obtidos nos sites das respectivas editoras. Temos que: 51% do público leitor de *Corpo a Corpo* encontra-se na faixa etária entre 20 e 39 anos; 89% são mulheres e 51% são da classe econômica B. Já em relação à *Boa Forma*, 58% de seu público encontra-se na faixa etária entre 20 e 39 anos; 83% são mulheres e 52% encontram-se também na classe econômica B.

Nesta pesquisa, nos debruçaremos com mais afinco sobre *Corpo a Corpo*. Percebemos, ao longo do ano de coleta da amostra – de agosto de 2008 a agosto de 2009 –, que não existem diferenças substanciais que justifiquem a necessidade de analisarmos profundamente *as duas maiores revistas femininas que se dedicam aos cuidados com o corpo*. Analisando esses dados sobre o perfil do público consumidor de ambas as revistas, percebemos que ao estudarmos as duas ou apenas uma delas, os resultados finais seriam os mesmos.

Mas nossa opção por *Corpo a Corpo* tem sua justificativa pautada em nossas observações ao longo deste um ano de coleta da amostra.

Adquirimos os exemplares das revistas que pertenceriam à nossa amostra em variadas bancas de revistas, supermercados ou lojas que as comercializassem. Com o tempo, fomos percebendo uma relativa dificuldade em encontrarmos exemplares de *Boa Forma*, o que não ocorria com *Corpo a Corpo*. Visitamos pontos de vendas em variados pontos de Fortaleza e sempre percebíamos essa dificuldade. Raramente uma banca que tinha *Boa Forma* não teria *Corpo a Corpo*; mas nem sempre uma que tivesse *Corpo a Corpo* teria necessariamente *Boa Forma*. Considerando que quanto maior a circulação, maior é o poder de produzir realidade, entendemos então que usar *Corpo a Corpo* seria mais interessante do que privilegiar *Boa Forma* e, em vista desse fato, resolvemos retirar *Boa Forma* do seu posto de *fonte principal* – posto esse que, em nossos planejamentos, já seria dividido com *Corpo a Corpo* –, fazendo apenas usos pontuais dos conteúdos nela presentes – conteúdos que se mostrassem cabais para nossas análises.

Boa Forma se assemelha tanto a *Corpo a Corpo* – em estilo, linguagem, conteúdos, público-alvo e até mesmo em preço –, que chegamos à conclusão de que trabalhar com uma

ou com outra, ou com as duas não faria grande diferença no quadro geral das análises por nós propostas. Porém, em vista desse problema de acessibilidade à fonte, optamos por tomar isso como critério de seleção e deixamos, então, *Corpo a Corpo* como fonte principal de análise desta pesquisa.

Contudo, não poderíamos simplesmente descartá-la do nosso quadro de fontes. Dois motivos justificam nosso posicionamento: primeiro – e mais importante –, este estudo está interessado no fato de como a *mídia* vem investindo e produzindo os corpos femininos na contemporaneidade, e não como uma *revista* especificamente tem trabalhado nesse sentido. As revistas são aqui tomadas como *fontes* para pensarmos a relação existente entre a produção da subjetividade feminina e os discursos midiáticos. Assim sendo, não podemos simplesmente subtrair de nossas análises os conteúdos importantes à nossa argumentação, pelo mero fato de *não serem pertencentes à amostra*. Segundo, porque não se pode retirar de *Boa Forma* sua importância dentro do cenário das revistas femininas voltadas aos cuidados com o corpo.

2.2. A amostra: *Corpo a Corpo* por *Corpo a Corpo*

Ao longo de sua existência, *Corpo a Corpo* passou, como se viu, por muitas mudanças que vão desde alterações em seu estilo gráfico – de uma espécie de livro-almanaque a uma revista semanal – a modificações temáticas – de um guia de qualidade de vida e ecologia a uma revista feminina voltada aos cuidados com o corpo.

Hoje, não mais produzida pela Editora Símbolo, mas pela Editora Escala, *Corpo a Corpo* traz como slogan “a revista completa de beleza” e é basicamente uma revista que se dedica ao público feminino, cujas matérias estão completamente voltadas às temáticas dos cuidados com o corpo. Focaliza temas que vão desde o uso de cosméticos e melhores cortes de cabelo a *fitness*, dietas e cirurgias plásticas.

Depois do histórico da publicação, para uma compreensão mais global das análises imagético-discursivas que se darão posteriormente, achamos interessante explicar como a revista está estruturada hoje. Aliás, percebemos que a própria estrutura da revista já carrega em si um discurso, um investimento. Assim, nos dedicaremos, nas páginas a seguir, a essa exposição.

Um primeiro aspecto que nos chamou a atenção nessa publicação foram as capas de nossa amostra. Todas estampam uma celebridade, a qual traja apenas um biquíni, de modo a evidenciar sua (*boa*) forma. Mas não é um *mero posar*. A maneira como a mulher posa evidencia a parte do corpo que a revista, naquela edição, enfoca mais. Por exemplo, na edição

248 de agosto de 2009, que traz como capa Thalia Ayala, enfoca-se a questão do cabelo em manchetes do tipo “Cabelo tudo-de-bom 7 dias por semana” ou “Um tira dúvidas incrível para você conquistar o liso perfeito”. Nessa capa, Thalia aparece com um cabelo liso e esvoaçante. Já a capa da edição de agosto de 2008, que trazia Luize Altenhofen – uma modelo musculosa, que visivelmente malha bastante – traz manchetes como “Barriga chapada só com 4 movimentos” ou “Detone a gordura localizada de vez e não se preocupe mais com os tais pneuzinhos”.



Figura 7 - Todas as capas de *Corpo a Corpo* que compõem a amostra em estudo (agosto de 2008 a agosto de 2009)

No meio da revista, há uma seção em que essas mesmas celebridades que estampam a capa explicarão *os segredos* de como conseguiram alcançar tal grau de *perfeição corporal*. Mas, como já dissemos, não é apenas para mostrarem seus corpos e dizerem como conseguiram tal façanha que essas mulheres aparecem nas capas. Elas, em si, são uma espécie

de enunciado. Sua imagem, em si mesma, expressa uma informação – em jogo direto com as manchetes e todos os demais conteúdos presentes na publicação do mês.

O corpo da revista é dividido em quatro grandes seções. As principais delas: *Mais Bonita*, que trata de assuntos gerais a respeito da beleza – uso de cosméticos, dicas de produtos, cuidados com o cabelo e com a pele e as principais novidades a respeito dos cuidados com o corpo (por exemplo, as novas descobertas da ciência nesse campo); *Na Moda*, que trata das tendências da moda quanto a roupas e acessórios; *Corpo em Forma*, que fala sobre exercícios físicos; por fim, *Magra e Saudável*, que aborda o assunto das dietas.

Assim, a própria editora define cada uma das seções que compõem a revista:

Mais Bonita

É a mais importante, pois nosso slogan é: a revista completa de beleza. Os assuntos abordados mensalmente abrangem os temas: cabelo, maquiagem, pele do rosto, pele do corpo, cirurgia plástica, tratamento estético e sugestões de produtos / cosméticos.

Na Moda

Completa os cuidados de beleza da leitora, pois traz sugestões de roupas e acessórios para ela se sentir ainda mais linda e poderosa.

Magra e Saudável

Editoria de nutrição, que aborda reportagens da atualidade, polêmicas, dietas, cardápios e muitas dicas para a leitora manter uma alimentação light e saudável.

Corpo em Forma

Trata de fitness. Traz temas variados a cada edição, como caminhada, corrida, ginástica localizada, musculação, aeróbica, alongamento, esportes, produtos. Engloba reportagem e serviço (PERFIL DA REVISTA, Midiakit, 2009).

Ademais, existem outras seções menores, cuja regularidade é variável, ou seja, não necessariamente aparecem em todos os exemplares por nós pesquisados, e que de tão pequenas, por vezes, assemelham-se a uma simples matéria. São elas: *Hits de Fitness*; *Circuito Fashion*; *Conte Calorias*; *Corpo em Equilíbrio*; *Viva Melhor*; *Fio Maravilha*; *Make é tudo*; *1 tema, 9 dicas*; *Você de Cara Nova*; e *Menu Light*.

Há também as seções de *Cartas* e *Consultas* – dedicadas a promover o contato entre o público e a redação. São elas: *Contato Direto* – que é o espaço da revista no qual as mulheres elogiam a revista e revelam as mudanças *positivas* que ocorreram em suas vidas após a leitura de *Corpo a Corpo*, o que, em nosso entender, nada mais é que uma forma de validação da revista enquanto via fidedigna de conhecimentos a respeito do corpo – e *Consulta Express* – que é o espaço para *tirar dúvidas*, no qual se trata dos mais variados assuntos: exercícios

físicos, dietas, uso de cosméticos, problemas de pele, os melhores procedimentos cirúrgicos para um determinado problema etc. As leitoras enviam as perguntas e os especialistas as respondem.

A seção *Redação em Ação* nem sempre aparece, mas seu objetivo é mostrar um pouco do dia a dia daqueles que produzem a revista. Geralmente, fala sobre as atividades físicas que as pessoas da redação praticam.

Confissões de Estrela é um setor que sempre aparece e mostra como uma determinada celebridade (não a da capa, é válido frisar) consegue manter o *shape*¹⁸. Destina-se, a ensinar às leitoras o que fazer para atingir aquele corpo. Uma seção parecida a essa é *Sou um Sucesso*, mas, ao contrário da anterior, esta traz sempre uma mulher *comum* que conseguiu *superar dificuldades*: como emagrecer e *recuperar a autoestima*. Entendemos que o objetivo de tal seção é dar uma mensagem do tipo “se eu pude, você também pode”.

Além dos informes publicitários comuns às páginas da revista, ela possui também seções próprias à divulgação de produtos cosméticos e seus respectivos preços. São elas: *Múltipla Escolha*, cujo *slogan* é “beleza ao alcance de todas” e *Dez Que São 10*, a qual, como o próprio *slogan* define, é “uma seção especial para o seu *nécessaire*”.



Figura 8 - Demonstrativo das seções *Múltipla Escolha* e *Dez Que São 10* presentes na edição 237 de *Corpo a Corpo*, de setembro de 2008

¹⁸ Expressão bastante recorrente nas páginas de *Corpo a Corpo* para designar o corpo em forma.

CAPÍTULO 02
SOCIEDADE DISCIPLINAR *VERSUS* SOCIEDADE DE CONTROLE: DA ESCOLA
À MÍDIA. PERCURSOS DA EDUCAÇÃO DO CORPO

1. CONSIDERAÇÕES SOBRE MÍDIA E EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

A mídia é um sistema que se constitui por veículos de comunicação de massa, tais como a televisão, o rádio, os jornais, as revistas e, atualmente, a Internet. Como explicam Melo & Tosta (2008):

A mídia tem que ver com a indústria dos bens simbólicos. Corresponde a um sistema complexo de produção, circulação e consumo de bens culturais. Seu foco está orientado a fabricar artefatos que se materializam em palavras, sons, imagens, seja no plano real, seja no plano imaginário (MELO & TOSTA, 2008, p. 30).

Sua força é indubitável, a ponto de se tornar, para as sociedades contemporâneas, uma das principais vias de aquisição de informação e conhecimento. A mídia adquiriu o poder de ditar modas, impor costumes, quebrar valores e criar novos. Como pontuam os autores:

Não esqueçamos que a mídia é uma fonte de poder. Nesse caso, poder pode ser contemplado de duas maneiras. Primeiro, como poder que aciona a indústria, que a mantém. Segundo, como poder que nutre suas próprias entranhas, influenciando sobre a opinião pública (Ibid., p. 31).

Fazemos apenas uma ressalva quanto à posição de Melo e Tosta: neste trabalho, não falamos em *influência* da mídia sobre a opinião pública, sobre o ideário social. Aqui trabalhamos com a ideia de *produção* de subjetividades, *produção* de corpos, pois que, apoiados em Foucault, entendemos o sujeito enquanto efeito de uma maquinaria de saber e de poder; de práticas históricas e sociais. Para falar em *influência*, estaríamos, necessariamente, pressupondo um sujeito apriorístico, essencial, natural, o qual, em contato com as práticas sociais, se *modificaria*, se *influenciaria*, mas que, se subtraído de tais tensões, retornaria a seu estado prévio de existência, à sua *pureza essencial apriorística*. Com esse pressuposto, não trabalhamos.

Segundo Moran (2007), os aparelhos midiáticos nos passam “continuamente informações interpretadas; mostram-nos modelos de comportamento, ensinam-nos linguagens coloquiais e multimídia e privilegiam alguns valores em detrimento de outros” (MORAN, 2007, p. 162). Em outras palavras, a mídia possui, na atualidade, o poder de subjetivar, de nos produzir enquanto *sujeitos modernos*.

Franco Cambi (1999), em sua análise a respeito da relação entre os *mass media*¹⁹ e a educação, afirma que o advento desses meios e da “indústria cultural” desencadeou uma verdadeira revolução pedagógica – quiçá, uma das mais importantes de nossos tempos –, manifestando todo o seu potencial de difusão e de incidência a partir do segundo pós-guerra.

Segundo o autor, as mídias foram pouco a pouco ocupando um amplo espaço na formação do imaginário social, investindo diretamente – e regulando – a consciência de cada sujeito, ditando modas, comportamentos, gostos, necessidades e padrões de consumo. Para Cambi (Ibid.), os *mass media* se tornaram, para nossa sociedade:

(...) verdadeiros e próprios educadores, informais, até ocultos, mas educadores de primeiro plano, que se tornaram potentíssimos através do meio televisivo que revoluciona a percepção e a conceitualização (elementarizando-a, separando-a da linguagem verbal e resolvendo-a sobretudo em imagens), agindo em profundidade já desde e sobretudo na infância, deixando a marca na mentalidade coletiva (CAMBI, 1999, p. 631).

Mas o que Cambi (Ibid.) está chamando de caráter formativo *oculto* das mídias, compreendemos de modo completamente diverso. Esse caráter formativo não é oculto. Pelo contrário, ele é de tal forma disseminado que, para nós, tornou-se *natural, inquestionável*. Quem ousa questionar o *óbvio*? E é justamente sob esse caráter *óbvio* que a mídia vem ganhando espaço no cenário contemporâneo e adquirindo, cada vez mais, a capacidade de instaurar regimes de verdade. Inclusive, seu próprio caráter formativo já é, em si, um regime de verdade de nossa sociedade.

Por exemplo, a tônica máxima desta pesquisa é “*Corpo a Corpo ensina as mulheres a se tornarem femininas*”; ou seja, na medida em que ela vai ensinando as mulheres a cuidarem de si, ela instaura verdades a respeito do que é ser, antes de tudo, *feminina*; o que é necessário para ser *mulher*. E essas verdades não estão envoltas em uma *obscuridade*, mas em um ar de obviedade que as naturalizou e que, de tão naturais, tornaram-se comuns; não chamam atenção; não causam incômodos.

Mas é interessante perceber que, ao questionarmos essa *condição óbvia* da revista, certos elementos (que não estão ocultos, mas expostos, visíveis) parecem saltar aos olhos – como que pela primeira vez²⁰. Por exemplo, o caráter formativo presente nas *dicas* (de beleza,

¹⁹ *Mass*, do inglês, massa. *Media*, plural de *medium*, do latim, meios. Por *mass media*, podemos entender todos os meios de comunicação de massa como livros, jornais, rádio, televisores, anúncios, panfletos, vídeos, cinema, *merchandisings*, discos etc.; enfim, meios de profusão de bens simbólicos.

²⁰ Nas apresentações desta pesquisa em eventos científicos, percebemos reações interessantes entre as mulheres. Em alguns depoimentos, elas revelaram sua identificação com a problemática por nós levantada, ou seja, também condicionam seus comportamentos ao que a mídia *revela*.

saúde e bem-estar), nas imagens (das capas e de todo o corpo da revista), nas falas dos especialistas (médicos, nutricionistas, *personal trainers*, maquiadores) e mesmo nos depoimentos das próprias leitoras (que afirmam viver melhor depois de seu contato mensal com os conteúdos veiculados pela revista).

Costumamos pensar *Corpo a Corpo* como uma *mera fonte de informação*; como uma via a ser utilizada pela mulher contemporânea para estar *bem informada e atualizada* a respeito das últimas tendências de moda, saúde e beleza. Não nos damos conta, entretanto, que nesta *atualização* está subjacente, antes de tudo, um processo formativo, um processo de subjetivação. Um de nossos primeiros passos é, portanto, problematizar essa *naturalidade*²¹ adquirida pela mídia; pôr à prova as mínimas astúcias de seu discurso, as quais são dotadas de um grande poder de difusão; seus arranjos sutis, de aparência inocente, mas profundamente suspeitos; por fim, as facetas que assume para melhor investir os corpos femininos.

Afirmamos claramente: as revistas *ensinam* as mulheres a serem *mulheres*. Como já afirmara Fischer (2010a), a mídia se constitui em um espaço plenamente pedagógico, não só pelo fato de explicitar os assuntos por ela abordados de modo didático, mas porque ela se constitui como uma maquinaria de produção de verdades sobre e para um sujeito que deve *aprender* a olhar pra si, a julgar-se e, acrescentaríamos, a cuidar de si.

A título de exemplo, vejamos alguns dos depoimentos presentes nas seções de cartas enviadas a *Corpo a Corpo*, nos quais as leitoras revelam claramente que condicionaram seus comportamentos conforme o que fora dito nas edições anteriores da revista:

Quando passei pela banca de jornal e vi a capa da *Corpo a Corpo*, pensei: “É aqui que vou achar um programa de ginástica que vai me permitir usar um biquíni assim e ficar deslumbrante como a atriz da capa!”. Achei na página 116 um treino com elásticos que procurava há tempos! Vou comprar os acessórios e pôr em prática (*Patrícia Soares, por e-mail*) (CORPO A CORPOc, 2008, p. 14).

Vou contar um segredo: me sinto mais bonita hoje, aos 30, do que me sentia aos 15. É que agora, graças a *Corpo a Corpo*, eu tenho um mundo de dicas de beleza à minha disposição, estou sempre atendida com cada lançamento de cosmético e aprendo a toda hora um novo truque para ter aquele look! E com a revista no novo formato, ela me acompanha para todo lado! (*Inês Fernandes, São Paulo, SP*) (CORPO A CORPOe, 2009, p. 14).

Seria pouco dizer que a *Corpo a Corpo* é maravilhosa. Com suas reportagens sobre beleza, saúde, moda e fitness, me estimula a cada dia ir em busca do meu bem-estar e de um corpo bonito. Tenho 33 anos e me identifiquei com ela desde a primeira vez em que a li. Hoje, voltei a correr e tenho uma

²¹ A exemplo de Foucault, que, com sua genealogia, buscou questionar justamente a *naturalidade* presente nos processos de aprisionamento da marginalidade, de disciplinamento social e de controle da sexualidade.

alimentação bem mais saudável, depois das orientações da revista (...) (Marilia Mota, Recife, PE) (CORPO A CORPOh, 2009, p. 14).

Segundo Cambi (Ibid.), a mídia detém poder simbólico, cultural. Difunde uma certa cultura que é fruto de uma verdadeira *indústria*, a qual está organizada e regulada pelas leis de mercado (oferta, procura, concorrência), bem como por suas transformações (concentração, monopólio); em outras palavras, a produção cultural veiculada pela mídia está ligada, por um lado, à lógica econômica e, por outro, à *ideológica* – por parte dos grupos dominantes.

Cambi (Ibid.) estabelece uma análise claramente ligada aos filósofos da Escola de Frankfurt. Neste trabalho, entretanto, não operamos com categorias como *ideologia* (*domínio ideológico*), pois que, conforme antecipado, essa categoria pressupõe um *sujeito constituinte*. Entretanto, é inegável que existem certas empresas que dominam largamente o cenário midiático brasileiro. É o caso da Rede Globo de Televisão, no meio televisivo, e da Editora Abril, no meio midiático escrito. Há também que se ter claro que as empresas²², de modo geral, permeiam com suas propagandas e *merchandising*, todos os domínios midiáticos, estabelecendo padrões de consumo, produzindo necessidades, criando verdades, estabelecendo-se, por fim, no imaginário e definindo o cotidiano dos indivíduos (estilos de vida, modas, comportamentos).

Ainda segundo Cambi (Ibid.), o objetivo da profusão cultural midiática é a padronização comportamental do público (massificação). Para tanto, ela se utiliza de formas persuasivas (como o *final feliz* das histórias, a criação das *estrelas*, a profusão do *estilo jovem de vida* etc.), as quais são reiteradas e, portanto, ativas, com vigor e profundidade para fazer prosperar os *mitos* em nossa consciência. Como explica o autor:

A cultura veiculada pelos *media* é uma cultura de massa baseada no princípio do lazer, que penetra por toda parte. Escreveu Morin: “a cultura de massa torna-se um grande provedor de mitos condutores do *lazer*, da felicidade, do amor” e é animada por um duplo movimento, não apenas do real para o imaginário, mas também do imaginário para o real. Essa cultura não é apenas *evasão*, mas é ao mesmo tempo e contraditoriamente *integração*. É a cultura dominante na “época da reprodução técnica” da arte, num tempo novo que leva a arte às massas e assim a simplifica, também a vulgariza, embora, gramscianamente, leve as massas para além do folclore e do seu horizonte mágico-religioso, erigido de superstições e de irracionalidades (CAMBI, 1999, p. 632).

²² Estamos aqui nos referindo às empresas que produzem bens e serviços e não mais às empresas de bens culturais, como é o caso das citadas Rede Globo e Editora Abril.

Seguindo sua análise, Cambi (Ibid.) nos fala a respeito das diferentes posições assumidas pelos autores a respeito das mídias. Segundo ele, as teses podem ser divididas entre os “apocalípticos” e os “integrados”.

Como explica, os apocalípticos são representados, em particular, por Adorno e Horkheimer, com suas severas críticas à cultura de massa:

(...) sublinharam o efeito de pobreza cultural, de endurecimento das idéias, de estereotipia, de atrofia da imaginação e da espontaneidade, de subalternidade ao mercado e às razões puramente econômicas introduzidas pela industrialização da cultura e seus efeitos deseducativos (de conformismo, de acrisia, de imitação, de empobrecimento cognitivo) e contrapuseram uma retomada da alta cultura, crítica e criativa, artística ou filosófica no sentido próprio (Ibid., Idem).

Por sua vez, os “integrados”, representados principalmente por Marshall McLuhan, reconheceram nas mídias uma função educativa positiva, valorizando, portanto, a democratização cultural que elas possibilitam, reconhecendo sua função informativa e de aproximação dos produtos artísticos ao grande público.

Nosso posicionamento, entretanto, não caminha nem em um sentido, nem em outro. Entendemos a mídia como um veículo contemporâneo de produção de subjetividade. A subjetivação do indivíduo contemporâneo passa, cada vez mais, por sua relação com os aparelhos midiáticos, com os regimes de verdade que a mídia instaura e faz circular. Vemos, dessa forma, a mídia como um dispositivo, um dispositivo de poder e de saber – um “dispositivo pedagógico”, para falar com Fischer (2002). A questão que se coloca, para nós, não é um julgamento moral se essas práticas de saber constituídas pela mídia são *boas* ou *más*. O interessante é perceber e problematizar a capacidade hoje adquirida por elas para constituir sujeitos.

Nossa proposta de trabalho consiste, portanto, em analisar a subjetivação dos corpos femininos na contemporaneidade, a partir de uma análise imagético-discursiva da mídia; enfocando, especialmente, imagens, enunciados e discursos que estejam presentes em *Corpo a Corpo* (de agosto de 2008 a agosto de 2009) e, eventualmente, na revista *Boa Forma* (do mesmo período), que possam servir como elementos para pensarmos os investimentos que hoje incidem sobre o corpo feminino. Desejamos, portanto, problematizar a relação corpo-mídia-educação, buscando elucidar a *dimensão formativa* própria ao discurso midiático.

Questionamos aqui os estatutos da beleza e os efeitos de verdade do discurso da mídia sobre a produção dos corpos femininos no atual contexto, enfocando a relação entre este

discurso e a subjetivação feminina, identificando e problematizando enunciados e imagens que investem estes corpos e acenam para a produção de novas configurações corporais e novas formas de subjetivação.

Buscamos demonstrar como meios midiáticos como as revistas estão, no presente contexto, *subjetivando* as mulheres e seus corpos; ditando-lhes padrões de beleza; normatizando regras para a obtenção desta ou daquela *forma-corpo*; estabelecendo regimes de verdade, criando necessidades e mostrando, ao mesmo tempo, os caminhos para a satisfação das mesmas (dimensão normativo-prescritiva) etc.

Nossa problemática consiste na análise das relações existentes entre as formas de subjetivação do corpo feminino (as *técnicas de si*) e o que estamos chamando de *tecnologias políticas do corpo*, que consistem em técnicas de transformação do corpo – tais como as cirurgias plásticas, a medicina estética, o uso de fármacos voltados para estética corporal, a prática de exercícios físicos, as dietas etc. –, elucidando a centralidade do papel da mídia dentro desse processo, percebendo nela uma *dimensão pedagógica* que nem sempre lhe fora atribuída.

Nossa pesquisa se inscreve em uma problemática da sociedade contemporânea, propondo pensá-la a partir de um novo referencial, de novas lentes, de uma nova perspectiva que não mais a que encerra os processos formativos do sujeito no ambiente escolar. Entendemos que este trabalho consiste em um exercício do pensamento, buscando trabalhar e produzir em proximidade com o campo da Filosofia da Educação. Não nos propomos, é certo, pensar *sobre* a educação. Desejamos um exercício do pensamento que se constitua a partir de novos ares – que a perspectiva foucaultiana nos tem proporcionado.

Permitimo-nos uma abertura para pensarmos o fenômeno educacional a partir de uma dimensão mais ampla, que extrapola os limites dos muros escolares e percebe que, por força das novas tecnologias da informação, a educação vem ocorrendo e se efetivando em espaços cada vez mais diversificados.

Hoje é possível disponibilizar cursos à distância através da Internet; obter-se, com o Programa Telecurso 2000²³, formação nos Níveis Fundamental e Médio; além, é claro, da formação de Nível Superior em universidades cujas aulas são televisionadas.

²³ Programa de educação à distância via televisão. Foi criado em 1995, em parceria da Fundação Roberto Marinho com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP). Atualmente, está sendo substituído pelo *Novo Telecurso*.

Mas esse tipo de ensino que se utiliza das Novas Tecnologias de Comunicação (TICs) como *recursos didático-pedagógicos*, como *mediadores* entre o professor e os alunos (Valente, Prado e Almeida, 2003) não é o tipo de formação focado aqui em trabalho.

Estamos pensando em um certo modo de *instrução* que se efetiva *através* da mídia; no cotidiano, no contato diário dos sujeitos com programas de televisão, com as revistas, com os anúncios publicitários, com os produtos de mídia, enfim. Acreditamos, portanto, que a mídia detenha certa centralidade na produção de corpos-subjetividades. Dessa forma, nosso esforço não é o de pensar as ferramentas midiáticas enquanto simples recursos didáticos *para* o ensino; ao contrário, percebemos-las enquanto espaço privilegiado de produção de subjetividades, de *formação* de sujeitos.

Acreditamos, portanto, que a subjetivação do corpo feminino, os padrões de beleza, *boa* forma, moda, estética, saúde etc. passam, de modo privilegiado, pela relação da mulher com a mídia. A escola, neste caso, tem pouca responsabilidade. É a mídia que, em grande medida, estabelece hoje, com todo o seu potencial imagético, esse jogo com as mulheres. É ela que dita o que é *bom*, *belo*, *necessário* para que a mulher se torne *moderna*, *bela*, *saudável*.

Não estamos, com isso, desmerecendo o papel da escola; desejamos apenas expandir os horizontes, explorar novos caminhos, novas perspectivas, visualizar para além dos limites do que até hoje foi entendido como *espaço da/para a educação*, e do que seja, por fim, *educação*. Buscamos, enfim, beber em novas fontes, trilhar novos caminhos, permitir-nos novas perspectivas.

Assim, buscamos, com esta pesquisa, pensar isso que estamos chamando de *educação midiática*, ou seja, uma forma de *instrução* presente nos discursos veiculados pela própria mídia. Sutil em seus investimentos, dispersa em sua amplitude, mas bastante eficaz. Um *processo formativo* sofisticado com relação aos seus recursos, à sua linguagem, aos seus modos de atuação; promovido todos os dias pela mídia – impressa, televisiva, radiofônica e a Internet.

Mas, como é possível pensarmos a educação fora do espaço escolar? Em que pressupostos estamos baseando nossas ideias?

Entendemos que a possibilidade da manifestação desse novo modo de fazer *educação* está no momento histórico que vivenciamos: a transição de um modelo de *sociedade disciplinar* para um modelo de *sociedade de controle*. Pois os investimentos que almejam o corpo e se modificam ao longo do tempo – seja pela necessidade de um certo tipo de corpo, apto a uma determinada forma de produção (satisfação de anseios sociais), seja pelo advento

de novos produtos no mercado, o que exige novos consumidores (criação de necessidades) –, precisam de *veículos* que os façam chegar aos seus potenciais alvos.

No contexto da *sociedade disciplinar* (Foucault, 1987), sob a lógica da produção de corpos aptos ao trabalho nas indústrias, foi delegada à escola a função de formar, desde a infância, os futuros trabalhadores: corpos e mentes domesticados, capazes de respeitar as imposições e normas sociais necessárias ao funcionamento do mundo do trabalho.

Na atualidade, passamos por um período de transição de um modelo de *sociedade disciplinar* para outro, denominado por Deleuze (1992) de *sociedade de controle*, que possui como uma de suas principais características o ruir das instituições fechadas – tais como a família, a prisão, a própria escola, o hospital etc. –, cedendo espaço para formas de relação mais frouxas, no sentido do confinamento, entretanto, mais firmes do ponto de vista do controle. E é nesse contexto que vemos hoje a escola cedendo cada vez mais espaço para formas mais *sofisticadas*, porém *dispersas* de *formação*, de *ensino*, enfim, de *educação*, como é o caso da *educação midiática*.

Nosso objetivo com este capítulo é caracterizar esses dois modelos de sociedade, demonstrando como a educação se manifesta em cada um. Achamos importante demarcar essas diferenças, pois acreditamos estar, na *sociedade de controle*, as bases da educação midiática, nosso foco de análise subsequente.

2. A SOCIEDADE DISCIPLINAR

A sociedade disciplinar surgiu, por volta dos séculos XVIII e XIX, como a sucessora do modelo de *sociedade de soberania*, atingindo seu apogeu no início do século XX. Trata-se de um tipo de organização social que instaura, em última instância, um rigoroso controle do vivo, efetivado através dos *grandes meios de confinamento*, isto é, espaços fechados, quadriculados e hierarquizados, criados para concentrar indivíduos, vigiá-los e examiná-los constantemente, submetendo-os a um minucioso controle do tempo; sendo cada meio organizado sob a égide de um regime interno de leis:

(...) primeiro a família, depois a escola (“você não está mais na sua família”), depois a caserna (“você não está mais na escola”), depois a fábrica, de vez em quando o hospital, eventualmente a prisão, que é o meio de confinamento por excelência (DELEUZE, 1992, p. 219).

O surgimento dessa modalidade de poder está diretamente ligado à Revolução Industrial, ao aumento da produção e à explosão demográfica ocorrida a partir do século XVIII. Frente às novidades instauradas pela Modernidade, o quadriculamento disciplinar se mostrou útil para administrar as massas difusas e desordenadas de corpos, atuando sobre elas e, assim, produzindo uma multiplicidade ordenada, no seio da qual o sujeito moderno emerge enquanto alvo do poder (Machado, 1979). Nas palavras de Foucault (1987):

Uma observação minuciosa do detalhe, e ao mesmo tempo um enfoque político dessas pequenas coisas, para controle e utilização dos homens, sobem através da era clássica, levando consigo todo um conjunto de técnicas, todo um corpo de processos e de saber, de descrições, de receitas e dados. E desses esmiuçamentos, sem dúvida, nasceu o homem do humanismo moderno (FOUCAULT, 1987, p. 121)

Mas, para compreendermos a *sociedade disciplinar* e como a educação se estrutura nesse modelo de organização social, devemos ter claro, antes de tudo, em que consiste o conceito de *disciplina* em Foucault. Para tanto, há que se resgatar algumas especificidades de sua analítica; a principal delas, sua concepção *não-jurídica* do poder. Como explica Machado (1979),

Com isso se quer dizer que é impossível dar conta do poder se ele é caracterizado como um fenômeno que diz fundamentalmente respeito à lei ou à repressão. Por um lado, as teorias que têm origem nos filósofos do século XVIII que definem o poder como direito originário que se cede, se aliena para constituir a soberania e que tem como instrumento privilegiado o contrato; teorias que, em nome do sistema jurídico, criticarão o arbítrio real, os excessos, os abusos de poder. Portanto, exigência que o poder se exerça como direito, na forma da legalidade. Por outro lado, as teorias que, radicalizando a crítica ao abuso do poder, caracterizam o poder não somente por transgredir o direito, mas o próprio direito por ser um modo de legalizar o exercício da violência e o Estado o órgão cujo papel é realizar a repressão. Aí também é na ótica do direito que se elabora a teoria, na medida em que o poder é concebido como violência legalizada (MACHADO, 1979, p. 15).

O objetivo de Foucault é demonstrar que o poder e suas relações não ocorrem fundamentalmente ao nível do direito e da violência. Para ele, é falso definir o poder como algo que sempre *diz não*, que apenas castiga e impõe limites. É um erro pensar o poder de modo negativo, identificando-o com o Estado, considerando-o como aparelho de pura repressão, que apenas viola e oprime os cidadãos (Machado, 1979).

(...) Se o poder fosse somente repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não, você acredita que seria obedecido? O que faz com que o poder se mantenha e que seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso. Deve-se considerá-lo como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir (FOUCAULT, 1979, p. 08).

A essa *perspectiva negativa do poder*, Foucault opõe uma *concepção positiva*, com a qual pretende, em última análise, demonstrar que a dominação capitalista não poderia se sustentar caso estivesse exclusivamente apoiada na repressão social. Vale ressaltar que, neste sentido, o termo *positivo* está subtraído de qualquer juízo moral. Ele deve ser entendido aqui em termos de tecnologia empregada, de eficácia produtiva.

Como já falamos em outro momento deste trabalho, o poder, para Foucault, *produz*. Ele tem a capacidade de produção de verdades, de realidade. Ele possui uma *positividade*. “É justamente esse aspecto que explica o fato de que tem como alvo o corpo humano, não para supliciá-lo, mutilá-lo, mas para aprimorá-lo, adestrá-lo” (Ibid., p. 16). Assim, o poder possui a capacidade de produção de verdades, de realidade e, inclusive, de sujeitos. Desse modo, o sujeito é, para Foucault, um produto, um efeito das práticas de saber e de poder por ele atravessadas.

Mas, como adverte Machado (1979), devemos ter o cuidado de não tomarmos a análise de Foucault sobre o poder como geral e englobador, visto que essa análise é fruto de suas investigações sobre um objeto delimitado. Acrescenta o autor:

(...) quando Foucault começou a formular explicitamente a questão do poder foi para dar prosseguimento à pesquisa que realizava sobre a história da penalidade. Colocou-se então o problema de uma relação específica de poder sobre os indivíduos enclausurados que incidia sobre seus corpos e utilizava uma tecnologia própria de controle. E essa tecnologia não era exclusiva da prisão, encontrando-se também em outras instituições como o hospital, o exército, a escola, a fábrica (Ibid., p. 16-17).

A essa forma específica de poder, a esses métodos que permitem o controle das mínimas operações do corpo, que implantam a sujeição constante das forças e impõem uma relação de docilidade-utilidade, Foucault chamou de *disciplina* (Foucault, 1987). Como explica Machado (1979), a disciplina consiste em:

(...) uma técnica, um dispositivo, um mecanismo, um instrumento de poder (...). É o diagrama de um poder que não atua do exterior, mas trabalha o corpo dos homens, manipula seus elementos, produz seu comportamento,

enfim, fabrica o tipo de homem necessário ao funcionamento e manutenção da sociedade industrial, capitalista (MACHADO, 1979, p. 17)

Trata-se de técnicas sempre minuciosas, por vezes ínfimas, mas que definiram o modo como os corpos foram politicamente investidos e que não cessaram, desde o século XVIII, de ganhar campos cada vez mais vastos, expondo sua tendência a cobrir todo o corpo social (Foucault, 1987). Nas palavras de Foucault, trata-se de

(...) Pequenas astúcias dotadas de um grande poder de difusão, arranjos sutis, de aparência inocente, mas profundamente suspeitos, dispositivos que obedecem a economias inconfessáveis, ou que procuram coerções sem grandeza, são eles entretanto que levaram à mutação do regime punitivo, no limiar da época contemporânea. (...) Astúcias, não tanto de grande razão que trabalha até durante o sono e dá um sentido ao insignificante, quanto da atenta “malevolência” que de tudo se alimenta. A disciplina é uma anatomia política do detalhe (FOUCAULT, 1987, p. 120)

Este conceito de disciplina foi minuciosamente explorado por Foucault em *Vigiar e Punir*, no qual ele buscou demonstrar como, a partir dos séculos XVIII e XIX, houve um verdadeiro desbloqueio tecnológico da produtividade do poder. As monarquias da Época Clássica desenvolveram grandes aparelhos de Estado (como o exército, a polícia e a administração local) e instauraram uma *nova economia de poder*, isto é:

(...) procedimentos que permitem fazer circular os efeitos de poder de forma ao mesmo tempo contínua, ininterrupta, adaptada e “individualizada” em todo o corpo social. Estas novas técnicas são ao mesmo tempo muito mais eficazes e muito menos dispendiosas (menos caras economicamente, menos aleatórias em seu resultado, menos suscetíveis de escapatórias ou de resistências) do que as técnicas até então usadas e que repousavam sobre uma mistura de tolerâncias mais ou menos forçadas (desde o privilégio reconhecido até a criminalidade endêmica) e de cara ostentação (intervenção espetaculares e descontínuas do poder cuja forma mais violenta era o castigo “exemplar”, pelo fato de ser excepcional) (FOUCAULT, 1979, p. 08).

O principal objetivo das disciplinas é o aumento do domínio de cada um sobre si mesmo (Foucault, 1987). Não funcionam meramente como impedimento aos homens do exercício de suas vontades, mas como forma de gerenciamento de suas vidas, a fim de aprimorá-los e controlá-los para que possam melhor servir. Como fala Foucault (Ibid.):

O poder disciplinar é com efeito um poder que, em vez de se apropriar e de retirar, tem como função maior “adestrar”; ou sem dúvida adestrar para retirar e se apropriar ainda mais e melhor. Ele não amarra as forças para

reduzi-las; procura ligá-las para multiplicá-las e utilizá-las num todo (Ibid., p. 143).

Trata-se de aumentar as capacidades produtivas dos indivíduos para, ao mesmo tempo em que se deseja dominá-los melhor. Em outras palavras: o objetivo do poder disciplinar é o de produzir *corpos dóceis*, cujas forças de trabalho estejam potencializadas (máxima utilidade econômica), ao passo que suas capacidades de revolta e de questionamento sejam neutralizadas (controle de ordem política). Nas palavras de Foucault, “É dócil um corpo que pode ser submetido, que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado” (FOUCAULT, 1987, p. 118).

O corpo, a partir de então, passa a ser constituído por uma maquinaria de poder que o “esquadrinha, o desarticula e o recompõe” (Ibid., p. 119). A disciplina é, desse modo, uma *anatomia política do corpo*. Nas palavras de Foucault (1987):

(...) Uma “anatomia política”, que é também igualmente uma “mecânica do poder”, está nascendo; ela define como se pode ter domínio sobre o corpo dos outros, não simplesmente para que façam o que se quer, mas para que operem como se quer, com as técnicas, segundo a rapidez e a eficácia de se determinar. A disciplina fabrica corpos submissos e exercitados, corpos “dóceis” (Ibid., Idem).

Entretanto, como ressalta o próprio Foucault, em qualquer modo de organização social, o corpo é atravessado por relações de poder que lhe impõem obrigações, limites ou proibições. Mas existem características que são próprias e inauguradas pelo controle disciplinar. Primeiramente, a escala do controle:

(...) não se trata de cuidar do corpo, em massa, *grosso modo*, como se fosse uma unidade indissociável, mas de trabalhá-lo detalhadamente; de exercer sobre ele uma coerção, sem folga, de mantê-lo ao nível mesmo da mecânica – movimentos, gestos, atitude, rapidez: poder infinitesimal sobre o corpo ativo (FOUCAULT, 1987, p. 118).

Em segundo lugar, o objeto do controle:

(...) não, ou não mais, os elementos significativos do comportamento ou a linguagem do corpo, mas a economia, a eficácia dos movimentos, sua organização interna; a coerção se faz mais sobre as forças que sobre os sinais; a única cerimônia que realmente importa é o exercício (Ibid., Idem).

Por fim, a modalidade:

(...) implica numa coerção ininterrupta, constante, que vela sobre os processos da atividade mais que sobre seu resultado e se exerce de acordo com uma codificação que esquadrinha ao máximo o tempo, o espaço e os movimentos (Ibid., Idem)

Passemos, então, às características básicas da disciplina e como estas convergem ao *bom adestramento* dos indivíduos. Vale ressaltar que buscamos enfocar aquelas que nos parecem mais caras aos processos educacionais, visto que é esta dimensão que estamos aqui enfocando. Mas, de pronto, lembramos que essas características se interrelacionam e necessitam umas das outras para funcionar.

A primeira delas diz respeito à organização e distribuição dos indivíduos pelo espaço. A disciplina se constitui, dessa forma, em uma técnica de distribuição dos indivíduos a partir de sua inserção em um espaço individualizado, classificatório, combinatório, esquadrinhado e hierarquizado. Exige o isolamento do indivíduo em um espaço fechado, que seja capaz de exercer funções distintas, segundo um objetivo específico que dele se espera.

Tal organização espacial tem por objetivo criar um espaço individual, celular e, assim, impedir a formação de grupos e as ações coletivas. Criar um espaço útil, mas também capaz de desarticular as comunicações perigosas; um espaço que possibilite a vigilância e que anule os efeitos das repartições indecisas e o desaparecimento dos indivíduos. O espaço disciplinar constitui-se, portanto, em uma:

(...) tática de antideserção, de antivadiagem, de antiaglomeração. Importa estabelecer as presenças e as ausências, saber onde e como encontrar os indivíduos, instaurar as comunicações úteis, interromper as outras, poder a cada instante vigiar o comportamento de cada um, apreciá-lo, sancioná-lo, medir as qualidades ou os méritos. Procedimento, portanto, para conhecer, dominar e utilizar. (Ibid., p. 123).

Essa disposição arquitetônica serve ao *bom adestramento* humano, uma vez que viabiliza a *vigilância hierárquica*. Como afirma Foucault (Ibid.):

O exercício da disciplina supõe um dispositivo que obrigue pelo jogo do olhar; um aparelho onde as técnicas que permitem ver induzam a efeitos de poder, e onde, em troca, os meios de coerção tornem claramente visíveis aqueles sobre quem se aplicam (Ibid., p. 143)

Necessita-se, portanto, de um espaço que não sirva propriamente à vigilância do seu exterior, como ocorria com a construção das fortalezas; nem tampouco um espaço voltado à contemplação, como é o caso os palácios. Deseja-se construir um espaço cuja vigilância esteja

voltada ao seu funcionamento interno; um espaço que torne visível a tudo e a todos que dentro dele estejam. Nas palavras de Foucault (1987):

(...) uma arquitetura que seria um operador para a transformação dos indivíduos; agir sobre aquele que abriga, dar domínio sobre seu comportamento, reconduzir até eles os efeitos de poder, oferecê-los um conhecimento, modificá-los. As pedras podem tornar dócil e conhecível (Ibid., p. 144).

A disciplina pressupõe, portanto, uma vigilância permanente e perpétua; que se exerça em todos os lugares e que não tenha limites. Um olhar indiscreto a que tudo vê, mas que nunca é visto. Um exemplo disso é o Panopticon de Bentham, cujo princípio é:

(...) na periferia, uma construção em anel; no centro, uma torre; esta possui grandes janelas que se abrem para a parte interior do anel. A construção periférica é dividida em celas, cada uma ocupando toda a largura da construção. Estas celas têm duas janelas: uma abrindo-se para o interior, correspondendo às janelas da torre; outra, dando para o exterior, permite que a luz atravesse a cela de um lado a outro. Basta então colocar um vigia na torre central e em cada cela trancafiar um louco, um doente, um condenado, um operário ou um estudante. Devido ao efeito de contraluz, pode-se perceber da torre, recortando-se na luminosidade, as pequenas silhuetas prisioneiras nas celas da periferia. Em suma, inverte-se o princípio da masmorra; a luz e o olhar de um vigia captam melhor que o escuro que, no fundo, protegia (FOUCAULT, 1979, p. 210).

O princípio do Panóptico é o de criar visibilidade aos encarcerados, mas que estes não sejam capazes de ver aqueles que os vigiam; assim, pouco a pouco, vai-se introduzindo no próprio indivíduo o controle de forma tal que ele próprio comece a vigiar e a controlar a si mesmo.

Que melhor forma de visualizar esses elementos trazidos por Foucault a respeito da relação entre espaço e disciplina, que o espaço escolar?

Nas escolas, geralmente vemos nas portas das salas de aulas pequenas janelinhas de vidro, que servem tão somente para criar visibilidade ao que dentro da sala ocorre; para que os coordenadores e supervisores educacionais possam *fiscalizar* o que se passa dentro de sala – tanto no que toca a disciplina dos alunos, como no desempenho do professor em sala.

Dentro das salas, o espaço está organizado em filas, filas que evitam as conversas difusas, os agrupamentos, as dispersões e que também facilitam o deslizar do olhar vigilante do professor entre seus alunos.

Nos banheiros, as portas nunca vão até o chão, facilitando também ali a vigilância constante.

As salas são geralmente dispostas em corredores. As turmas seriadas, divididas por idades²⁴. Foucault (1987) ressalta, inclusive, que a *organização do espaço serial* foi uma das principais modificações técnicas do ensino elementar, pois, ao instaurar lugares individuais, permitiu o controle de cada um e o trabalho simultâneo de todos. Essa nova organização espacial da escola instaurou, portanto, uma *nova economia do tempo de aprendizagem*. “Fez funcionar o espaço escolar como uma máquina de ensinar, mas também de vigiar, de hierarquizar, de recompensar” (FOUCAULT, 1987, p. 126).

O espaço das escolas, tanto em sua organização como em sua disposição arquitetônica, é um ótimo exemplo de um espaço constituído pela e para a disciplina; um espaço que se constitui como uma *máquina* de controle, de subjetivação e de produção de sujeitos em série.

As disciplinas, organizando as “celas”, os “lugares” e as “fileiras”, criam espaços complexos: ao mesmo tempo arquiteturais, funcionais e hierárquicos. São espaços que realizam a fixação e permitem a circulação; recortam segmentos individuais e estabelecem ligações operatórias; marcam lugares e indicam valores; garantem a obediência dos indivíduos, mas também uma melhor economia do tempo e dos gestos. São espaços mistos: reais pois que regem a disposição de edifícios, de salas, de móveis, mas ideais, pois projetam-se sobre essa organização características, estimativas, hierarquias (Ibid., Idem).

A segunda característica do poder disciplinar diz respeito ao *controle do tempo*, ou seja, a disciplina estabelece uma relação de sujeição do corpo, a fim de produzir o máximo de eficácia no mínimo de tempo. Dessa forma, o mais almejado não é propriamente o resultado de uma ação e sim o seu desenvolvimento; e esse controle da operação do corpo é realizado através da elaboração temporal da ação, da correlação do gesto com o corpo que o produziu e através da articulação do corpo com o objeto manipulado (Machado, 1979). Esse controle do tempo pressupõe alguns procedimentos:

(...) horário (atividades regulares afinadas em minutos), elaboração temporal do ato (ajustar o corpo aos imperativos temporais), correlação entre o corpo e os gestos (o corpo disciplinado favorece um gesto eficaz), articulação do

²⁴ Algumas escolas, inclusive, utilizam o critério do comportamento dos alunos como critério para a formação das turmas, e muitas ainda separam os alunos novatos em uma só turma, sob a desculpa de que é uma medida para *facilitar a adaptação*. Mas por trás desse discurso *politicamente correto* da pedagogia (Gallo, 2008), existe essa intenção de separar os alunos *desconhecidos* para serem observados quando ao seu rendimento e seu comportamento ao longo do primeiro ano na escola.

corpo com os objetos, utilização exaustiva do tempo (CASTRO, 2009, p. 112).

Dentre esses, vemos a implantação do horário e a utilização exaustiva do tempo como os procedimentos mais claramente expressos na mecânica de funcionamento escolar.

Segundo Foucault (1987), o *horário* é uma herança deixada pelas velhas comunidades monásticas que se difundiu, determinando o funcionamento das fábricas, escolas, hospitais. Ele estabelece três grandes processos: as censuras, as ocupações determinadas e os ciclos de repetições. Ainda no século XIX:

Nas escolas elementares, a divisão do tempo torna-se cada vez mais esmiuçante; as atividades são cercadas o mais possível por ordens a que se tem que responder imediatamente (...).

No começo do século XIX, serão propostos para a escola mútua horários como o seguinte: 8,45 entrada do monitor, 8,52 chamada do monitor, 8,56 entrada das crianças e oração, 9 horas entrada nos bancos, 9,04 primeira lousa, 9,08 fim do ditado, 9,12 segunda lousa, etc. (FOUCAULT, 1987, p. 128).

O aumento progressivo da classe trabalhadora assalariada exigiu o quadriculamento cerrado do tempo. Mas não basta garantir a divisão temporal do ato; tem-se que garantir também a qualidade desse tempo, ou seja, a construção de um tempo integralmente útil. Para tanto, há que se estabelecer um ininterrupto controle, uma pressão dos fiscais e uma anulação de qualquer coisa que possa vir a perturbar ou distrair. Como explica Foucault:

O tempo medido e pago deve ser também um tempo sem impurezas nem defeito, um tempo de boa qualidade, e durante todo o seu transcurso o corpo deve ficar aplicado ao seu exercício. A exatidão e a aplicação são, com a regularidade, as virtudes fundamentais do tempo disciplinar (Ibid., p. 129).

O poder disciplinar impõe também uma *utilização exaustiva do tempo*, ou seja, ele busca atingir sempre o máximo de rapidez e eficiência sob a mínima repartição temporal. Trata-se de uma *economia positiva do tempo*, objetivando organizá-lo a fim de utilizá-lo de forma sempre crescente e assim obter o máximo de rapidez, o máximo de eficiência sob o mínimo instante de tempo.

A escola mútua, por sua vez:

(...) também foi disposta como um aparelho para intensificar a utilização do tempo; sua organização permitia desviar o caráter linear e sucessivo do ensino do mestre; regulava o contraponto de operações feitas, ao mesmo tempo, por diversos grupos de alunos sob a direção dos monitores e dos

adjuntos, de maneira que cada instante que passava era povoado de atitudes múltiplas, mas ordenadas; e por outro lado o ritmo imposto por sinais, apitos, comandos impunha a todos normas temporais que deviam ao mesmo tempo acelerar o processo de aprendizagem e ensinar a rapidez como virtude (Ibid., Idem).

A terceira característica, apontada por Foucault, a respeito da disciplina é a *organização das gêneses*, ou seja, uma divisão do tempo em segmentos, de forma a produzir uma seriação das atividades sucessivas; uma imposição de tarefas repetitivas e diferentes, mas sempre graduadas ao corpo.

Por fim, a quarta característica é a *composição das forças*, que se dá através de uma articulação e localização dos corpos, da combinação das séries cronológicas e do desenvolvimento de um sistema preciso de mando (Castro, 2009). Em resumo, como explica Foucault (1987):

(...) pode-se dizer que a disciplina produz, a partir dos corpos que controla, quatro tipos de individualidades, ou antes, uma individualidade dotada de quatro características: é celular (pelo jogo da repartição espacial), é orgânica (pela codificação das atividades), é genética (pela acumulação do tempo), é combinatória (pela composição das forças). E, para tanto, utiliza quatro grandes técnicas: constrói quadros; prescreve manobras; impõe exercícios; enfim, para realizar a combinação das forças, organiza “táticas”. A tática, arte de construir, com os corpos localizados, atividades codificadas e as aptidões formadas, aparelhos em que o produto das diferentes forças se encontra majorado por sua combinação calculada é sem dúvida a forma mais elevada da prática disciplinar (Ibid., p. 141).

Para o bom “adestramento” humano, além da vigilância, o poder disciplinar se utiliza também da *sanção normalizadora*, ou seja, micropenalidades para qualquer transgressão a qualquer norma. Como explica Foucault (Ibid.):

Na oficina, na escola, no exército funciona como repressora toda uma micropenalidade do tempo (atrasos, ausências, interrupções das tarefas), da atividade (desatenção, negligência, falta de zelo), da maneira de ser (grosseria, desobediência), dos discursos (tagarelice, insolência), do corpo (atitudes “incorretas”, gestos não conformes, sujeita), da sexualidade (imodéstia, indecência). Ao mesmo tempo é utilizada, a título de punição, toda uma série de processos sutis, que vão do castigo físico leve a privações ligeiras e a pequenas humilhações. Trata-se ao mesmo tempo de tornar penalizáveis as frações mais tênues da conduta, e de dar uma função punitiva aos elementos aparentemente indiferentes do aparelho disciplinar: levando ao extremo, que tudo possa servir para punir a mínima coisa; que cada indivíduo se encontre preso numa universalidade punível-punidora (Ibid., p. 149).

Dessa forma, tudo o que sai do padrão previamente estabelecido é punido, penalizado. Toda conduta é encaixada em um grupo classificatório: bom ou mau, correto ou errado etc. Contudo, diferentemente do processo penal, a disciplina visa à correção e às punições que atuam como exercício. Ainda segundo Foucault (Ibid.):

A divisão segundo as classificações ou os graus tem um duplo papel: marcar os desvios, hierarquizar as qualidades, as competências e as aptidões; mas também castigar e recompensar. (...) A disciplina recompensa unicamente pelo jogo das promoções que permitem hierarquias e lugares; pune rebaixando e degradando. O próprio sistema de classificação vale como recompensa ou punição (Ibid., p. 151).

E, ademais da sanção, para se *bem adestrar* o indivíduo, a disciplina impõe o *exame*. Ele está no centro dos processos que produzem os sujeitos enquanto efeito e objeto do poder e do saber. Constitui-se em uma técnica que, combinada à vigilância hierárquica e à sanção normalizadora, “realiza as funções disciplinares de repartição, classificação, de extração máxima das forças e do tempo, de acumulação genética contínua, de composição ótima das aptidões” (Ibid., p. 160). Trata-se de uma forma de classificar, punir e corrigir e está presente em praticamente todos os regimes disciplinares. Como explica Castro (2009):

No exame se investe a economia da visibilidade no exercício do poder, o indivíduo ingressa em um campo documental, cada indivíduo se converte em um caso (a individualidade tal como se pode descrevê-la). À diferença de outras técnicas de poder, encontramos uma individualização decrescente. O exame é a forma ritual da disciplina (CASTRO, 2009, p. 112).

É nesse contexto que o sujeito moderno emergiu, atravessado por essas relações de saber e de poder; esquadrihado e reconstituído; controlado e trabalhado em suas ínfimas operações; observado pelo *olho do poder*, um olho uno que a tudo enxerga, mas que por ninguém pode ser visto. Um sujeito que deve se controlar, pois que pode estar sendo vigiado; que trabalha ao máximo, mas contesta minimamente; excitado para a produção; desarticulado para qualquer forma de resistência. Um corpo dócil, enfim. Esse é o perfil do homem que as disciplinas e seus aparelhos institucionais – escola, fábrica, prisão, exército, hospitais, família etc. – objetivavam e efetivamente produziram.

3. A SOCIEDADE DE CONTROLE

A exemplo da *sociedade de soberania*, as disciplinas também conheceriam a crise, cedendo espaço a novas forças de controle do vivo que, desde o fim da Segunda Guerra Mundial, estão progressivamente se instalando, estimuladas, em grande medida, pelos avanços tecnológicos no campo das comunicações, da informática e da robótica.

Foucault já assinalava em *Vigiar e punir* a tendência da difusão dos procedimentos disciplinares, ou seja, a ramificação dos mecanismos disciplinares e sua disseminação por todo o corpo social. A esse respeito, diz Foucault (1987):

(...) enquanto por um lado os estabelecimentos de disciplina se multiplicam, seus mecanismos têm a tendência a se desinstitucionalizar, a sair das fortalezas fechadas onde funcionavam e a circular em estado “livre”; as disciplinas maciças e compactas se decompõem em processos flexíveis de controle, que se pode transferir e adaptar (FOUCAULT, 1987, p. 174).

Vivenciamos, portanto, um período de transição desse modelo de *sociedade disciplinar* para outro, denominado por Deleuze (1992) de *sociedade de controle*. Deleuze, em seu artigo *Post-Scriptum sobre a sociedade de controle*, e na entrevista para a revista *Futur antérieur* chamada *Controle e devir*, localiza historicamente o aparecimento dessa nova forma de organização social, examina sua lógica de funcionamento e suas manifestações, que já podemos ir vislumbrando ao longo de sua consolidação.

Segundo Deleuze (1992), essa transição se faz sentir, em grande medida, pela generalizada crise dos meios de confinamento. Como afirma:

Os ministros competentes não param de anunciar reformas supostamente necessárias. Reformar a escola, reformar a indústria, o hospital, o exército, a prisão; mas todos sabem que essas instituições estão condenadas, num prazo mais ou menos longo. Trata-se apenas de gerir sua agonia e ocupar as pessoas, até a instalação das novas forças que se anunciam. São as *sociedades de controle* que estão substituindo as sociedades disciplinares (DELEUZE, 1992, p. 220).

Ademais, uma das principais tônicas da *sociedade de controle* parece ser a *continuidade*: como afirma Deleuze (Ibid.), se na *sociedade disciplinar* não se para de recomeçar (da escola à caserna, da caserna à fábrica), na *sociedade de controle*, nunca se termina nada. Nesse sentido, diz o autor (1992, p. 221), a *formação continuada* tende a substituir a escola, bem como o controle contínuo a substituir o exame.

Deleuze aponta também a questão do uso das “penas substitutivas” (Ibid., p. 225) como punição para os pequenos delitos e a utilização de coleiras eletrônicas no monitoramento constante dos condenados, como uma tendência cada vez maior da *sociedade do controle*.

No Brasil, seguindo esse movimento, vemos a atual campanha do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, que leva como *slogan* “A solução não é punir menos, é punir melhor”²⁵. O objetivo da campanha é mostrar/convencer a população a respeito dos benefícios que um sistema punitivo não mais calcado exclusivamente sobre o regime das prisões.

Outro exemplo: recentemente, o mundo foi surpreendido com o caso da atriz Lindsay Lohan²⁶, condenada pela justiça americana a utilizar uma tornozeleira de monitoramento de álcool e a submeter-se a testes semanais para verificação de possíveis usos de drogas, devido ao seu não comparecimento à audiência em que responderia à acusação de dirigir embriagada.

É a *era do monitoramento* se instalando. Tempo dos rastreadores via satélite, dos *chips* nos cartões de banco (e, muito em breve, nas pessoas, implantados sob a pele, carregando informações das mais variadas sobre os indivíduos), das senhas para absolutamente tudo, enfim, de novas formas de visibilidade que não pressupõem mais o olho humano, mas um monitoramento constante e independente da inserção do indivíduo em um meio de confinamento, possibilitado pelo advento de todo um aparato tecnológico moderno.

Nas grandes cidades, já podemos afirmar que o *Show de Truman*²⁷ há muito deixou de ser uma *imagem do cinema*. Quem vive hoje nos grandes centros urbanos já parece familiarizado com a presença das *câmeras de segurança* espalhadas por todos os espaços: nas casas, nos condomínios, *shoppings*, supermercados, lojas, postos de gasolina, nas ruas e mesmo em algumas escolas; vivemos os tempos do “sorria, você está sendo filmado”.

Como não se surpreender com o caso *Isabella*²⁸, em que se tem imagens com hora precisa de cada um dos últimos passos em vida da garota e a hora exata em que a família chegou em casa devido ao serviço de monitoramento via GPS²⁹ instalado no carro da família, que registrou a exata hora do desligamento do motor do carro do pai? Uma condenação baseada em dados precisos de um serviço de monitoramento constante, que se alastra cada vez

²⁵ Mais informações em: <http://www2.forumseguranca.org.br/>

²⁶ Atriz norte-americana de Hollywood, conhecida por seus escândalos envolvendo o uso de drogas e álcool.

²⁷ Título Original: *The Truman Show*; (EUA)1998; Direção: Peter Weir; Roteiro: Andrew Niccol. Truman (Jim Carrey) é um vendedor de seguros que teve toda sua vida monitorada e transmitida, 24 horas por dia, em um programa de TV. Ele desconhece que é a principal estrela deste programa, mas uma série de acidentes vai revelando a Truman que o mundo no qual está inserido não passa de uma grande fantasia.

²⁸ O caso *Isabella* refere-se à morte da menina Isabella de Oliveira Nardoni, de cinco anos de idade, jogada do sexto andar do Edifício London, em São Paulo, na noite do dia 29 de março de 2008.

²⁹ *Global Positioning System*: Sistema de Posicionamento Global.

mais por todo o corpo social. Entretanto, como acrescenta Gallo (2008), “na medida em que o controle escapa das instituições e é feito fora delas, ele se torna mais tênue, mais fluido, mas mesmo por isso, mais poderoso, uma vez que se infiltra melhor e mais sorrateiramente por todas as frestas (GALLO, 2008, p. 88).

Quanto ao sistema de saúde, como assinalou Deleuze (1992), a *sociedade de controle* instaura os hospitais abertos, o atendimento em domicílio e uma nova medicina "sem médico nem doente" (DELEUZE, 1992, p. 225). Vivenciamos o início da *era da prevenção*: através de um controle genético das doenças, poderemos *prever* a quais doenças o sujeito é predisposto e, desse modo, poderemos tratá-lo *antecipadamente, preventivamente*, de modo a evitar o aparecimento de enfermidades. Seguindo essa mesma tendência, podemos vislumbrar que, em um futuro próximo, até mesmo os atletas poderão ter seu código genético mapeado ainda na infância e serem treinados segundo suas aptidões orgânicas (*inatas*).

Em uma visão mais apocalíptica, podemos cogitar que, em um futuro não tão longínquo, indivíduos cujos códigos genéticos sejam *defeituosos*, sejam impedidos de se reproduzir, a fim de se garantir, através da intervenção tecnológica, uma raça humana superior, livre de *falhas genéticas*. Quem sabe, não poderemos um dia escolher a cor da pele, olhos e cabelos de nossos filhos, ainda a nível embrionário?

No que toca ao mundo do trabalho, já podemos ver a instauração de novas formas de relação humana: a *fábrica* cedeu lugar à *empresa* (Deleuze, 1992); não estamos mais preocupados com a produção, mas com a venda do produto, com o mercado. Como assinalou Deleuze (Ibid.), experimentamos “novas maneiras de tratar o dinheiro, os produtos e os homens, que já não passam pela antiga forma-fábrica” (Ibid., Idem).

Ainda a respeito da *continuidade*, que se apresenta como uma das tônicas da sociedade de controle, Deleuze fala a respeito do estabelecimento de das novas relações com o tempo. A esse respeito, citamos como exemplo as novas relações temporais do trabalho inauguradas por empresas como a Google. Em um artigo da revista *Info*, diz-se:

O dia de trabalho acaba de começar, mas alguns funcionários do Google já estão fazendo uma pausa para cortar o cabelo.
A cada dia, três trailers Winnebago reformados chegam aos estacionamentos de famosas empresas de alta tecnologia do Vale do Silício, como Yahoo, eBay, Cisco Systems e Genentech.
O serviço, oferecido pela Onsite Haircuts, ilustra a cultura de trabalho característica da região, e é recebido de maneira positiva pelas empresas porque motiva os trabalhadores e cria um senso de comunidade entre eles. Em última análise, avaliam os especialistas, um ambiente de trabalho assim estimula a produtividade. (GOOGLE dá até corte de cabelo, Info, 2007).

Mas não apenas as relações temporais são modificadas: novas organizações espaciais, em relação à *sociedade disciplinar*, também são instauradas com o advento da *sociedade de controle*. O espaço da disciplina era assim descrito por Foucault (1987):

As disciplinas, organizando as "celas", os "lugares" e as "fileiras" criam espaços complexos... São espaços que realizam a fixação e permitem a circulação; recortam segmentos individuais e estabelecem ligações operatórias; marcam lugares e indicam valores; garantem a obediência dos indivíduos, mas também uma melhor economia do tempo e dos gestos. São espaços mistos: reais pois que regem a disposição de edifícios, de salas, de móveis, mas ideais, pois projetam-se sobre essa organização caracterizações, estimativas, hierarquias (FOUCAULT, 1987, p. 126).

O espaço da disciplina é o espaço serial, cuja expressão máxima está na *fila*. Esse espaço, entretanto, vem se transformando e ganhando novos contornos na *sociedade de controle*: é o *espaço da fábrica* cedendo espaço para o *espaço da empresa*. Muitos escritórios, agora, optam por uma disposição de mesas que se ordenam de modo a que um funcionário possa vigiar seu colega, ao mesmo tempo em que possa ser por ele vigiado. O *olho do poder*, que em um regime disciplinar personificava-se na figura do *patrão*, agora está fragmentado e pulverizado nos olhos daqueles que outrora eram (apenas) vigiados e condicionados a vigiarem a si mesmos.



Figura 100 - Típica organização do espaço do controle. FONTE: <http://www.solostocks.com.br>

Se observarmos a imagem acima, perceberemos que as mesas são dispostas em conjunto. Somem as filas. Novas formas de visibilidade surgem.

O espaço do controle é o espaço em X, em cruz. Um de frente para o outro, dois de cada lado. Todos vigiando uns aos outros. Todos se controlando mutuamente. Uma solução

eficiente encontrada para se efetuar a vigilância constante nos atuais *tempos do controle*. Percebeu-se que a coletividade, neste caso, é mais funcional que o espaço quadriculado e individualizado da disciplina. Como explica Deleuze (1992):

(...) A fábrica constituía os indivíduos em um só corpo, para a dupla vantagem do patronato que vigiava cada elemento na massa, e dos sindicatos que mobilizavam uma massa de resistência; mas a empresa introduz o tempo todo uma rivalidade inexpiável como a emulação, excelente motivação que contrapõe os indivíduos entre si e atravessa cada um, dividindo-o em si mesmo (Ibid., p. 221).

Mas de onde surgiu essa necessidade de uma nova organização espacial?

Parece-nos que a partir da introdução dos computadores no ambiente de trabalho (e nas escolas), principalmente pela crescente tendência em se trabalhar com máquinas ligadas à Internet.

A fila – que no espaço disciplinar gerava visibilidade ao sujeito – torna-se, no espaço do controle, uma via para a deserção de quem opera um computador, facilitando que se encubra o uso que se está fazendo da máquina.

A capacidade dos computadores de operarem várias funções ao mesmo tempo permite que, durante o turno de trabalho, por exemplo, um funcionário (ou um estudante) visite *sites* pornográficos; converse via *chat* com seus amigos; receba e envie *e-mails* pessoais através da rede privada da empresa (ou da escola); faça *downloads* de arquivos que não interessam ao trabalho (ou à aula); atualize *blogs* pessoais; enfim, que se desfoque de seu trabalho e produza menos que o esperado.

O advento do computador criou um novo elemento com o qual o poder tem que lidar: o virtual. Um espaço paralelo que possibilita (novas) vias para as “conversas perigosas”; novas formas de “deserção” e de “vadiagem” (FOUCAULT, 1987); *desaparecimentos* em que o corpo está presente, mas a atenção e a atuação do sujeito fogem ao controle e ao objetivo previamente estabelecidos, ou seja, uma espécie de *circulação* de corpos parados.

Ao sistema ainda interessa estabelecer as presenças e as ausências, instaurar comunicações úteis e interromper qualquer outra manifestação aquém ou além de seu interesse, vigiar a cada instante o comportamento de cada sujeito, apreciá-lo, sancioná-lo, medir suas qualidades e méritos (FOUCAULT, 1987). Mas os ambientes virtuais criaram um novo desafio para essas pretensões do poder. E, como já afirmava Foucault (1979), o poder, frente às resistências, frente aos desafios impostos pela realidade, metamorfoseia-se, procura novas estratégias, novas vias de atuação.

No caso das escolas, as salas dispostas em filas obrigam o monitor do computador a ficar *de costas* para o professor, ou seja, *o olho do poder* não poderá ver o que se passa em cada máquina; ele perde o controle do que cada aluno está fazendo.



Figura 11 - Laboratório disposto em filas. FONTE: <http://www.univicosa.com.br/>

Criaram-se, então, novas formas de organização do espaço, dentre as quais se destaca, primeiramente, o espaço disposto em “U”, no qual o professor pode manter-se frente à turma (ou seja, há a manutenção do *local do professor*), em uma posição na qual os alunos fiquem de costas para ele, mas todos os monitores voltados para seu monitoramento, para seus *olhos de poder*.



Figura 12 - Laboratório disposto em U. FONTE: <http://www.caxias.rs.gov.br>

É, entretanto, uma disposição pouco produtiva, visto que os alunos, estando de costas para o instrutor e para o quadro, poderão se dispersar da atividade proposta sob a desculpa do “eu não vi”.

Uma segunda forma é dispor em “=”, ou seja, dispor os computadores em duas filas laterais.



Figura 13 - Laboratório disposto em “=”. FONTE: <http://www.marista.edu.br>

As vantagens: indivíduos vigiando indivíduos; o olho do companheiro ao lado facilmente tem acesso ao conteúdo do computador do vizinho. A vigilância do poder pode assim se disseminar entre os sujeitos. Desvantagens: ainda há zonas de pouca visibilidade por parte do *olho do poder*, centralizado na figura do professor.

Entretanto, como alerta o próprio Deleuze (Ibid.), na *sociedade de controle*, a educação se dará cada vez menos em meios fechados de confinamento (como a escola). Como ele mesmo explica:

(...) Pode-se prever que a educação será cada vez menos um meio fechado, distinto do meio profissional – um outro meio fechado –, mas que os dois desaparecerão em favor de uma terrível formação permanente, de um controle contínuo se exercendo sobre o operário-aluno ou o executivo-universitário. Tentam nos fazer acreditar numa reforma da escola, quando se trata de uma liquidação. Num regime de controle nunca se termina nada [sic] (DELEUZE, 1992, p. 216).

Como acrescenta Gallo (2008), Deleuze:

(...) Mostra que, progressivamente, o eixo econômico desloca-se da produção para a circulação, para os serviços; nas palavras de Deleuze, a empresa (sistema aberto) substitui a fábrica (sistema fechado). Na mesma medida, a escola, instituição disciplinar e, portanto, sistema fechado, de confinamento, vai sendo paulatinamente substituída pelos empreendimentos de formação permanente, abertos, que transcendem a escola como instância formadora, da mesma forma que o controle contínuo vem para substituir o exame, esse ícone das instituições disciplinares (GALLO, 2008, p. 87-88).

E, é nesse contexto que podemos pensar isso que estamos chamando de *educação midiática*. Uma manifestação de *formação* que não se encerra dentro de um meio de confinamento, mas que se dá no cotidiano, no contato direto dos sujeitos com os produtos de mídia. Um tipo de *ensino* pautado em figuras distintas da tríade professor-aluno-escola, que classicamente se estabeleceu como sustentação de qualquer manifestação de *educação*.

Uma forma de *formação* pautada no autocontrole e na vigilância de si.

Como dissemos, o objetivo da disciplina é o aumento do domínio de cada um sobre si; mas o sujeito moderno que fora produzido para olhar para si, para controlar a si, ainda estava submetido ao *olho do poder*, submetido ao jogo de luzes do Panóptico, o que causava certo constrangimento ao sujeito encarcerado. Na *sociedade de controle*, esse olho vigilante é o do próprio sujeito, que se olha, se policia e controla a mínima operação (e alteração) de seu próprio corpo.

A educação midiática necessita dessa característica do sujeito contemporâneo para existir. A todo tempo, ela chama a mulher a se vigiar, a se controlar, a incansavelmente se observar. É um tipo de educação que não para, que não cessa em momento algum. Todos os meses, o imaginário feminino é bombardeado por inúmeras publicações, dizendo-lhe o que

desejar, como se comportar, como cuidar de si. A voz dos (*novos*) *educadores* se faz presente, mas seu poder de controle depende unicamente do controle pessoal de cada uma sobre si. Resumidamente, a condição de existência da *educação midiática* nos parece ser a emergência da *sociedade de controle* e dos novos processos de subjetivação que ela vem implantando no contexto contemporâneo.

Mas, para Deleuze (Ibid.), o mais importante não é questionar a respeito de qual sistema é mais duro ou mais tolerável, uma vez que em cada um, enfrentaremos libertações e sujeições:

Por exemplo, na crise do hospital como meio de confinamento, a setorização, os hospitais-dia, o atendimento a domicílio puderam marcar de início novas liberdades, mas também passaram a integrar mecanismos de controle que rivalizam com os mais duros confinamentos. Não cabe temer ou esperar, mas buscar novas armas (DELEUZE, 1992, p. 220).

CAPÍTULO 03
EDUCAÇÃO MIDIÁTICA: AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

Voltemo-nos, pois, à *educação midiática* e suas características. Nosso objetivo com este capítulo é analisar as principais estratégias discursivas utilizadas por *Corpo a Corpo* para concretizar o “dispositivo pedagógico da mídia” (Fischer, 2002), ou seja, os mecanismos de que o discurso se vale para efetuar a subjetivação do corpo da mulher contemporânea. Tais recursos são aqui entendidos como os *recursos didáticos* da educação midiática.

Vale ressaltar que, seguindo um movimento próprio à arqueogenealogia é na recorrência de um dado enunciado/discurso/investimento que regimes de verdade vão sendo estabelecidos; cabe ao pesquisador perceber, no desenvolvimento de suas análises, tais regularidades enunciativas presentes no discurso. Desse modo, todas as categorias aqui elencadas são frutos das recorrências por nós observadas a partir (e tão somente) de nosso trabalho sobre o material empírico.

1. A MALEABILIDADE DO DISCURSO

A tônica que rege o discurso de *Corpo a Corpo* é, por certo, a questão da *beleza*; entretanto, essa temática aparece geralmente acoplada a outros assuntos que também envolvem os cuidados com o corpo, tais como: *saúde, longevidade, juventude, felicidade, autoestima e qualidade de vida*.

Vejamos o que diz a matéria intitulada *treino + dieta para cada idade*, presente na *Corpo a Corpo* de setembro de 2008. O encarte da matéria apresenta:

Retardar o envelhecimento e dar um fim aos quilinhos extras é o sonho de qualquer mulher... Mas é importante saber que, a cada faixa etária, as armas de combate mudam. Por isso, o endocrinologista Tércio Rocha e a fisioterapeuta e personal trainer Stella Krieger somaram forças e elaboraram cardápios e programas específicos para cada fase do corpo feminino. Não tem como errar! (CÉSAR & GREGÓRIO, 2008, p. 124).

Na sequência, o segundo encarte desta mesma matéria diz:

Se o objetivo é esbanjar saúde – e apresentar um corpo enxuto por mais tempo –, é preciso estar sempre atenta ao que você coloca no prato. Sim, pois as necessidades nutricionais mudam a cada faixa etária, tudo por causa de duas pedras que surgem no meio do caminho: as variações hormonais e a desaceleração do metabolismo (Ibid., p. 126).

Observamos que, *a priori*, o objetivo da matéria é investir no embelezamento do corpo (“Retardar o envelhecimento e dar um fim aos quilinhos extras”; “apresentar um corpo enxuto

por mais tempo”); mas, imediatamente, os mesmos cuidados que foram apontados pela revista como formas de se alcançar a *beleza* são também apontados como vias para obtenção/manutenção da saúde (“o objetivo é esbanjar saúde”).

Eis, então, o que estamos chamando de *maleabilidade do discurso midiático*: essa capacidade que o discurso apresenta de agregar múltiplas justificativas a fim de apreender a maior quantidade possível de mulheres em sua rede de investimento. Grosso modo, ela funciona da seguinte forma: para aquelas que não se importam com a *ditadura da magreza*, fala-se em nome da *saúde*. Para quem não se importa com os imperativos da saúde, fala-se em nome da *eterna juventude*, da *felicidade*, ou da *elevação da autoestima* etc., de forma que as justificativas se multiplicam em torno, afinal, de um único objetivo: conduzir cada uma a cuidar do seu corpo – independentemente da motivação inicial.

A questão é, portanto, que todas as mulheres devam se submeter a tais orientações, independentemente de seus objetivos – seja ser *bela*, *saudável*, *jovem* ou o que seja; o importante é que não deixem de cuidar de seus corpos. O discurso muda, os investimentos focam outras dimensões da existência humana, mas o objetivo principal se mantém: os cuidados com o corpo.

A nosso ver, trata-se de uma demonstração da mecânica do poder, que lhe permite metamorfosear-se e investir em novos domínios frente às possíveis resistências a ele surgidas. Como diria Foucault (1979), “a impressão de que o poder vacila é falsa, porque ele pode recuar, se deslocar, investir em outros lugares... e a batalha continua” (FOUCAULT, 1979, p. 146).

Retomando o conteúdo da matéria citada, há um outro aspecto importante por ela levantado que nos parece interessante, neste momento, frisar: a busca quase obsessiva que vivemos hoje por livrar o corpo do envelhecimento e da (sombra maligna) da morte.

Como afirma Couto (2007, p. 44), na contemporaneidade, apostamos “cada vez mais em qualquer promessa que prolongue a juventude e adie, indefinidamente, a morte, esse mal que deve obrigatoriamente ser postergado”. Daí surge o bombardeio midiático sobre a necessidade de se manter um *estilo de vida saudável*, baseado em uma dieta *balanceada* e exercícios físicos, acrescida da indicação do uso de cosméticos que retardem o envelhecimento, ou que pelo menos não provoquem envelhecimento precoce da pele; a indicação às múltiplas técnicas de medicina estética e cirurgia plástica etc.

Mas, como bem ressalta o autor, todos esses investimentos resultam em um chamado para que cada indivíduo se torne um *vigilante de si* em tempo integral; para que detecte as ameaças e sinais de seu corpo e, assim, ajude no diagnóstico precoce de possíveis doenças;

para que siga corretamente os tratamentos indicados; possa modificar sua aparência; pratique (corretamente) as atividades físicas recomendadas; siga uma alimentação mais *adequada*; seja capaz de identificar seus níveis de estresse e possa controlá-los etc., prática essa extremamente estimulada pela mídia; um pré-requisito básico para a efetivação e o funcionamento do “dispositivo pedagógico da mídia”.

2. OS NOVOS EDUCADORES

A maleabilidade discursiva ocorre mediante a articulação de múltiplos saberes que se agregam e se complementam em função do investimento; são saberes advindos principalmente da ciência e da experiência prática dos *especialistas da beleza*, transmitidos às leitoras através de seus porta-vozes (*personal trainers*, médicos, nutricionistas, consultores de moda, beleza e estética etc.), que, a nosso ver, atuam como verdadeiros *educadores* no âmbito da educação midiática.

Na matéria outrora citada (*treino + dieta para cada idade*), o primeiro encarte anuncia que um endocrinologista e uma fisioterapeuta (duas autoridades da ciência) “somaram forças e elaboraram cardápios e programas específicos [de alimentação e ginástica] para cada fase do corpo feminino”. Em outras palavras, por serem representantes do saber científico, estes especialistas adquiriram a autoridade necessária para elaborarem programas (de vida) com orientações gerais para que, a partir delas, as leitoras modifiquem seus hábitos e adquiram novos, *corretos* e *saudáveis* do ponto de vista *científico*, e que, justamente por essa especificidade, *garantidamente* propiciarão *qualidade de vida, beleza, saúde e felicidade* a quem as seguir.

Outro exemplo interessante a esse respeito é a matéria intitulada *Mamãe Maravilha*, da edição 245 de *Corpo a Corpo*, de maio de 2009. Nela, a atriz Bianca Rinaldi³⁰ revela os cuidados que tem com seu corpo em virtude da gravidez de gêmeos. No decorrer da matéria, há toda uma articulação entre as *dicas* dadas pela atriz e as indicações dos médicos, nutricionistas e *personal trainers* que a acompanham durante o período da gestação. Conjuntamente, percebemos nesta matéria outra manifestação de metamorfose do discurso: o cuidado que gera beleza também garante a saúde e o bem-estar não só da mãe, mas também dos bebês.

³⁰ Atualmente, um dos principais nomes da teledramaturgia da Rede Record de Televisão.



Figura 14 – Duas primeiras páginas da matéria *Mamãe Maravilha* presente na edição 245 de *Corpo a Corpo*, de maio de 2009

Mas, como já assinalamos, nossas análises apontam que não apenas os representantes da ciência possuem, dentro do cenário midiático, autoridade para ditar *verdades* ao corpo. Existe, também, toda uma gama de saberes transmitidos pelos consultores de beleza: são maquiadores, cabeleireiros, esteticistas, manicures etc., ditando seus conhecimentos e prescrevendo fórmulas, atitudes e os mais variados cuidados a serem tomados pelas mulheres a fim de manterem/tornarem seus corpos (cada vez mais) *juvenes* e *belos*.

A seção *Consulta Express* de *Corpo a Corpo*, por exemplo, é uma seção de perguntas de leitoras e respostas de especialistas. Vejamos alguns fragmentos desta seção, presente na *Corpo a Corpo* de agosto de 2009:

Mesmo quando uso demaquilante, fico com as pálpebras escurecidas pelo rímel. Por que isso acontece? Marina, de Cuiabá (MT)

“Se você usa máscaras à prova d’água, escolha um demaquilante mais oleoso (do tipo bifásico). Ou massageie os cílios com óleo de bebê, mineral ou de amêndoas. Depois limpe a região com um algodão umedecido em água, ou lave com sabonete facial líquido”, ensina Penélope Beolchi, maquiadora (SP) (CORPO A CORPOM, ed. 248, ago/2009).

Ouvi falar sobre peeling de urucum. Para que serve? Dirce Moreira, Álvares Machado (SP)

“Essa planta tem excelentes ativos clareadores, além de efeito antioxidante, que combate os sinais do envelhecimento. O peeling é indicado para manchas faciais e trata, principalmente, o melasma pós-gravidez”, explica Teresinha Abreu, esteticista do salão Crystal Hair (RJ) (...) (Ibid., Idem).

O meu cabelo é muito oleoso, e algumas horas após a lavagem, já fica parecendo sujo... Silvana Santos, Cuiabá (MT)

Mulher nenhuma gosta de ver a cabeleira pesada e sem brilho. Geralmente o excesso de óleo nos fios está ligado a alterações hormonais, que estimulam a produção de sebo. Existem ainda outros facilitadores. “O estresse, o uso de água muito quente e de produtos inadequados ao tipo de fio acentuam o problema. Escolha um xampu sem sal, próprio para cabelo oleoso, use o condicionador só nas pontas e água fria na lavagem”, explica Zenaldo Rocha, do Pedro Paulo Cabeleireiros (RJ). E evite passar as mãos no cabelo, ou escová-los demais (Ibid., Idem).

Em uma primeira análise, poder-se-ia admitir que esses profissionais objetivam meramente *informar* as leitoras a respeito de técnicas e produtos disponíveis no mercado para a melhoria da aparência física de seus corpos. Entretanto, sob outro ângulo, percebemos que, para além dessa *dimensão informativa*, a fala desses especialistas aponta para uma *dimensão formativa*; ou seja, eles não apenas *informam*, mas efetivamente *ensinam* as leitoras a como tratar seus corpos: o que desejar deles; como olhar pra eles; como atuar sobre eles.

Em outras palavras, esses profissionais agem efetivamente como *agentes de subjetivação* que dizem às mulheres contemporâneas o que é necessário para elas se tornarem *modernas*³¹, definindo, com suas falas, o que é, afinal, o corpo *belo, saudável* etc.

Vejamos mais um exemplo, agora presente na edição 240 de *Corpo a Corpo*, de dezembro de 2009; trata-se de uma pequena tira da seção *Vida Leve*, que diz:

VÁ DE ÁGUA. Se você quer domar o seu apetite voraz, procure consumir alimentos ricos em água e fibras. Segundo Tamara Mazaracki, nutróloga da Clínica Slin (SP), além de saciarem, eles fazem com que o corpo gaste mais calorias para digeri-los. Confira em quais apostar: pêra, maçã, melão, melancia, abacate, agrião, cenoura, beterraba, iogurte, abacaxi, banana, manga, água de coco, pepino, aipo (CORPO A CORPOd, 2008, p. 150)

³¹ Pelo termo, desejamos designar mulheres que atendem ao perfil *desejável* de mulher na contemporaneidade, tendo em vista os atuais padrões corporais estéticos: mulheres magras, saudáveis e *felizes*, que atuam sobre seus corpos através de intervenções tecnológicas como as maquiagens, os perfumes, os cosméticos em geral etc., e também através de técnicas de intervenção como as cirurgias plásticas e os procedimentos de medicina estética. Mulheres trajadas com as últimas tendências de moda, cuja alimentação é balanceada e o corpo, esculpido pela prática dos exercícios físicos.

Com a tira acima, podemos exemplificar a atuação como *agente de subjetivação* destes que estamos chamando de *novos educadores*: primeiro, a nutróloga aponta os alimentos ricos em água e fibras como alimentos aconselháveis a quem deseja perder peso. Em seguida, diz quais são estes alimentos. Já podemos ver aí a atuação desta representante do discurso científico, no sentido de condicionar o comportamento da leitora para que consuma dados alimentos por ela ditos *bons*.

Entretanto, a amplitude de sua fala não se encerra aí, porque, ademais do condicionamento do comportamento da leitora, a fala da especialista aponta para o enunciado do “corpo magro, corpo desejável”. Ou seja, sua fala atua na subjetividade feminina, por um lado, condicionando seus comportamentos e, por outro, ditando-lhe padrões de beleza e estética.

O mesmo ocorre com a fala dos *consultores de beleza*. Por exemplo, no terceiro exemplo citado da seção *Consulta Express* de *Corpo a Corpo*, a especialista diz o que fazer para o cabelo perder a aparência de sujo, ao mesmo tempo em que está estabelecendo que um cabelo oleoso não condiz com a aparência da *mulher bela*.

No espaço midiático, portanto, vemos surgir novos personagens (*novos educadores*) e novas roupagens aos processos de subjetivação (*novas formas de ensino*), isto é, profissionais que não foram propriamente instruídos para atuarem como *instrutores*, mas que, frente às possibilidades inauguradas pela mídia, podem assim atuar.

3. AS DICAS

Vejamos a *dica* da dermatologista Heloísa Hofmeister a respeito dos cuidados a serem tomados por quem fez uma seção de depilação facial com cera:

Se você faz depilação facial com cera (fria ou quente) precisa aplicar um protetor solar no local, antes de sair da clínica ou do salão e se expor ao sol. Isso porque a pele sofreu uma agressão que retirou a sua camada córnea, cuja função é de proteção. No entanto, cuidado, também, ao escolher o filtro, pois a pele estará mais sensível a aditivos químicos. Neste momento, a melhor opção é um protetor tonalizante, em forma de base. **Heloísa Hofmeister, dermatologista (SP)** (CORPO A CORPOg, 2009, p. 26).

Uma das principais estratégias *pedagógicas* utilizadas pelos *novos educadores* é, por certo, o artifício das *dicas*; elas constam de rápidas explicações (a respeito de alguns dos temas abordados pela revista) acopladas, imediatamente, a pequenos truques facilmente utilizáveis pelas mulheres em seu cotidiano. Em poucas palavras, trata-se de informações

úteis, expostas de modo condensado e que possuem um enorme potencial para condicionar o comportamento feminino e efetivamente formar sua subjetividade justamente pela ideia de praticidade que transmitem.

Vejamos mais um exemplo de dica, agora presente na seção *Corpo Em Equilíbrio* da edição 243 de *Corpo a Corpo*, de março de 2009:

Fritura pode causar câncer. Certos alimentos quando fritos produzem uma substância química chamada acrilamida que, em grande quantidade, aumenta o risco de desenvolver câncer no útero ou no ovário. A batata é um exemplo. “As comidas que ganham uma cor mais para marrom, ou que queimam durante o processo de preparação, têm mais probabilidade de conter essa substância e a incidência da doença quase dobra”, explica Maximo Asinelli, médico e nutrólogo (PR). A dica, então, é manter uma dieta equilibrada, com pouca fritura e gordura. Afinal, a saúde vale mais! (CORPO A CORPOg, 2009, p. 140).

Quanto à sua estrutura linguística, as dicas geralmente estão pautadas na fala dos especialistas e, amiúde, possuem um *caráter imperativo*, o qual é amenizado por um certo ar de *aconselhamento* que as envolve. Isso se dá porque *Corpo a Corpo* costuma se colocar no papel de uma *amiga íntima* das leitoras e, como toda *amiga*, sua função é *aconselhar*, ser *prestativa*, *querer o bem* e *indicar o melhor* para suas leitoras – ao invés de despejar-lhes um punhado de ordens de modo seco e pedante.

Podemos perceber indícios dessa forma da leitora se relacionar com a revista a partir de seus depoimentos em cartas enviadas e veiculadas na seção *Contato Direto*. Vejamos alguns exemplos:

“Agora conquistei uma companheira e conselheira de estética e saúde. Desde que comecei a ler *Corpo a Corpo* não tenho mais dúvidas sobre nenhuma questão relacionada à minha saúde ou sobre segredinhos para obter um corpo bonito e saudável. Porque, sempre que surge uma dúvida, alguma leitora se antecipa e questiona o que eu queria saber! Isso é ótimo... Sem falar nas dicas de beleza, maquiagem e moda. É o máximo!!! Não vivo sem você! (Claudine Fonseca, São Paulo, SP) (CORPO A CORPOa, 2008, p. 16).

Mais que uma grande companheira para os meus cuidados pessoais, tenho a *Corpo a Corpo* como grande aliada do trabalho. Sou esteticista e maquiadora e é a revista que me traz, mensalmente, o que é tendência em make e tratamentos estéticos. Ela se tornou essencial na minha vida e no meu trabalho! A *Corpo a Corpo* é muito mais do que minha revista preferida, é minha amiga! Obrigada, equipe da revista, por me ajudar tanto! (Natanielle Queiroz de Lima, Florianópolis, SC) (CORPO A CORPOM, 2009, p. 10).

As dicas são, portanto, pequenas ordens impostas ao corpo, que o investem e dizem como ser e agir. Mas, como já dissemos, são ordens mascaradas sob a *suavidade* dos *conselhos*, sob uma certa *camaradagem* da revista com suas leitoras – aspecto este extremamente importante dentro do jogo de confiabilidade estabelecido pela revista junto ao público.

Entretanto, muitas vezes os arranjos desses imperativos são ainda mais sutis e não aparecem nem mesmo sob a forma de linguagem. Estamos falando das *imagens* que, neste contexto, também podem funcionar como imperativos.

Entendemos, portanto, as imagens como uma espécie de *espelho* às avessas: se a imagem refletida por um espelho, na realidade, é um enquadramento do mundo que ele reflete, no caso das revistas, as imagens veiculadas funcionam de modo inverso, ou seja, em vez da imagem se reportar à realidade e refleti-la, ela aqui serve de modelo para que a realidade se reporte à imagem e se enquadre aos parâmetros por ela estabelecidos.

Como exemplo, podemos mencionar as matérias (tão comuns às edições de *Corpo a Corpo*) que ensinam às leitoras penteados e cortes de cabelo que estão na moda:



Figura 15 – Primeira página da matéria *O que vai na cabeça*, presente na edição 237 de *Corpo a Corpo*, de setembro de 2008

No caso da matéria *O que vai na cabeça*, da edição 237 de *Corpo a Corpo*, de setembro de 2008, a imagem representa um imperativo, pois, através dela, a revista estabelece algumas verdades ao ideário feminino; por exemplo, a tiara como algo bonito a ser utilizado

pelas mulheres; como usá-la; quais modelos preferir; com que roupa as tiaras combinam etc. A imagem transmite, portanto, pequenos imperativos ao corpo, ofertando-lhe um modelo a ser seguido, copiado.

Outra formulação não-verbal³² dos imperativos pode ser encontrada nos *cardápios* elaborados pela revista. Não constam de ordens verbais, pois que nem mesmo são apresentados em frases, orações ou proposições, mas expressam ordens ao corpo, independentemente de sua forma de apresentação.

Veamos um exemplo de *cardápio* presente na matéria *A Flor Que Emagrece*, da edição 244 de *Corpo a Corpo*, de abril de 2009:

Inclua a bebida no seu cardápio
A nutricionista Angela Perrone elaborou uma dieta de 1.500 calorias/dia, na qual o chá de hibiscus tem presença garantida diariamente, para a eliminação de até 2 kg por semana. Siga-a por até 15 dias e exercite-se para potencializar os resultados.

segunda-feira

- 1 xícara (chá) de chá de flor de hibiscus em jejum

café da manhã

- 1 fatia de pão integral
- 1 col. (sopa) de queijo cottage
- ½ mamão papaia

lanche da manhã

- 1 iogurte desnatado batido com 4 morangos

almoço

- 1 xícara (chá) de chá de flor de hibiscus
- 2 col. (sopa) de arroz integral

lanche da Tarde

- 1 filé de frango grelhado com molho de limão
- 1 prato (sobremesa) de salada de agrião com cenoura ralada

jantar

- 1 xícara (chá) de chá de flor de hibiscus
- 2 col. (de servir) de penne integral
- ½ lata de atum light

terça-feira

- 1 xícara (chá) de chá de flor de hibiscus em jejum

café da manhã

- 1 copo (200 ml) de laranja
- 3 cookies integrais light

lanche da manhã

- 1 xícara (chá) de chá de flor de hibiscus

almoço

- 2 torradas integrais
- 1 fatia de queijo branco pequena
- 1 xícara (chá) de chá de flor de hibiscus

lanche da tarde

- 1 xícara (chá) de chá de flor de hibiscus
- 1 col. (de servir) de macarrão parafuso ao sugo
- 3 col. (sopa) de carne moída
- 1 prato (sobremesa) de salada de rúcula e pepino (médio) em rodela

lanche da tarde

- 3 nozes
- 1 iogurte light

jantar

- 1 xícara (chá) de chá de flor de hibiscus
- 2 fatias de pão integral
- 1 col. (chá) de queijo cottage
- 3 fatias de peito de peru



WWW.CORPOACORPO.COM.BR

Figura 16 – Matéria *A Flor Que Emagrece* presente na edição 244 de *Corpo a Corpo*, de abril de 2009

Este é apenas um fragmento de um cardápio completo para os sete dias da semana, elaborado pela nutricionista Angela Perrone, de São Paulo. Nesta matéria, a revista aborda os *benefícios* do chá de hibiscus ao emagrecimento. Perceba-se que há indicações precisas de como a mulher deve proceder em relação à sua alimentação (ao longo de toda a semana), as quais sugerem um controle e um cuidado minucioso e constante da mulher em relação ao seu corpo e que, ainda que não sejam expressas sob a forma de imperativos verbais, transmitem claras ordens.

³² O termo “não-verbal” aqui faz referência meramente ao fato de tais ordens não vir sob a forma imperativa gramatical, ou seja, as ordens são aqui expressas não sob a forma clássica de imperativos verbais (“coma”, “beba”, “faça”, “seja”, “cuide-se”), mas sob indicativos que são imperativos em seu sentido, mas não em sua forma gramatical. Eles sugerem, mas efetivamente não são expressos sob a forma verbal de uma ordem.

Com o uso dos *imperativos*, a revista visa, em última análise, desenvolver junto às leitoras um comportamento essencial ao funcionamento da *educação midiática: o controle de si*. Ou seja, a capacidade de cada uma de olhar cada vez mais para si, tornando-se a (maior) vigilante das mínimas operações e mudanças de seu corpo.

Um exemplo interessante para pensarmos essa dimensão do *controle de si*, instaurada pela mídia, é o artigo intitulado *1, 2, 3 adeus barriga*, da edição 238 de *Corpo a Corpo*, de outubro de 2008. Nele, a revista expõe os *sete mandamentos* de uma *super-desintoxicação*, com os quais deseja *ensinar* as leitoras a como proceder e condicionar seu comportamento ao longo da *jornada* rumo à *perda de barriga*. Perceba-se que todos os (*sete*) *mandamentos* apontam para um constante controle das operações corporais, agenciando até mesmo o sono e o estado emocional da leitora aos estatutos do corpo *belo*:

7 MANDAMENTOS DA JORNADA – Dicas para ajudá-la a simplificar e garantir o sucesso da sua iluminação!

1 *estarás preparada*. Certifique-se de que tem todas as frutas, os legumes e as verduras necessários antes de começar.

2 *deixará a geladeira vazia*. Realmente, esta não é uma tarefa fácil quando você mora com outras pessoas. Mas a intenção aqui é acabar com toda a comida para só depois fazer as compras para o programa e iniciá-lo. Assim, você não ficará adiando a desintoxicação com a desculpa de que a comida na geladeira irá estragar.

3 *irá preparar-te mentalmente*. Tão importante quanto fazer as compras com antecedência, é programar a sua cabeça para o plano. Procure ler sobre os benefícios que uma desintoxicação pode trazer a sua mente e ao seu físico.

4 *terás uma boa jarra*. Para manter vitaminas, minerais e enzimas dos alimentos é essencial bloquear a entrada de oxigênio e luz o máximo possível.

5 *esvaziará sua agenda noturna*. Como o próprio nome da jornada diz, ela é da iluminação. Então, é aconselhável, ao menos durante três desses três dias, cancelar seus compromissos noturnos para dar à sua mente e ao seu corpo o descanso merecido.

6 *desligará a tevê*. Três dias sem televisão? Para alguns, é simples. Mas para outros é a morte. Vários estudos mostram que queimamos menos calorias quando ficamos na frente da telinha e, para piorar, é comprovado também que as pessoas tendem a pensar mais em comida quando estão hipnotizadas por ela.

7 *dormirá, dormirá e dormirá*. Atualmente parece quase um crime admitir cansaço. Aqui você pode e deve se dar a esse luxo. Não estranhe se você se sentir mais fatigada nos dois primeiros dias, pois é normal. Afinal, seu corpo estará livre de falsos estimulantes, como cafeína e açúcar refinado. Então, permita-se dormir! (CÉSAR, 2008, p.148).

Poder-se-ia questionar o porquê do *controle de si* ser algo tão importante ao funcionamento da educação midiática.

Para pensarmos essa questão, teremos que retomar algo do que foi exposto no segundo capítulo, quando falamos a respeito das características da *sociedade disciplinar*, em contraponto à *sociedade de controle*.

No formato educacional estabelecido pelas disciplinas, temos o *olho do poder* implantado nos olhos dos professores, coordenadores, diretores, supervisores etc., que vigiam constantemente as mínimas operações dos corpos dos estudantes. Ou seja, nesse registro de sociedade, existe *um outro* a vigiar os demais.

A educação midiática, entretanto, não conta com tal recurso, ou seja, não há *um outro* da educação midiática. Ela, enquanto produto da *sociedade de controle*, o qual, entre outras características, apresenta a tendência de fragmentar esse *olho do poder* nos olhos de todos aqueles que estejam submetidos ao regime de poder, assim também se caracteriza.

Ela não conta, portanto, com o recurso de um *olho do poder* uno e incrustado em uma figura como a do *professor*. O controle (que, assim como no regime disciplinar, também é aqui objetivado) só pode ser efetivado se estiver dissolvido em cada sujeito. Trata-se, portanto, do “Cuide-se. GARNIER”³³; ou seja, a educação midiática exige que a condição corporal de cada uma seja estabelecida na sua relação solitária consigo.

Para pensarmos melhor estas questões, vejamos a matéria intitulada "*Turbinada? Sim, naturalmente...*", presente na edição 257 de *Boa Forma*, de setembro de 2008, a qual aborda nos seguintes termos a questão do aumento de seios através do implante de silicone:

Ao ver sua imagem refletida no espelho, você gosta do conjunto. Mas é claro que, como toda mulher, está sempre em busca de um retoque aqui, outro ali. É por isso que passar por uma cirurgia para aumentar o tamanho dos seios está entre os seus projetos. Junte-se ao time: o implante mamário é a segunda cirurgia estética mais realizada no Brasil e só fica atrás da lipoaspiração. “O procedimento ganhou popularidade porque a técnica evoluiu muito, o que garante menos risco e um resultado extremamente natural”, diz Alan Landecker, cirurgião plástico de São Paulo e autor do livro *Cirurgia Plástica – Manual do Paciente* (BBD Editora). Se você está realmente decidida, saiba que vai precisar bancar a repórter investigativa: converse com as amigas que já turbinaram o visual e, claro, escolha um bom cirurgião plástico.

Vale marcar consulta com dois ou três profissionais. “Cada cirurgião tem a sua preferência por determinada técnica”, conta Gisela Pontes, cirurgiã plástica, do Rio de Janeiro. Isso não quer dizer que um está certo e o outro errado. “Mas é muito importante que haja sintonia e cumplicidade entre os dois lados para diminuir qualquer frustração com o resultado”, fala José Carlos de Carvalho, cirurgião plástico de São Paulo. Com a ajuda dos três especialistas citados acima, você fica por dentro do assunto, tira suas

³³ Slogan da empresa GARNIER.

principais dúvidas e fica ainda mais segura do que quer (LUBLINSKI, 2008, p.108).

É importante frisar que, na matéria citada de *Boa Forma*, podemos verificar praticamente todas as estratégias discursivas aqui elencadas funcionando, ao mesmo tempo em que instauram as ideias do *controle de si* feminino. Em resumo, o discurso midiático e todas as suas estratégias discursivas se articulam para estabelecer as normas ao corpo, ao mesmo tempo em que prescrevem as soluções, os caminhos, as vias para a obtenção de tais normas. Para isso ocorrer, entretanto, a mídia necessita de canais de controle e, por conta de sua natureza dispersa, não pode ser efetivada por *um outro do poder* que não o próprio sujeito. Desse modo, o discurso se estrutura em torno de um objetivo: o estabelecimento do controle de cada indivíduo sobre si mesmo – que aqui estamos chamando de *controle de si*.

Como já aponta a primeira frase do encarte apresentado, o espelho se tornou, para a mulher contemporânea, seu principal *interlocutor*; é ele quem serve de instrumento básico dentro dessa lógica da autovigilância.



Figura 17 - Duas primeiras páginas da matéria *Turbuinada? Sim, naturalmente...* da edição 257 de *Boa Forma*, de setembro e 2008

A imagem que ocupa toda a segunda página diz, por si, algo às mulheres a respeito das *vantagens* de se submeter a um implante de próteses de silicone nos seios: a expressão de contentamento e admiração da modelo sugere que o implante das próteses pode ser uma via para a obtenção da (tão sonhada) felicidade feminina. Note-se também que a matéria estabelece muitas verdades ao imaginário feminino (“como toda mulher, está sempre em busca de um retoque aqui, outro ali”; “passar por uma cirurgia para aumentar o tamanho dos seios está entre os seus projetos”; “Junte-se ao time”) e que ela utiliza também do recurso das *dicas* como via de formação (“converse com as amigas que já turbinaram o visual”; “escolha um bom cirurgião plástico”; “Vale marcar consulta com dois ou três profissionais”). Por fim, ressaltamos a presença dos especialistas concedendo credibilidade aos conteúdos (“O procedimento ganhou popularidade porque a técnica evoluiu muito, o que garante menos risco e um resultado extremamente natural”, diz Alan Landecker, cirurgião plástico de São Paulo e autor do livro *Cirurgia Plástica – Manual do Paciente* BBD Editora); “Cada cirurgião tem a sua preferência por determinada técnica”, conta Gisela Pontes, cirurgiã plástica, do Rio de Janeiro; “Mas é muito importante que haja sintonia e cumplicidade entre os dois lados para diminuir qualquer frustração com o resultado”, fala José Carlos de Carvalho, cirurgião plástico de São Paulo).

Ainda quanto à estrutura, é importante perceber que comumente a revista cita o local onde o especialista trabalha, sua formação, livros por ele lançados, onde reside etc. É uma das formas encontradas pela revista para dar mais credibilidade ao que está sendo dito:

Não escove os dentes logo depois de consumir sucos de frutas cítricas, pois o ato fará com que o ácido corroa ainda mais o esmalte dos dentes. A dica é fazer um bochecho com água e esperar uma hora para escová-los. **Sandra Gontijo, periodontista e diretora médica do Instituto de Saúde Oral (RJ)** (CORPO A CORPOh, 2009. P. 158).

Resumidamente, as dicas, ao sinalizarem caminhos para a satisfação desta ou daquela indicação apontada pela própria revista, instruem, subjetivam, ensinam comportamentos e padrões estéticos:

Olha a postura, garota! Dados da Organização Mundial de Saúde (OMS) apontam que 80% da população em torno do mundo terá, pelo menos, duas crises de dor na coluna durante a vida. Para ser uma exceção nessa estatística, Cristina Silveira, professora da Clínica de Fisioterapia da Universidade Cidade de São Paulo (Unicid), ensina alguns truques:

- 1) Sente-se sempre com os pés apoiados num suporte próprio, de modo a deixá-los inclinados. E deixe as costas apoiadas.
- 2) Procure segurar o telefone com a mão, em vez de curvar a cabeça e segurá-lo com o ombro.
- 3) Caso durma de barriga para cima, o travesseiro deve ser mais baixo. Se dormir de lado, escolha um da altura do ombro, que deixe o pescoço alinhado, paralelo ao colchão.
- 4) Para lavar ou passar roupa, coloque um banquinho ou uma lista telefônica para apoiar os pés.
- 5) Não levante da cama abruptamente: deite-se de lado, dobre as pernas e impulse o corpo com a mão (CORPO A CORPOd, 2008, p. 156).

Vale ressaltar, entretanto, que nem sempre as dicas aparecem como algo pontual dentro de seções da revista. Existem matérias inteiras elaboradas exclusivamente com dicas; é o caso da matéria intitulada *S.O.S. Beleza* da edição 238 de *Corpo a Corpo*, de outubro de 2008, que indica alguns “truques” para *problemas* comuns do dia a dia, e que podem salvar “qualquer produção”.



Figura 18 - Duas primeiras folhas da matéria *S.O.S. Beleza* presente na edição 288 de *Corpo a Corpo*, de outubro de 2008

Ao todo, a matéria aborda *soluções* para *problemas* como “franja crescendo”, “cabelo rebelde”, “calcanhar ressecado”, “falta de brilho”, “excesso de transpiração”, “olhos inchados”, “olheiras”, “espinha evidente”, “fios sujos”, “sobrancelhas com falha”, “escova enroscada nas mechas”, “unha lascada”, “cabelo armado”, “herpes labial”, “barriga inchada

(pré-menstruação)”, “pontas duplas”, “cutícula ressecada”, “raiz aparente”, “chiclete no cabelo” e “rosto cansado” (EGLE, 2008, p. 48-53). Ou seja, *problemas cotidianos* que *atrapalham* o visual de qualquer mulher.

Perceba-se que o conjunto dessas dicas sugere, por fim, o perfil de mulher que se deseja formar. Uma aparência vai, dica a dica, sendo desenhada até se chegar ao modelo *ideal* que a mídia visa produzir: entre outras características, uma *mulher bela* deve ter um cabelo bem cortado, controlado, limpo e colorido em uma mesma tonalidade, e seu rosto não deve apresentar manchas, espinhas ou olheiras, nem tampouco aparentar cansaço. Vejamos alguns exemplos de como a revista desenvolve essas dicas:

Cabelo rebelde. Se você tem fios ondulados ou cacheados, o melhor truque para acabar com o frizz, ainda que momentaneamente, é esculpir os cachos. O cabeleireiro do Walter’s Coiffeur (RJ), Claudinho Moreira, orienta aplicar um pouco de silicone com a ponta dos dedos e enrolar as mechas mais desobedientes com bobes. Depois, basta aguardar alguns minutos e soltar. O efeito é uma ondulação bem comportada. Agora, se o cabelo é liso, em vez de silicone, espalhe algumas gotas de sérum nas mãos e passe os dedos entre as mechas displicentes. Finalize com a chapinha (Ibid., p. 49).

Espinha evidente. O mais clássico dos problemas que comprometem a produção tem solução fácil. A maquiadora Jacques Janine (SP), Rita Nogueira, recomenda ter sempre no nécessaire uma loção secativa, num tom próximo ao da pele. Espalhe bem em toda a área afetada e depois aplique o pó compacto ou blush para finalizar o make (Ibid., p. 50).

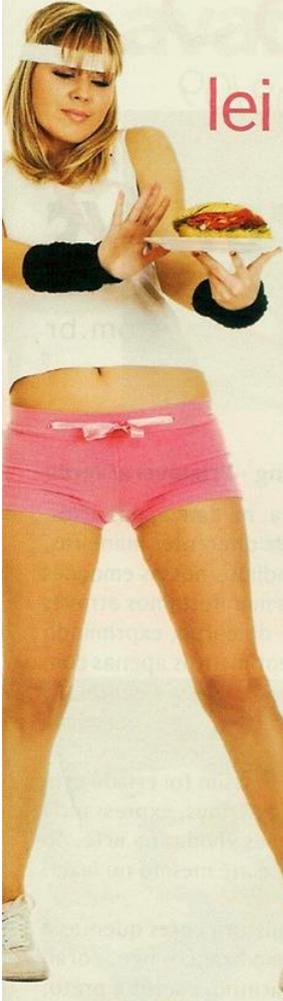
A nosso ver, *Corpo a Corpo* poderia ser definida como um grande manual de dicas. Algumas mais pontuais, outras nem tanto; mas de modo geral, sua estrutura está organizada em torno dessa dinâmica: explicações curtas a respeito de algum tema e indicações do que pode e dever ser feito – as quais variam entre indicações de produtos e marcas, modos de uso deste ou daquele produto, mudanças de hábitos e comportamentos etc.

4. AS IMAGENS

Mas a educação midiática não recorre apenas às dicas para desenvolver sua dimensão pedagógica; um de seus principais artifícios é, por certo, a profusão de *imagens*. Imagens que, por vezes, *dizem* muito mais que os textos escritos; que prescrevem determinadas normas ao corpo, servindo-lhes de espelho, a estabelecendo ideais de corpo *desejável*, *belo*, *saudável*, *perfeito*. Presentes nas capas, seções, matérias, anúncios publicitários, pequenos encartes etc.,

as imagens prendem o olhar da leitora e atuam como guias a anunciar o que cada mulher deve desejar de/para si.

Um exemplo interessante de mensagem exposta na forma de imagem está na seção *Sempre Em Forma* da edição 236 de *Corpo a Corpo*, de agosto de 2008, na qual uma mulher, apresentando *boa* forma física e vestida com trajes que sugerem a prática de exercícios físicos, aparece segurando um sanduíche ao mesmo tempo em que faz um sinal de recusa ao alimento. Trata-se de uma tira que aborda a chamada *lei de compensação*, ou seja, quanto tempo de exercício físico é necessário para se queimar as calorias de determinados alimentos ingeridos:



sempre em **forma**
CURVAS EM DIA E MUITA AUTO-ESTIMA POR KARINE CÉSAR

lei da compensação

Para quem gosta de um fast-food no fim de semana, é bom ficar atenta ao que come para não ter de se matar na academia na segunda-feira. Confira o quanto vai precisar malhar para livrar-se do pecado:

ALIMENTO	CALORIAS	COMO QUEIMAR
Hambúrguer	296	1h30 de vôlei
Cheeseburger	305	1 h lavando roupas
Batata frita (porção grande)	395	40 min. subindo escadas
6 nuggets	381	38 min. de corrida
Coca-Cola (500 ml)	224	40 min. de dança
Sorvete de casquinha	284	1h 26 andando dentro de casa

“Se sentir que está forçando as articulações, em vez dos músculos que devem ser trabalhados durante o exercício, reveja postura, carga e intensidade. Não adianta exagerar”

LUCIANE SILVA, FISIOTERAPEUTA E PERSONAL TRAINER DA ACADEMIA COMPETITION (SP)

Figura 19 - Seção *Sempre Em Forma* presente na edição 236 de *Corpo a Corpo*, de agosto de 2008

As imagens são sempre informação; neste caso, ela materializa enunciados ligados à relação *alimentação-engorduramento-feiúra*, *malhação-emagrecimento-beleza*. Sinteticamente, diz: para aquelas que malham (e todas devem malhar!), o melhor é não ingerir alimentos muito calóricos para que não se *sofra* na hora de malhar e queimar essas calorias adquiridas em excesso.

Aliás, achamos pertinente tecer aqui alguns comentários a respeito desta que é, por certo, uma das questões mais abordadas por *Corpo a Corpo* (e *Boa Forma*) em suas edições: a questão embelezamento *versus* sofrimento.

A revista, de modo geral, sugere constantemente às leitoras a prática de exercícios físicos, associada a dietas, como o caminho mais eficaz à perda de peso e manutenção da saúde e do modelo atlético³⁴. Entretanto, seu grande foco gira em torno daqueles programas de emagrecimento que se poderia chamar de *milagrosos*, uma vez que prometem uma rápida perda de peso com o mínimo de incômodo, dor ou sofrimento à mulher que a eles se submeta. Ou seja, trata-se de *fórmulas práticas* de embelezamento *instantâneo*.

Como exemplo, podemos citar a matéria intitulada *Sarada Sem Esforço* da edição 245 de *Corpo a Corpo*, de maio de 2009 – que, através da imagem que é nela apresentada, sugere-se ao imaginário feminino a técnica realmente *funciona*, pois que o corpo da modelo que aparece praticando a atividade possui um corpo magro e com curvas bem definidas³⁵.

³⁴ Ou seja, um corpo com curvas definidas, músculos rígidos, jovem e magro.

³⁵ Entendemos que, com essa imagem, a revista deseja dizer à mulher algo do tipo: “seguindo nossas dicas, você, leitora, poderá chegar a ter este corpo por nós ilustrado; basta seguir nossas dicas”.



Figura 20 - Matéria *Sarada Sem Esforço* presente na edição 245 de *Corpo a Corpo*, de maio de 2009

Associada a essa questão do *mínimo sofrimento* está a busca por *resultados imediatos*, ou seja, a velha promessa de um corpo perfeito na menor quantidade de tempo possível. Vejamos alguns exemplos de encartes de matérias presentes em diferentes volumes de *Corpo a Corpo*:

DOSES DE VAIDADE. A promessa de uma pele mais bonita, livre de rugas e manchas, agora vem em uma nova apresentação: cápsulas. Os suplementos orais de beleza dividem espaço com cremes e loções para melhorar o visual e a auto-estima de dentro para fora (CORPO A CORPOb, 2008, p. 56).

Com 30 minutos de GAP você: empina o bumbum, chapa a barriga, desenha as pernas e seca 6kg em um mês (CORPO A CORPOg, 2009, capa)³⁶.

- 5kg em 1 mês + músculos definidos só com dieta (CORPO A CORPOh, 2009, capa).

Bem sabemos que um dos grandes problemas enfrentados por quem deseja perder peso é a questão do *sofrimento* que envolve as dietas (com suas restrições), a prática dos exercícios físicos (com o combate ao sedentarismo, as consequentes dores musculares e a monotonia da rotina dos exercícios), além, é claro, que no mundo atual acumulamos cada vez mais

³⁶ A matéria faz referência a um tipo de ginástica específica que visa o trabalho da região do glúteo, abdome e pernas.

atividades e, em contrapartida, temos cada vez menos tempo³⁷. Todas essas questões podem se tornar *desculpas* para que as mulheres não cuidem de seus corpos; por isso, a mídia precisa constantemente metamorfosear seu discurso, encontrar novas estratégias, novas frentes e novas fontes de investimento, de modo a manter seu regime de verdade sempre funcionando. Daí resulta esta constante preocupação da revista em veicular programas de embelezamento corporal que exijam pouco sofrimento, pouco esforço, pouco tempo, mas resultados supostamente eficazes.

Retomando a questão das imagens, voltemo-nos agora a uma análise das capas das revistas.

Percebemos, ao longo desta pesquisa, que as capas de *Corpo a Corpo* são minuciosamente planejadas. Pequenos detalhes nos arranjos entre a foto da garota-capa e os anúncios da revista passam despercebidos quando tomamos apenas um exemplar como referência; entretanto, ao observarmos as treze capas que compõem nossa amostra, pudemos perceber a recorrência de pequenas artimanhas e algumas minúcias que harmonizam perfeitamente a imagem e os enunciados que compõem a capa da edição.

Por exemplo, a capa da edição 248, que é estampada pela atriz Thaila Ayala³⁸.



Figura 21 - Capa da edição 248 de *Corpo a Corpo*, de agosto de 2009

³⁷ As mulheres, principalmente, têm acumulado múltiplas atividades: mãe, esposa, dona de casa, trabalhadora, estudante etc.

³⁸ Na época, trabalhando na novela *Caminho das Índias*, da Rede Globo de Televisão.

O principal foco dessa edição é o cuidado com os cabelos (“cabelo tudo-de-bom 7 dias por semana”, “liso perfeito”). Harmonizando-se a esse investimento, uma das partes do corpo da atriz que recebe maior destaque é justamente seu cabelo liso e esvoaçante. Não por acaso, esses anúncios foram postos do lado do cabelo da modelo na imagem. Trata-se de um duplo jogo: se a leitora focar sua atenção na imagem, imediatamente terá o enunciado lhe dizendo que, lendo a revista, saberá o que fazer para ter o mesmo visual de Thaila; caso enfoque no enunciado, terá a imagem logo ao lado reforçando sua percepção.

Todas as capas apresentam o mesmo artifício. A edição 236 de agosto de 2008, cujo destaque era *barriga chapada*, estampou Luize Altenhofen, (posando praticamente de lado), a exibir sua mínima cintura:



Figura 22 - Capa da edição 236 de *Corpo a Corpo*, de agosto de 2008

Em *Boa Forma*, observamos uma disposição muito parecida entre os enunciados e as imagens nas capas. Por exemplo, a edição 236 de fevereiro de 2009, a qual destacava a perda de peso e as novas máscaras de hidratação capilar, estampou em sua capa o corpo magro e os cabelos esvoaçantes de Ivete Sangalo:



Figura 23 - Capa da edição 263 de *Boa Forma*, de fevereiro de 2009

De um modo geral, a garota-capa serve como um modelo a ser copiado. A capa se iguala a uma vitrine que expõe determinadas *formas-corpo* que, de modo geral, se repetem: são sempre corpos magros, esculpidos através da ginástica, de aparência saudável, de peles limpas e exorcizadas de qualquer tipo de imperfeição, como manchas, estrias ou celulites; seus cabelos, maquiagem, bijuterias e acessórios são minuciosamente pensados e produzidos a fim de dar um ar de graciosidade à nota de abertura da revista.

Entretanto, é importante comentar uma questão recorrentemente problematizada na atualidade, quando estamos falando a respeito das imagens veiculadas pela mídia: o uso dos *fotoshops*³⁹. Bem sabemos que é praticamente impossível uma imagem hoje chegar a estampar uma página que seja de uma revista sem passar antes por um tratamento nesse tipo de *software*. Desse modo, se especula muito a respeito da *não veracidade* dessas imagens, desses corpos.

A esse respeito, pensamos que a *falsidade* dessas imagens acaba por produzir, de forma ainda mais efetiva, efeitos verdadeiros ao ideário feminino e ao auto-olhar das mulheres sobre seus próprios corpos.

Não importa se Thaila Ayala, Luize Altenhofen ou Ivete Sangalo possuem, efetivamente, corpos tão *limpos* de *imperfeições* (como celulite, estrias, manchas, rugas etc.). Importa o que suas imagens representam ao imaginário feminino; o impacto dessas formas-

³⁹ Programas de computador que servem para a manipulação de imagens.

corpo para a subjetividade da mulher que comprará a revista e que, dali em diante, relacionar-se-á com *essas imagens*, assumindo para si a verdade de que um corpo feminino, para ser *belo*, tem que necessariamente possuir características aproximadas às características da garota-capa de *Corpo a Corpo* ou *Boa Forma*. E, ademais disso, condicionarão seus comportamentos e cuidados com seus próprios corpos a partir dessas verdades estabelecidas por *essas imagens* (independentemente de sua veracidade).

Desse modo, o recurso do *fotoshop* nada mais é que uma ferramenta, um elemento agenciado pela mídia para investir na subjetividade das leitoras. Um produtor de verdades ao corpo.

5. A DIMENSÃO NORMATIVO-PRESCRITIVA

A convergência de todas as estratégias até agora elencadas é, por certo, o estabelecimento da dimensão normativo-prescritiva, visto que, a mídia, ao difundir múltiplas imagens e saberes que dizem os corpos, acaba por estabelecer com eles uma relação que é, antes de tudo, *normativo-prescritiva*, ou seja, ela estabelece as regras (as normas) aos corpos, ao mesmo tempo em que prescreve as vias para que tais objetivos sejam alcançados. *Corpo a Corpo*, como um todo, está pautada neste par *normas-prescrições*; aliás, frequentemente, o discurso midiático como um todo está organizado em torno desse par, que se auxilia e se complementa.

Essa dimensão se materializa em todo o corpo da revista, mas podemos ter uma maior clareza dela em seções como *Mais Bonita*, *Make É Tudo* e *Fio Maravilha*, nas quais a revista enuncia certos cuidados a serem tomados pelas mulheres com seus corpos e, imediatamente após, aponta cosméticos, maquiagens e produtos em geral para a *manutenção* da *beleza*. Mas temos outros exemplos, como é o caso da matéria intitulada *Vejo Flores em Você*, presente na edição 237 de *Corpo a Corpo*, de outubro de 2008, que segue uma estrutura muito parecida a dessas seções:



Figura 24 - Quinta e sexta páginas da matéria *Vejo Flores em Você* presente na edição 237 de *Corpo a Corpo*, de outubro de 2008

As normas presentes nessa matéria: primeira, a mulher, para ser *bela* (na primavera), tem que estar maquiada e, segundo, tem que saber quais os tons de maquiagem corretos para usar nessa estação. As prescrições: que produtos utilizar e como utilizar. Perceba-se que a imagem da modelo atua nessas duas direções: ela tanto estabelece a norma, como aponta as prescrições. Ela é um modelo, por fim.

Voltamos a ressaltar, portanto, que as estratégias discursivas elencadas até aqui convergem, necessariamente, para essa espécie de *máxima* do discurso midiático: a maleabilidade discursiva, as *dicas*, a voz dos especialistas (os *novos educadores*) e as imagens, todas se articulam e funcionam para normatizar e prescrever ideais de beleza e cuidados com corpo (para torná-lo *belo, saudável, feliz, relaxado, capaz* etc.).

É salutar lembrar, desde já, que, além de convergirem para o estabelecimento da dimensão normativo-prescritiva, esses recursos não aparecem, na materialidade da revista, de forma isolada. Eles sempre se articulam uns com os outros, funcionando em conjunto. Dessa forma, em uma mesma matéria, podemos observar a recorrência de vários (por vezes até de todos) esses recursos, ora servindo para dar mais validade ao que está sendo dito, ora para suprir os limites que outro recurso porventura tenha deixado.

Vejam, por exemplo, a matéria intitulada *3,2,1, zero!*, da edição 240 de *Corpo a Corpo*, de dezembro de 2008. Nessa matéria, a revista estabelece um calendário de atividades que a leitora deve seguir para estar com o corpo e a aparência *perfeitos* para a estação do verão (que está por vir).



Figura 25 – Primeira e segunda página da matéria *3, 2, 1... Zero! Feliz Verão!* presente na edição 240 de *Corpo a Corpo*, de dezembro de 2008

Perceba-se que o primeiro contato que a leitora tem com o conteúdo desta matéria está expresso em uma *imagem* que sugere o perfil de corpo *desejável* para se apresentar na praia durante o verão, ou seja, um corpo magro.

3,2,1, zero! é composta de doze *dicas* de especialistas (os *novos educadores*), através das quais é reforçado o perfil do corpo *correto* a se apresentar durante a estação do verão. Em concomitância, a revista prescreve quais os cuidados que a leitora deve ter com a pele e com a alimentação para alcançar esse ideal de corpo sugerido, além, é claro, dos produtos e técnicas à disposição no mercado a que deve recorrer, e como utilizá-los. Vejam um pouco de como se dá a estrutura desta matéria:

30 dias antes. Inicie uma rotina semanal de exfoliação [sic]. Isso vai ajudar a remover as células mortas da epiderme, deixando-a mais lisinha. O resultado

é um bronzeado uniforme e bonito. O procedimento pode ser feito uma ou até duas vezes por semana. Para um bom resultado, use um produto específico para o corpo, com grânulos finos. Ou experimente esta receita caseira, sugerida por Marcela Studart, dermatologista (SP): *misture açúcar mascavo, mel e água morna, numa proporção de uma colher de sopa de mel para uma colher de chá de açúcar e uma colher de chá de água. Massageie o corpo com movimentos circulares e ascendentes. Tome banho com água e sabonete neutro. Hidrate-se da cabeça aos pés, com um produto a base de uréia ou lactato de amônia.*

(...)

20 dias antes. Se ainda não tem o hábito, comece já: beba entre 1.5 e 2 litros de água por dia. Os benefícios são vários – melhora da celulite, pele mais viçosa...

Inclua em seu cardápio frutas ricas em vitamina C. Antioxidante, ajuda a prevenir o envelhecimento causado pelo sol. A indicação da dermatologista Marcela Studart é ingerir, todo dia, um copo de suco de laranja, kiwi ou acerola.

(...)

4 dias antes. Deixe os dentes mais branquinhos – a idéia é que você sorria muito nestes dias de sol! Para resultados à jato, aposte no clareamento a laser. Tatiane Buscarili, dentista da Sorridentes (SP), explica: “Os dentes recebem uma camada de gel de peróxido de carbamida ou hidrogênio. Depois, vem o laser, que acelera a liberação do peróxido e o clareamento”. Preço médio: R\$ 900. (SALLES, 2008, p. 58 – 60).

Note-se que a maioria das estratégias por nós aqui apontadas estão funcionando em conjunto desta matéria, convergindo, afinal, para a dimensão *normativo-prescritiva*.

Enfim, não são poucas as estratégias discursivas elaboradas e divulgadas em nome do culto ao corpo, da eterna juventude ou da associação entre beleza, saúde e felicidade, por exemplo. Todos os dias, múltiplos saberes circulam pelos mais variados meios midiáticos, permeando o ideário feminino e estabelecendo determinadas formas das mulheres contemporâneas entenderem e se relacionarem com seus próprios corpos.

A mídia determina e condiciona os desejos femininos sobre seu corpo, sua aparência e em relação aos cuidados que mantém consigo. Em uma palavra, ela subjetiva as mulheres.

Mas, para concluirmos, gostaríamos de ressaltar, novamente, uma questão importante que esteve embutida em praticamente todas as matérias e encartes até aqui apresentados: o *cuidado de si* como tônica principal para os cuidados com o corpo. Somando-se a isso, a necessidade da experiência de cada mulher com as chamadas *tecnologias políticas do corpo*, ou seja, com as dietas, cosméticos, cirurgias estéticas, exercícios etc., no processo de subjetivação de seus corpos.

Hoje, as mulheres são constantemente convidadas a olhar para si. Todo cuidado é necessário, é desejável e é importante. Ter um corpo *perfeito* significa, antes de tudo, ter um

corpo trabalhado, esculpido e moldado segundo o esforço de cada uma sobre si, conforme sua *experiência consigo*. Ser bela tornou-se, portanto, uma opção, algo que depende do esforço, da disciplina, da dedicação e dos cuidados que cada mulher mantém com o próprio corpo. Mas não apenas isso: para ser bela, há que se manter sempre uma relação estreita com os produtos de mídia e com as *tecnologias políticas do corpo*. Em outras palavras, um corpo, para ser dito *belo*, deve ser atravessado por múltiplas técnicas que visam seu aprimoramento e sua potencialização visual; mas, vale lembrar, o uso destas está estreitamente vinculado à prática de olhar para si.

CAPÍTULO 04
EDUCAÇÃO MIDIÁTICA: A LEGITIMIDADE DO DISCURSO

Um dos principais desafios impostos ao discurso para instaurar um regime de verdade é, por certo, encontrar as estratégias necessárias para se estabelecer enquanto um discurso *legítimo*; ou seja, não basta *dizer*; há que se garantir uma certa credibilidade junto aos sujeitos da enunciação. Se a ciência sustenta suas verdades sob a égide da *rigoriedade metodológica* de suas pesquisas, a mídia, por sua vez, sustenta seu regime de verdades (a respeito do corpo) a partir de três hastes, uma tríplice corrente de vozes que, articuladas, concedem aos conteúdos por ela veiculados o *status* de conhecimento *fidedigno, confiável, verdadeiro*: trata-se das vozes das *leitoras*, das *celebridades* e da própria *ciência*. Nosso objetivo com este capítulo é justamente analisar como cada uma dessas personagens opera nesse jogo de legitimidade do discurso da mídia.

1. A PRIMEIRA HASTE: AS LEITORAS E A VERDADE

Em um primeiro momento, é comum sermos tentados a pensar as leitoras de *Corpo a Corpo* como *individualidades manipuladas* pelos rigorosos ditames midiáticos – que estabelecem padrões massificados de comportamentos, beleza, estética, moda etc. Mas, partindo desse raciocínio, estaríamos admitindo a mídia como instância que *influencia* as mulheres de uma dada forma – visão esta que se aproximaria à defendida, por exemplo, pelos frankfurtianos – e, conseqüentemente, pressupondo a existência de um *sujeito constituinte, essencial, portador de certas necessidades que é vitimizado, manipulado, massificado, influenciado e alienado* pelos produtos de mídia.

Afastando-nos dessa perspectiva – como já fora assinalado em outros momentos deste trabalho –, partimos da perspectiva das leitoras não como *vítimas* do poder da mídia, mas como *efeitos* desse poder, ou seja, subjetividades investidas e produzidas de uma dada forma em sua relação com a mídia.

Em outras palavras, se tomarmos as mulheres com *vítimas* da mídia, estaríamos subentendendo uma existência humana *essencial, natural*. Uma *existência humana* que carrega consigo uma *consciência verdadeira*, a qual, em contato com o universo social, é *alienada, manipulada, vitimizada*, por fim, cedendo espaço para uma *falsa-consciência*, uma *consciência distorcida*, dotada de *falsas necessidades, falsos desejos*.

Nós, entretanto, entendemos a existência humana como um produto das relações históricas de saber e de poder que atravessam o homem e o produzem de uma dada forma. Não existe *falsa-consciência* porque a *consciência* não existe. Não existem as *falsas necessidades, falsos desejos*, porque o homem, enquanto ser ahistórico, essencial, não existe.

Contudo, a análise do campo empírico nos mostrou que os processos de subjetivação do corpo feminino na contemporaneidade são ainda mais complexos que a princípio pensávamos: os dados, nos levaram a caminhos que complexificaram mais essa relação; primeiro, porque a leitora – que é, efetivamente, um *alvo* do poder –, ao consumir a revista, seguir suas *dicas* e investir em si, passa a ser também um *agente* do poder (um *agente de subjetivação de si*).

A mulher não vive, portanto, uma relação de passividade absoluta frente aos apelos midiáticos sobre seu corpo. Ela olha pra si, cuida de si, atua sobre si. Ou seja, ela utiliza os conteúdos da revista para se autoinvestir. A mídia a constitui enquanto *ser de desejo* ao lhe dizer o que querer, como querer e o que fazer para saciar esses desejos; mas esse desejo é real (ele existe) e, ao saciá-lo, a mulher torna-se um *agente de si*. Ela é um *efeito*, mas é também um *agente*. Sua condição não é de *vítima*, mas de um *ser de desejos* que atua sobre si o tempo todo.

Segundo, porque existe um outro nível de atuação feminina no cenário midiático, que complexifica ainda mais essa relação leitora-mídia: a mulher enquanto *agente de subjetivação do outro*.

Em todo o corpo da revista, encontramos depoimentos, cartas, exemplos de mulheres *comuns* falando de si, expondo suas dúvidas, desejos, sonhos e os caminhos por elas percorridos para a conquista da tão almejada *felicidade*. Parece-nos que o objetivo da revista, ao veicular tais depoimentos, é o de dar às demais leitoras uma espécie de *contraprova*, que ateste a *veracidade* dos conteúdos outrora expostos (nas demais edições da revista) e, assim, a mulher, que em um primeiro momento era um *alvo* do poder (por ele investida e subjetivada) e, em um segundo momento, *agente de si* (ao olhar e manipular a si), torna-se, através de seu exemplo, parte da engrenagem da maquinaria midiática de poder, tornando-se um *agente do outro* (investindo nas demais mulheres através de seus depoimentos).

Fischer (2002), por sua vez, entende que essa *técnica de confissão* – tão comum aos meios midiáticos – se constitui como uma peça-chave do *dispositivo pedagógico da mídia*, pelo qual os meios de comunicação:

(...) através de diversas estratégias de linguagem, de um lado, têm procurado mostrar-se como *locus* privilegiado de informação, de “educação” das pessoas; e, de outro, têm procurado captar o telespectador em sua intimidade, produzindo nele, muitas vezes, a possibilidade de se reconhecer em uma série de “verdades” veiculadas nos programas e anúncios publicitários, e até mesmo de se auto-avaliar ou autodecifrar, a partir do

constante apelo à exposição da intimidade que, nesse processo, torna-se pública (FISCHER, 2010a, p. 587).

Quanto à *técnica de confissão*, a autora a denomina como “tecnologia da intimidade e da privacidade” (FISCHER, 2002, p. 157), e afirma que, através dela, a mídia captura os sujeitos na sua intimidade, produzindo neles a possibilidade de se reconhecerem no exemplo do outro e de se autoavaliarem com relação ao tema abordado. Uma técnica que funciona como um *espelho*, de modo que, ao olharmos para o exemplo do outro, tenhamos parâmetros para olharmos para nós mesmos. O objetivo da mídia com tal recurso, segundo a autora, é, portanto, penetrar na intimidade daquele que fala e, por homologia de campos, também na intimidade daquele que consome os produtos de mídia – que assiste, lê ou vê.

Vejamos alguns exemplos de depoimentos de leitoras presentes na seção *Contato Direto de Corpo a Corpo*, de agosto de 2009:

Adorei a matéria *Espante a Preguiça, em 17 Lições* e já coloquei em prática a dica sobre escolher uma trilha sonora para malhar. Quando ouço as músicas que adoro, ganho mais pique, mesmo. Agora só malho com o som ligado! *Gika, via Orkut.*

Eu gosto da *Corpo a Corpo* porque foi passeando pelas páginas dela que tomei uma decisão importante em minha vida: malhar! Estava cansada de não entrar mais nas minhas roupas, e sempre comprava um número maior. De manequim 40, pulei rapidamente para 44, e já estava quase usando 46! Estou tão animada que até o fim do ano quero voltar ao meu peso normal! Beijos, *Renata Maria da Costa, Contagem, MG.*

Gosto muito quando vocês indicam os produtos que foram utilizados nas fotos, assim podemos copiar o look, e ficar lindas como as modelos das páginas da revista. *Aline Cristina, por e-mail.*

Simple e eficaz a matéria com os treinos de 30 minutos! Estou praticando alguns dos exercícios e garanto que eles funcionam! Parabéns. *Gisele, via Orkut. (CORPO A CORPOM, 2009, p. 10-11).*

O objetivo da revista, ao veicular tais depoimentos – a ponto de manter seções fixas com apenas esse tipo de conteúdo – é, por certo, criar um ar de *proximidade* da revista com seu público⁴⁰ e, por outro lado, garantir uma contraprova que ateste a veracidade dos conteúdos ali difundidos: que as dietas *realmente* funcionam; que malhar da forma indicada pela revista surte *verdadeiramente* os resultados almejados; que os modelos de maquiagem e moda podem perfeitamente ser reproduzidos e utilizados por *mulheres comuns*, e elas *realmente* ficarão *belas* etc.

⁴⁰ O slogan da seção diz “queremos saber sua opinião, sugestão, comentários”.

Outra seção, também fixa de *Corpo a Corpo*, que trabalha com esse artifício de legitimação do discurso é a intitulada *Sou Um Sucesso*. Já pelo título, podemos perceber a materialidade desses enunciados: com ele, a revista sugere que “se aquela mulher conseguiu alcançar a beleza e a felicidade tão almeçadas, a leitora também poderá”.

A seção sempre apresenta um (emocionante) depoimento de uma mulher, acoplado a duas imagens de seu corpo: *antes e depois* dos procedimentos.

Vale ressaltar que este recurso de imagens do *antes e depois* é um dos mais utilizados pela mídia nesse tipo de situação, justamente por sua capacidade em demonstrar *os benefícios* das *tecnologias políticas* aplicadas ao corpo: primeiro, é apresentado o corpo despido de tais técnicas e, portanto, *feio*; em seguida, exhibe-se um corpo atravessado pelas tecnologias e cujo resultado é materializado na sua *beleza*.

Mas há que se perceber também que essas imagens são minuciosamente escolhidas. A imagem do *antes* sempre apresenta uma pessoa *feia*, mas também *abatida, triste, cabisbaixa, mal* vestida. Geralmente, são fotos mais escuras, turvas, pouco trabalhadas, cuja qualidade em si é ruim, causando um certo mal-estar aos olhos de quem as vê. Ao contrário, a imagem do *depois* sempre apresenta uma pessoa *sorridente, maquiada*, vestida segundo a moda, transmitindo um ar de *contentamento*, claramente sugerindo que a beleza garante *efetivamente a felicidade*; são imagens feitas com boa qualidade, em estúdios fotográficos, bem iluminadas e bem trabalhadas.

Resumidamente: não há nesse tipo de recurso apenas a vontade de expor um corpo *feio* em oposição a um corpo *bonito*, mas, acima de tudo, esse recurso imagético opõe um corpo *feio e triste* a um corpo investido tecnologicamente e, portanto, *belo e feliz*.

Talvez aí seja ainda mais clara essa atuação da mulher como agente de subjetivação de outras mulheres porque, no caso de *Sou Um Sucesso*, são apresentados casos de *mulheres comuns* – como as leitoras –, cujo objetivo não é exclusivamente demonstrar o sucesso de uma mulher em seu processo de mudança rumo ao embelezamento corporal –, o que não ocorre nesse caráter de exclusividade nas seção de cartas, porque ali esse objetivo da revista divide espaço com os elogios das leitoras a *Corpo a Corpo*. *Sou Um Sucesso* consta, portanto, como havia salientado Fischer (2002), de um apelo, de uma divulgação de exemplos *comuns* de mulheres *comuns* e que facilmente tocarão as demais.

Vejam, então, um exemplo de depoimento da seção *Sou Um Sucesso*, presente na edição 244 de *Corpo a Corpo*, de abril de 2009.

sou um **SUCESSO**

MUDEI PRA VIVER MAIS FELIZ COM O ESPELHO POR ANA PRIMO

emagreci com cirurgia bariátrica

"Sempre tive problemas com a balança. Perder alguns quilos não era difícil... Impossível era evitar que eles voltassem. Foi então que, aos 22 anos, decidi apelar para a cirurgia de redução de estômago — a melhor coisa que já fiz na vida."



Minha guerra contra a balança começou na infância. Todas as tentativas para emagrecer resultavam em decepção, pois voltava a engordar tudo novamente. Quem é ou já foi gordinha sabe o que isso significa, principalmente quando se é saudável, sem nenhum tipo de problema que possa justificar o fato de ser obesa. Imagine uma menina de 22 anos, 1,62 m e pesando 104 kg... Essa menina era eu — a Lúcia sem graça, que vivia triste, desanimada e com a autoestima muito baixa. Eu era vaidosa, mesmo gordinha. Mas até isso perdi, e só me dei conta quando percebi que não tinha mais vontade de me arrumar, sair com os amigos. O que alimentava a minha vida era o sonho de ser magra, ter um corpo bacana, ficar em paz comigo mesma. Sentia-me frustrada ao ver garotas magrinhas, vestidas com roupas lindas tamanho P. Cheguei a fazer regime com remédios de tarja preta, mas os quilos retornavam em dobro. De uma coisa eu tinha certeza: era preciso seguir em frente, gostando ou não. Assim que terminei o colégio, resolvi estudar nutrição, especialidade pela qual sou apaixonada. Quando estava na metade do curso, em abril de 2006, no auge da obesidade (104 kg), resolvi fazer a cirurgia. É impossível expressar por meio de palavras o quanto a minha vida mudou — em um ano, enxuguei 45 kg. E depois que tive meu peso estabilizado (59 kg) realizei outro grande sonho: fiz cirurgia plástica nos seios e coloquei silicone. Hoje, quase três anos após minha metamorfose, sou uma mulher feliz. Vou às lojas e posso comprar qualquer roupa que eu goste, sem me preocupar se vai servir ou não, pois meu manequim, que era 52, pulou para 40. Não vou dizer que tudo o que fiz foi fácil. Tive acompanhamento médico antes e depois da cirurgia, pois quem passa por esse tipo de procedimento precisa estar consciente de que a quantidade e os tipos de alimento que podem ser consumidos são bem limitados. Hoje estou formada em nutrição e trabalho ajudando pessoas que vivem ou viveram os mesmos problemas que eu. Quer coisa mais gratificante que isso?"

Lúcia Barroso Sabbag, 24 anos, nutricionista (SP)

Participe desta seção! Conte como você mudou seu visual e mande fotos de antes de sua transformação e outra atual para souumsucesso@escala.com.br



Figura 26 - Seção *Sou Um Sucesso* presente na edição 244 de *Corpo a Corpo*, de abril de 2009

Com o exemplo de Lúcia Barroso Sabbag, *Corpo a Corpo* deseja dizer às suas leitoras: “Você não está só”. Existem outras mulheres (“como você”) vivendo *em guerra contra a balança* e cujas *tentativas para emagrecer sempre resultam em decepção, pois voltam a engordar*. “Quem é ou já foi gordinha sabe o que isso significa, principalmente quando se é saudável, sem nenhum tipo de problema que possa justificar o fato de ser obesa”. Quantas mulheres em torno dos vinte anos não se sentem *frustradas ao verem garotas magrinhas, vestidas com roupas lindas, tamanho P?* E quantas não se submetem a tratamentos extremos, incluindo os que fazem uso de “remédios tarja preta”, mas ao final do tratamento, *os quilos retornam em dobro?*

Mas existe solução! E é o que *Corpo a Corpo*, através do exemplo de Lúcia Barroso Sabbag, deseja divulgar.

Lúcia, que “alimentava o sonho de ser magra, ter um corpo bacana e ficar em paz” consigo e que, no auge da obesidade, atingiu a marca de 104kg, encontrou a solução de seus problemas com a “cirurgia bariátrica”. As mudanças *benéficas* em sua vida são claras: *em um ano, ela emagreceu 45kg* – apesar de a cirurgia bariátrica ter sido apenas o primeiro procedimento cirúrgico por ela feito; apenas o primeiro passo de todo um processo de embelezamento corporal: *depois que estabilizou o peso (nos 59kg), realizou seu outro grande sonho: a cirurgia plástica nos seios e o implante de silicone*.

Tomando o depoimento de Lúcia, levantamos algumas questões. Primeiro, o fato de que, nos parâmetros contemporâneos, para se alcançar o *status de belo*, o corpo necessariamente deve passar por uma intervenção tecnológica; ele deve ser trabalhado, esculpido, redesenhado por uma das *tecnologias política do corpo*⁴¹ – no caso de Lúcia, dietas, medicamentos e as cirurgias.

A esse respeito, Couto (2007, p. 41) afirma ser própria do ideário contemporâneo a convivência com as incertezas, com o provisório, com o limitado. Nada mais é estável. A tônica que rege a contemporaneidade é o movimento, a mudança. É nesse contexto que emergem as identidades híbridas e ambíguas; os corpos transmutados ao bel-prazer de cada sujeito; a metamorfose como regra ao corpo. Nenhuma forma é inata. O que existe são rascunhos, traços soltos, experimentos, sombras, indefinições.

Já Le Breton (2003) acrescenta que, na contemporaneidade, a anatomia do corpo não é mais um destino, mas um acessório da presença do indivíduo; uma matéria-prima a ser

⁴¹ Seriam as técnicas artificiais de trabalho do corpo: dietas, medicamentos, exercícios físicos, cirurgias plásticas, procedimentos de medicina estética etc.

modelada, redefinida e submetida ao *design* do momento. “A maleabilidade de si, a plasticidade do corpo tornam-se lugares-comuns” (LE BRETON, 2003, p. 27).

Desse modo, diz o autor, em nossos tempos, o corpo não é mais a determinação de uma “identidade intangível”, a “encarnação do irreduzível do sujeito”, um “*ser-no-mundo*”, mas uma produção, uma construção, um “objeto transitório e manipulável suscetível de muitos emparelhamentos” (Ibid., p. 28). Ou seja, o corpo deixou de ser uma identidade em si, para tornar-se um *kit*, um somatório de partes manipuláveis, transmutáveis e descartáveis “à disposição de um indivíduo apreendido em uma manipulação de si e para quem justamente o corpo é peça principal da afirmação pessoal” (Ibid., Idem). O corpo tornou-se, portanto, uma espécie de *outro si mesmo*, mas disponível a modificações; uma prova radical e transformável da existência pessoal de cada um; uma vitrine de *identidades* escolhidas e (sempre) provisórias.

Em grande parte, devemos isso à efemeridade na qual a sociedade contemporânea está mergulhada e aos valores individualistas cultuados pelo ideário capitalista atual. Produzimos muito – bens e necessidades, é importante frisar – e consumimos demasiado. Vivemos uma espécie de *sociedade do descartável*, em que se compra, se usa e se descarta em um espaço de tempo cada vez mais curto – já na ânsia pela próxima coisa a ser adquirida e brevemente descartada, por certo. Não diferente tornou-se a relação que estabelecemos com os nossos próprios corpos. Aquilo que não nos agrada é modificado por nós sem constrangimentos, à mercê unicamente de nossa vontade transitória e efêmera. Convivemos com a rapidez, com o provisório, com o de moda e, a essa provisoriedade, a mídia mais que se adequa; ela em si a produz e legitima.

Segundo Couto (2007), a velocidade faz os indivíduos experimentarem e exercitarem novos valores ligados ao imediatismo, aos impulsos, aos prazeres fugazes e passageiros, às satisfações instantâneas. Valores esses que inicialmente estão ligados aos padrões de consumo, mas que atravessam o ideário contemporâneo, instaurando novas formas dos sujeitos entenderem e lidarem com seus corpos.

A relação de descartabilidade que estabelecemos com os bens materiais trasborda essas barreiras e produz uma forma de entendermos e lidarmos, inclusive, com nossos próprios corpos, tornando-os, assim, descartáveis, transmutáveis conforme o desejo de cada um. E, como acrescenta Couto (2007, p. 41), a “mutabilidade progressiva cada vez mais condiciona e metamorfoseia todos os aspectos da nossa vida, sobretudo o nosso corpo”.

Um segundo ponto que nos chamou a atenção no depoimento de Lúcia foi a *felicidade* da mulher contemporânea ser algo diretamente ligado à sua condição estética e, em terceiro

lugar, cirurgias complexas como a bariátrica, o *lifting* dos seios ou o implante de silicone estarem, contemporaneamente, no rol do desejo feminino, tornando-se um *sonho*, algo vislumbrado por aquelas que anseiam pela *beleza*.

Le Breton (2003) ressalta que a cirurgia estética é um ramo da medicina destinada a clientes⁴² que não estão doentes, mas que querem modificar sua aparência e, desse modo, modificar sua identidade, provocando uma reviravolta em sua relação com o mundo (e consigo), “não se dando um tempo para se transformar, porém recorrendo a uma operação simbólica imediata que modifica uma característica do corpo percebida como obstáculo à metamorfose” (LE BRETON, 2003, p. 47).

Para o autor, o desenvolvimento considerável da cirurgia estética vem sendo impulsionado por este sentimento de *maleabilidade do corpo* que permeia o ideário contemporâneo. Para ele, um bom exemplo da transformação do corpo em objeto modelável está nos catálogos que os cirurgiões plásticos exibem em seus consultórios e que servem de *guia* para que os clientes decidam como modificarão seus corpos: “Neles se vêem o rosto, ou o fragmento de corpo a ser modificado, e o resultado após efetuada a operação. Transmutação alquímica do objeto errado” (Ibid., p. 30).

Le Breton (Ibid.) afirma que vivemos, portanto, sob a égide do domínio de si; presenciamos uma espécie de reinvenção do homem, que visa à modificação do corpo, a fim de reduzir os desvios, as imperfeições condenadas pelos imperativos da bela aparência e da juventude. Como ressalta o autor, vivenciamos a era dos:

(...) seios cheios de silicone, modificados por próteses ou remodelados, vários tipos de *lifting* do rosto, lábios reconstituídos por injeções, lipoaspirações ou retalhamento da barriga ou das coxas, cabelos repicados, implantes subcutâneos para induzir as proporções físicas desejadas etc. (LE BRETON, 2003, p. 30).

Mas, ressalta o autor, além dos imperativos da beleza e da juventude – que regem nossa sociedade –, muitas vezes os que se submetem a uma cirurgia plástica são indivíduos em crise (por advento de um divórcio, desemprego, envelhecimento, morte de alguém próximo etc.), que acreditam poder romper com o passado, com aquilo que os tortura e começar uma *vida nova* ao modificarem os traços do rosto ou algum aspecto do corpo.

⁴² A tradução de Marina Appenzeller traz o termo “cliente” (e não “paciente”) para referir-se a pessoas que se submetem aos procedimentos de cirurgia plástica. Aqui, achamos interessante manter o termo empregado na obra como forma de demarcar a diferença entre quem faz uma cirurgia reparadora porque está enfermo e uma pessoa que se submete a uma mesa cirúrgica por motivos exclusivamente estéticos.

Para Le Breton (Ibid.), a cirurgia plástica não constitui de uma banal metamorfose do rosto ou do corpo; trata-se de uma alteração física, mas que atua, em primeiro lugar, no imaginário individual e incide diretamente na sua relação com o mundo. O que leva, portanto, um indivíduo a se submeter a um procedimento de cirurgia plástica seria a sua preocupação em modificar o olhar que tem sobre si e o olhar dos outros, a fim de sentir sua existência plenamente. Ao modificar seu corpo, a pessoa pretende modificar sua vida, sua *identidade*. Como conclui o autor:

(...) Dispensando um corpo antigo e mal amado, a pessoa goza antecipadamente de um novo nascimento, de um novo estado civil. A cirurgia estética oferece um exemplo impressionante da consideração social do corpo como artefato da presença e vetor de uma identidade ostentada (LE BRETON, 2003, p. 30).

Nesse sentido, retomando o depoimento de Lúcia Sabbag, poderemos perceber a estreita ligação das análises de Le Breton com a materialidade de sua fala: “a Lúcia sem graça, que vivia triste, desanimada e com a autoestima muito baixa”, após a cirurgia bariátrica, afirma ser “impossível expressar por meio de palavras o quanto a (...) vida mudou” para melhor; após três anos de sua “metamorfose”, considera-se “uma mulher feliz”.

Por fim, e retomando o foco inicial de nossas análises, o objetivo de um depoimento como o de Lúcia é mostrar que as leitoras não estão sozinhas; que muitas outras mulheres também passam por *problemas* parecidos aos dela, mas que não precisam mais *sofrer*; pois existem múltiplos métodos *seguros* – criados pela ciência e atestados pela mídia, através de experiências práticas de outras mulheres – que poderão dar-lhes aquilo que tanto desejam: a *felicidade* de ter um corpo *belo*.

Claro, existem riscos. Mas qualquer risco vale a pena se for em nome da beleza: ela é quem deve vir em primeiro lugar. Afinal, de que vale uma existência sem riscos, subtraída dos louros da beleza? O que não pode é a mulher negligenciar-se; não submeter-se aos tratamentos disponíveis e continuar com sua autoestima baixa, porque não mantém uma relação prazerosa com seu reflexo ao espelho.

Se Lúcia achou a *felicidade* submetendo-se a uma cirurgia bariátrica, a missão da revista é mostrar esse *bom* exemplo para as demais mulheres, trabalhando seu ideário, passando-lhes uma atmosfera de segurança que será cabal para que elas também venham a submeter-se a tais procedimentos. Resumidamente, a revista, com esse exemplo, diz: “Estes procedimentos existem, são seguros, utilize das tecnologias à sua disposição e seja feliz”.

Mas esse artifício não está presente apenas nas seções de cartas. Ao longo de toda a edição, nas mais variadas seções e matérias, vemos mulheres *comuns* estamparem as páginas, com seus exemplos, com as mudanças por que passaram, com sua felicidade adquirida após algum dos procedimentos apontados pela revista como *necessários* à beleza feminina.

Vejamos a matéria de Carol Salles, intitulada *Feliz Look Novo*, da edição 241 de *Corpo a Corpo*, de janeiro de 2009:

feliz look novo

A roupa certa, o melhor make e o corte de cabelo adequado podem transformar o seu visual – e, acredite, a sua vida também. Conheça quatro leitoras que, com pequenas mudanças, ficaram muito mais lindas

CAROL SALLES FOTOS: SIDNEY TUMA

Janeiro estimula mudanças e novos começos. Se quer definir alterações na aparência ou na imagem que transmite ao mundo, a hora é agora! Que tal, por exemplo, diminuir os quadris, parecer mais alta, ganhar curvas? Ou ainda mostrar-se mais decidida, menos tímida, ou superfeminina? Pois saiba que tudo isso é possível por meio da escolha correta das roupas, da maquiagem e do corte de cabelo. Convocamos dois experts – Elton Mattos, visagista do Studio Ph, e Irina Capel, personal stylist, ambos de São Paulo – para analisar a constituição física, o rosto e os hábitos de quatro leitoras. Em seguida, cada uma delas se submeteu a uma adequação de imagem. Os resultados você conhece agora.

Daiane Cristina Mont'Alvão, 23 anos, auxiliar administrativa

bela e decidida

Daiane Cristina Mont'Alvão, de 23 anos, sonhava com quadris mais estreitos e, de quebra, também queria mostrar-se mais segura de si.

cabelo

Um corte com base reta, na altura dos ombros, garantiu a imagem de equilíbrio e estabilidade. Além disso, o penteado arregaçado, mais comprido, direcionava o olhar justamente para onde Daiane não queria – os quadris. Para ganhar luminosidade, foram feitas mechas um pouco mais claras que o tom natural, no topo da cabeça. Na hora da festa, Elton reforçou o look de mulher decidida com uma riscosa reta.

make

A maquiagem de Daiane foi feita com linhas retas, horizontais. Isso garante o ar de determinação, explica Elton. Nos olhos, a sombra escolhida foi de um tom berinjela. Para contrastar, os lábios ganharam apenas um leve brilho de gloss. Nas bochechas, dois blushes: um terracota, para definir o maxilar e afinar, e um pêssego, nos maçãs, para garantir o ar de saúde.

roupa

Seus quadris são largos? Aposte em...

Calças escuras.

• Jeans retos ou com a boca levemente aberta, com pouca ou nenhuma lavagem.

• Saias evasê acima do joelho.

• Blusas com ombros bufantes.

• Calças surtel. "São larguíneas e ótimas para as mais magrinhas," ensina Irina.

• Vestidos trapézio.

• Partes de cima com corte alongado, como blazers, um palmo abaixo do umbigo.

Isso de...

• Calças com bolsos laterais. "Criam volume nos quadris."

• Partes de baixo estampadas, de cores claras ou com brilho.

• Calças de cós muito baixo.

• Pregas.

• Saias de modelagem tulipa.

Altura: 1,58 m
Peso: 55 kg
Quadris: 103 cm
Busto: 84 cm

Use e abuse do vestidinho trapézio. Este, com detalhes na gola, além de ser ultrachamado, é tiro e queda para disfarçar quadris largos.

Figura 27 - Primeira e terceira páginas da matéria *Feliz Look Novo* presente na edição 241 de *Corpo a Corpo*, de janeiro de 2009. Aqui, apresentamos o exemplo de Daiane Cristina Mont'Alvão

A proposta da matéria é conhecermos exemplos de “quatro leitoras que, com pequenas mudanças, ficaram muito mais lindas”, ou seja, com alguns *cuidados* que dizem respeito à roupa, à maquiagem e ao corte de cabelo *adequado* ao *molde* corporal de cada uma, elas poderão “transformar o seu visual – e, acredite, a sua vida também”. Diz o encarte:

Janeiro estimula mudanças e novos começos. Se quer definir alterações na aparência ou na imagem que transmite ao mundo, a hora é agora! Que tal,

por exemplo, diminuir os quadris, parecer mais alta, ganhar curvas? Ou ainda mostrar-se mais decidida, menos tímida, ou superfeminina? Pois saiba que tudo isso é possível por meio da escolha correta das roupas, da maquiagem e do corte de cabelo. Convocamos dois experts – Elton Mattos, visagista do Studio Ph, e Irina Cypel, personal stylist, ambos de São Paulo – para analisar a constituição física, o rosto e os hábitos de quatro leitoras. Em seguida, cada uma delas se submeteu a uma adequação de imagem. Os resultados você confere agora (SALLES, 2009, p. 68).

Trata-se, portanto, de uma matéria que trabalha a dimensão normativo-prescritiva no momento em que dita um perfil a cada corpo e, ao mesmo tempo, prescreve as tecnologias (políticas) a serem empregadas em cada um, conforme algumas de suas características: quem tem quadris largos *ensina* formas de disfarçá-lo; quem tem poucas curvas, diz como, a partir das roupas, criar uma ilusão visual de que as tem; quem é baixa, como aparentar altura; e quem tem seios fartos, como *diminuí-los*.

Note-se como esse rápido *insight* reluz um perfil de mulher sendo desenhado: qual a aparência da *mulher ideal*? *A priori*, a *mulher ideal* não pode ser de extremos. Nenhum traço de seu corpo pode aparecer em demasia; há que se buscar sempre a harmonia entre as partes do corpo; uma simetria corpórea entre os lados e o todo. Nada a mais, nem a menos⁴³.

Quanto à matéria, trata-se de um estilo bem comum a *Corpo a Corpo*. Se bem pensarmos, *Feliz Look Novo* poderia perfeitamente ter seu *cardápio de corpos* composto por quatro modelos profissionais que, mais ou menos, exibissem tais características exploradas pela revista. Mas o efeito de verdade produzido pelo uso de *mulheres comuns* é incontestável, visto que trata-se de *gente como a gente*, que exhibe um perfil próximo ao daquelas que consomem a revista e que, dessa forma, sentir-se-ão muito mais acolhidas e melhor representadas.

De outra forma, vejamos a matéria intitulada *Qual o seu problema? A ginástica resolve!* da edição 246 de *Corpo a Corpo*, de junho de 2009, cuja estrutura se assemelha bastante à de *Feliz Look Novo*, mas, ao contrário, não utiliza leitoras. Trata-se de uma matéria que exhibe quatro modelos com quatro características a serem trabalhadas pela ginástica (*tecnologia política do corpo*): “pernas roliças” (para afinar as cochas), “cintura reta” (para criar uma *cintura de miss*), “comissão de frente turbinada” (para criar uma aparência de seios mais firmes e empinados) e “quadris largos” (para queimar gorduras e diminuir o volume).

⁴³ Ver a matéria *Beleza. A perfeição é possível?* de *Veja*, edição 2084 – ano 41 – nº 43, de 29 de outubro de 2008.

qual é o seu problema? a ginástica resolve!

Quatro reclamações femininas: pernas grossas, bumbum grande, seios avantajados e cintura reta. Um treino para cada. E só focar o seu "defeitinho" e atacar!

POKARNE CÉSAR

A história é sempre a mesma: "Meu bumbum é enorme! Tenho as costas guardadas! Os seios chegam primeiro! Não tenho cintura! Quem nunca curtiu uma mulher falar isso? Você mesma já deve ter reclamado para uma amiga ou para o seu namorado de algum desses problemas, que incomodam e são difíceis de combater. Realmente, a genética fala mais alto. Mas nada é impossível. Com os exercícios certos, e específicos para cada região, é possível, sim, melhorar qualquer imperfeição. Sendo assim, Rodolfo Pavanelli, professor de musculação da Fórmula Academia e personal trainer (SP), elaborou quatro treinos (um para cada tipo de mulher) infalíveis. Está esperando o que para se transformar?

pernas volumosas

comoção de frente turbinada

cintura reta

quadril largo

como funciona o treino

Faça três séries, de 15 a 20 repetições, duas a três vezes por semana, em dias alternados. "Respeitar os seus ritmos é importante para ter o efeito desejado. Com mais repetições, você melhora a resistência muscular, não diminui o tamanho dos músculos", explica Pavanelli. Ao final de cada treino, o professor sugere a combinação de três exercícios para cada área. A ordem numérica dos treinos corresponde ao grau de dificuldade, que vai desde o mais leve (1), para as iniciantes, até o mais difícil (4), para as avançadas. Segundo Pavanelli, é possível melhorar até cinco ou seis quilos. "Mas que isso, é invível", alerta.

www.corpocorpo.com.br

www.corpocorpo.com.br

www.corpocorpo.com.br

Figura 28 - Primeira e segunda páginas da matéria *Qual o seu problema? A ginástica resolve!* presente na edição 246 de *Corpo a Corpo*, de junho de 2009

Por não se tratarem de leitoras, o efeito dessa matéria é, de alguma forma, comprometido. Sua estrutura cria um distanciamento não muito confortável aos olhos da leitora. São quatro pessoas que não têm identidade; que não exibem seus problemas pessoais; que não criam, através do apelo sentimental, um vínculo de proximidade com aquelas que lerão o conteúdo da matéria. Apenas exibem sua forma-corpo e como executar o exercício proposto, de modo relativamente seco e distante.

Resumidamente, esses depoimentos e matérias servem para ilustrar as três condições da leitora na sua relação com a mídia. Ao mesmo tempo em que essas mulheres foram submetidas aos imperativos da revista (*alvos do poder*), elas investiram em si (*agente de si*) e, com seus depoimentos, acabam por atestar a *veracidade* dos conteúdos veiculados, agindo sobre o ideário das demais leitoras (*agente do outro*).

2. A SEGUNDA HASTE: AS CELEBRIDADES E A VERDADE

Para iniciar nossas considerações a respeito da relação entre as celebridades e a verdade, tomaremos as palavras de Carmem Cagnoni, editora-chefe de *Corpo a Corpo*, como referência. Vejamos alguns trechos da coluna reservada a ela em quatro edições de nossa amostra:

“cada mulher possui o seu charme”. A constatação foi feita por Giovanna Ewbank, que está lindíssima na capa desta edição, quando perguntada se desejava mudar algo em seu corpo. Revelando seus segredos para a editora Karine César, a atriz contou que até pensou em colocar silicone nos seios, mas desistiu. Giovanna tem razão. É saudável procurar se sentir mais bonita e segura melhorando aqui e ali. A medicina e a indústria cosmética colocam todas as armas ao nosso dispor para que isso aconteça. Mas exagerar na dose, cá entre nós, não tem nada a ver. Para ajudá-la a valorizar o que você tem de melhor e dar um up em alguns pontos, nós estamos aqui, buscando incansavelmente o que há de mais bacana e eficiente para a sua beleza (...) (Carmem Cagnoni, editora-chefe) (CORPO A CORPOb, 2008, p. 06).



Figura 29 - Capa da edição 238 de *Corpo a Corpo*, de outubro de 2008. Garota-capa: Giovanna Ewbank

“malho para não ter de fazer regime”. Taí um bom pensamento para seguir no dia-a-dia. A dica vem da bela Izabeli Fontana, uma das modelos mais admiradas em todo o mundo. Aos 25 anos, mãe de dois filhos, ela conta que herdou da família italiana o prazer de comer e a tendência a engordar (pode acreditar!). “Por isso, prefiro me acabar na malhação a passar vontade”, revela a *top*, que adora pilates e não deixou de praticá-lo nem mesmo durante a gravidez (Carmem Cagnoni, editora-chefe) (CORPO A CORPOf, 2009, p. 04).



Figura 30 - Capa da edição 237 de *Corpo a Corpo*, de setembro de 2008. Garota-capa: Izabeli Fontana

“Quando comecei a modelar, ganhei confiança e percebi que podia, sim, ser bonita”. Assim como Débora Nascimento precisou de um empurrãozinho para descobrir suas reais qualidades, todas nós, às vezes, também necessitamos de alguém – ou algo – que nos desperte a autoconfiança. Que tal você se inspirar na história da atriz, que já sofreu de anorexia e definiu – e também teve problemas com a ansiedade e engordou? (...) (Carmem Cagnoni, editora-chefe) (CORPO A CORPOf, 2009, p. 04).



Figura 31 - Capa da edição 242 de *Corpo a Corpo*, de fevereiro de 2009. Garota-capa: Débora Nascimento

“quero ter tempo para cuidar de mim, pois sei que posso ficar bem melhor”. Angélica reflete um pensamento, que aposto, também é o seu. Por isso não se sinta culpada se até agora a promessa de ano novo não vingou. Mire-se no exemplo da estrela e tente encaixar na sua agenda a hora da malhação. Isso fará um bem enorme e dará mais disposição para encarar trabalho, estudo, trânsito, afazeres de casa, filhos e tudo mais. Nós damos várias opções para você escolher (...) (Carmem Cagnoni, editora-chefe) (CORPO A CORPOh, 2009, p. 08).



Figura 32 - Capa da edição 244 de *Corpo a Corpo*, de março de 2009. Garota-capa: Angélica

As palavras de Carmem Cagnoni refletem a posição da revista em relação às celebridades que estampam suas capas e páginas: elas são, em última instância, personificações do corpo que a revista deseja produzir: modelos, personagens *ideais* que, através de suas dicas, segredos (de beleza) e exemplos, servem de inspiração para as leitoras cuidarem de seus corpos conforme o indicado pela revista (“Que tal você se inspirar na história da atriz”; “Mire-se no exemplo da estrela”).

A função das celebridades segue, portanto, a lógica da *dimensão normativo-prescritiva*: primeiramente, suas imagens consagradas como *exemplos de beleza* estabelecem verdades ao corpo; em seguida, ao revelarem suas *fórmulas e segredos de beleza*, ditam às leitoras as vias para alcançarem o embelezamento corporal exemplificado e personificado por seus corpos. Mas percebe-se: tais fórmulas em absolutamente nada destoam dos indicativos já consagrados pela revista – exercícios, dietas, hábitos *saudáveis* etc.

De algum modo, o mecanismo que leva ao surgimento dos depoimentos de *mulheres comuns* ao longo da revista se assemelha ao que leva ao aparecimento das celebridades, ou seja, ambos são usados para exemplificar e legitimar os investimentos feitos pela revista. Contudo, há uma diferença: pelo fato de serem conhecidas, as celebridades são consensualmente aceitas como *belas* e, por isso, apontadas como modelos de corpo e *beleza* a serem seguidos. Em uma palavra: são *fontes de inspiração*.

Suas imagens são envoltas em um *encantamento* bem comum aos tocados pela fama⁴⁴. Como explica Vaz (2006),

Algumas pessoas nascem famosas e outras percorrem um duro caminho para conquistar a fama. Existem pessoas que simplesmente tornam-se famosas por um desenvolvimento de suas capacidades, por uma contribuição científica, artística, literária, ou qualquer outra profissão. Muitos querem a fama, porém nem todos destacam-se por algum feito, mas nem por isso não podem se tornar famosos (VAZ, 2006, p. 21)

Segundo a autora, algumas características são fundamentais para uma pessoa manter-se no rol da fama⁴⁵, dentre as quais se destaca o *carisma*, o qual se refere à capacidade de liderança, ao brilhantismo de presença, à segurança e ao encantamento que a *estrela* exerce sobre seu público. Como ressalta Vaz (Ibid.):

O magnetismo e o fascínio exercido pelas celebridades ocorrem porque as pessoas depositam em seus ídolos tudo aquilo que desejam ser, ou seja, há uma identificação e também certo grau de idealização. Os ídolos encarnam os desejos, as expectativas, os anseios, os sonhos e os ideais das pessoas comuns. Tornam-se deuses, um ideal que está acima do alcance de qualquer ser humano (Ibid., p. 23).

Ainda segundo a autora, existem algumas formas do público se relacionar com as celebridades:

Afinidade emocional: este é o mais comum tipo de envolvimento entre as pessoas, é a identificação por vivências emocionais, ou seja, há uma empatia que permite a identificação com outra pessoa, sentir o que ela sente e apreender de modo como ela apreende.

Identificação: é um forte sentimento de envolvimento, quando o fã se coloca ou se percebe na mesma situação que a imagem portada por seu ídolo. O fã sente seu ídolo como uma extensão de si mesmo, algo que faz parte dele próprio.

Imitação: é mais comum entre os jovens. Os artistas são vistos como modelos ideais para a massa da sociedade. A identificação perpassa a empatia e chega à imitação de tudo o que é apresentado pelo outro, melhor dizendo, à reprodução de uma imagem.

Projeção: (...) a imitação se transforma em projeção. É o ponto onde o processo se torna mais que uma simples reprodução das características de

⁴⁴ Na mitologia grega, Fama é a deusa que personifica a opinião pública e se caracteriza como a *deusa da sorte*; aquela que possui a capacidade de tornar semideus aquele em quem tocasse. Para nós, *fama* significa *reconhecimento, reputação* de um sujeito junto a um grupo de pessoas (Vaz, 2006). Quem conquista a fama torna-se uma *celebridade*. É *celebridade* aquele que se sobressai e se torna reconhecido por apresentar (ou efetivamente ser) algo que constitui valor em nossa cultura (beleza, talento artístico, talento teatral, ser uma pessoa bem sucedida etc.).

⁴⁵ A autora cita a competição, motivação, determinação, persistência e a ambição (Ibid., p. 23).

famosos. Projetar é atribuir a terceiros ou ao mundo que o rodeia os erros ou desejos pessoais não aceitos em si mesmo. Os ideais pessoais são projetados nas figuras das pessoas famosas (Ibid., p. 24-25).

Outra forma seria a *idealização*. Como explica a autora,

As celebridades conquistam admiradores por exprimirem uma forma e um conteúdo idealizados. Há de fato um argumento de que as qualidades das estrelas são criadas pela imaginação e fantasia. (...) a forma humana é apresentada para além do real, através das celebridades. Aquilo que é apresentado na mídia é o comum que passa a ser idealizado. O modelo ideal é personificado em um corpo humano. Há uma complexa inter-relação entre o real e a fantasia da audiência sobre suas estrelas (Ibid., p. 25).

Pelo exposto nas colunas de Carmem Cagnoni, parece-nos que a revista trabalha com as ideias de *imitação-projeção* e *identificação*. A mulher é convocada a olhar para si, mas a partir de um olhar já trabalhado pelos ideais de corpo produzidos e exibidos pela revista, através das celebridades que *abrilhantam* suas páginas.

E, é importante ressaltar, no que se refere a *Corpo a Corpo* (e *Boa Forma*), que não foi a *beleza* que transformou as celebridades em *famosas*, mas a fama que as transformou em *mulheres belas*. Em outras palavras, a atmosfera de idealização que envolve suas imagens as produziu enquanto seres a serem copiados, seres belos, apontados como exemplos de beleza a serem seguidos.

Mas, tome-se nota, isso só é possível devido ao momento histórico em que nos encontramos: vivenciamos uma espécie de *era da fama*, em que ser reconhecido tornou-se algo cada vez mais objetivado pelos sujeitos sociais. “Hoje em dia, ser uma celebridade, ser conhecido, representa um valor social muito importante” (VAZ, 2006, p. 28).

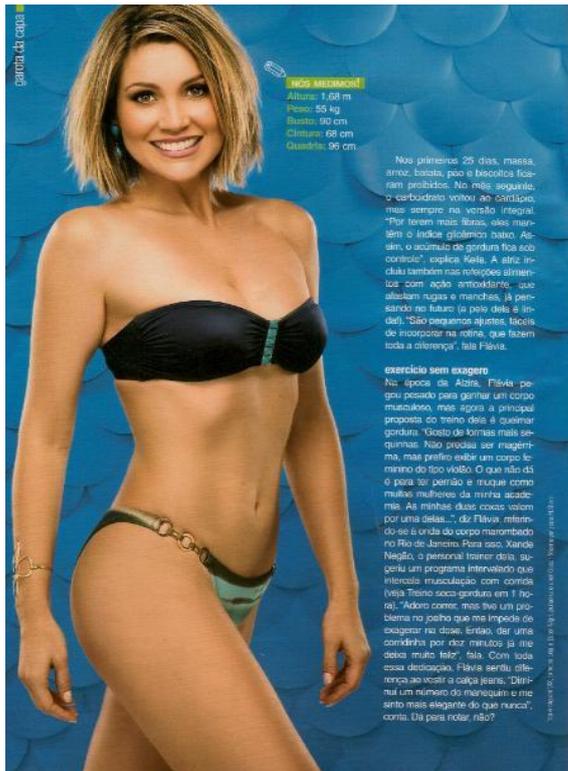
É famoso aquele que se sobressai, que se torna reconhecido por apresentar (ou ser) aquilo que constitui valor em determinada cultura; no caso de *Corpo a Corpo* (e *Boa Forma*), o valor a ser apresentado é a forma-corpo *ideal* para exemplificar os conteúdos expostos e retroalimentar a subjetividade feminina com uma dada imagem de corpo *belo*.

Para exemplificarmos o que foi até aqui exposto, vejamos a matéria *Linda e Loira* de Débora Lublinski, presente na edição 267 de *Boa Forma*, de junho de 2009, na qual são apresentados os *segredos* da atriz Flávia Alessandra para estar, aos 35 anos, com um corpo “sequinho, com músculos firmes, mas sem exagero. Superfeminina!”.



Figura 33 – Primeira e segunda página da matéria da garota-capa da edição 267 de *Boa Forma*, de junho de 2009: Flávia Alessandra

Inicialmente, vemos o jogo de imagens travado pela revista: a primeira foto apresenta um rosto de uma mulher aos 35 anos completamente livre de rugas, manchas ou imperfeições. Na sequência, o corpo da atriz é exposto: magro, músculos firmes, nenhuma estria ou celulite. Em uma palavra: trata-se de uma mulher *completa*; bela de rosto e corpo; *invejável*; um exemplo a ser seguido.



garota da capa

NOSSO MEDICAMENTO
Altura: 1,65 m
Peso: 55 kg
Bustos: 90 cm
Cintura: 68 cm
Quadril: 95 cm

Nos primeiros 25 dias, massa, arroz, batata, poe e biscoitos ficaram proibidos. No mês seguinte, o "carboidrato vilão" em questão, mas sempre na versão integral. "Por serem mais fibros, eles mantêm o índice glicêmico baixo. Assim, o acúmulo de gordura fica sob controle", explica Kelle. A atriz incluiu também nos refeições alimentos com ação antioxidante, que afastam rugas e manchas. Já pensando no futuro (e não de imediato), "São pequenos ajustes, fáceis de incorporar na rotina, que fazem toda a diferença", fala Flávia.

exercício sem exagero
Na época de Alô, Flávia chegou pesado para ganhar um corpo musculoso, mas agora a principal preocupação do treino dela é o queimado. "Gosto de formas mais leves, mas preciso ser magrinha, mas preciso exibir um corpo feminino do tipo V&B". O que não dá o peso, ela pensa e trata-se como muitas mulheres da minha geração. As minhas duas coxas voltam por uma delas... (de Flávia) reflete-se a cada dia do seu treinamento no Rio de Janeiro. Para isso, Xandô Nogueira, o personal trainer dela, sugeriu um programa intermitente que intercala musculação com corrida (veja Treino seca-gordura em 1 hora).

"Adoro comer, mas tive um problema no joelho que me impede de exagerar na dose. Então, fiz uma conditinha por dia, mantendo a minha dieta muito leve", fala. Com toda essa dedicação, Flávia sentiu diferença ao vestir a calça jeans. "Dirigi-me um momento do momento e me sinto mais elegante do que nunca", conta. Da para notar, não?

7 estratégias de Flávia para secar o corpo

Com a ajuda da irmã Kelle Rachel, especialista em medicina ortomolecular, Flávia Alessandri não hesitou em meter no cardápio para ficar mais fina. As dicas e estratégias fizeram toda a diferença. Confira as dicas!

- 1. Arroz e macarrão, só integral.** Depois de um mês sem arroz e macarrão, ele voltou à mesa de Flávia na forma integral. Além do arroz e do macarrão, a atriz viveu fit da quinoa e da grama.
- 2. Trocar o biscoito cream cracker pelo pão integral.** De preferência o tipo grãos, torrado.
- 3. Caprichar no café da manhã.** "Não tinha esse hábito, mas agora é a minha melhor refeição. Tom pão integral, ovos, suco de fruta natural, maçã, leite, gelatina diet, pasta de amêndoas e mel. Escolho a melhor opção para aquele dia, sem exageros, é clara."
- 4. Apostar nos nozes, amêndoas e castanhas.** "Quando vou descansar e não estou muito cansada, pisco uma ou duas e recupero no arroz integral ou na grama. Faz bem e é delicioso."
- 5. Comer salada sempre.** "Estouco a fim ou não, sem que ter no almoço e no jantar. Até quando vou a uma promoção, pego uma porção de salada para colocar por cima de pizza margarita".
- 6. Antecipar a hora de jantar.** Flávia costuma chegar da sua fome à 8 horas da tarde. Mas como chegava em casa às 9 da noite, ficava bebendo uma série de coquetéis até o jantar. "Agora faço um aperitivo ainda no almoço. Um coquetelinho com mel e melancia, ou um a maçã e gelatina diet. A minha última refeição completa. Ai, quando chego do trabalho, como apenas um legume ou uma fruta."
- 7. Ter sempre um disco light no geladeira.** Firmíssima que é, a atriz sempre tem um S.O.S. gelado na geladeira: gelatina, legume, sorvete light. "Eu como com os olhos. Então, a salada e cantar de apresentação e colocar a gelatina numa tigela bonita com flores de maracujá no topo para decorar e ficar apetitosa. Funcional!"

sempre lançando moda

Se o estilo é quente, com modas avulsinhas, da Adele, o maior sucesso no inverno passado, o cabelo de Flávia já virou um dos mais pedidos nos salões desde que a nova estrea. Marcele Proença, cabeleireira da atriz, conta que apreciou no estúdio dele duas mulheres por ela querendo copiar o visual de Flávia. "Acreditamos num look mais moderno, com de base reta na altura do queixo e pontos bem recortados da forma pouco uniforme para ele não ficar com cara de muito cartolina", conta Proença. Também tem fluído na cor: são reflexos tímidos em tons de bronzeado e pálido, proporcionando a sua mais escura - mas uma vez para ganhar o caracolado. "Eu me sinto melhor com a cor natural do cabelo, mas não dá para não deixar as mechas tão macias e, consequentemente, garantir maior naturalidade, explica o profissional. "Fiz um toque e estou adorando voltar a ser loira", diz a atriz. É a Flávia Alessandri mais uma vez reaparecendo. Veja outros looks marcantes ao lado.

efeito camaleão

Diane e equi em São Tomé, 1998

Luana e castelo em Porto de Mague, 2001

Isabela e fita em São Tomé, 2003

Isabela e fita em São Tomé, 2005

Luana e castelo em São Tomé, 2006

Luana e castelo em São Tomé, 2006

Luana e castelo em São Tomé, 2007

Luana e castelo em São Tomé, 2007

Figura 34 - Terceira e quarta páginas da matéria da garota-capa da edição 267 de *Boa Forma*, de junho de 2009: Flávia Alessandra

Após a *beleza* da atriz ser atestada, a revista passa às “estratégias de Flávia para secar o corpo”, culminando no “treino seca-gordura em 1 hora” praticado pela atriz.

treino seca-gordura em 1 hora

Como controlar a lista de alimentos e deixar de renegar as gordurinhas? "Fazendo um circuito que intercala musculação com corrida na esteira", diz Xandô Nogueira, personal trainer de atriz. Assim, economiza-se apenas 60 minutos. Flávia se comprometeu a fazer 30 minutos por semana na academia. E quando dia decide, sempre - tanto que quando ficou para o Xandô para intercalá-la, Flávia pegou a bicicleta para correr que estava migrando bem naquele momento. O treino intercalado que ela praticou para personal acabou a questão de gordura e também de um ruído na musculação, já que o trabalho é intenso. "São dois ou três exercícios nos aparelhos ou com halteres e cadeiras ergométricas em minutos de corrida na esteira. Quem preferir pode substituir a bicicleta por pedalar na bike", sugere o professor. A seguir, o treino da atriz para quem não tem acesso a uma academia. Como Xandô falou também as cargas e o aparelho para alguns exercícios.

Abdominal na máquina

Se não há máquina, use o chão. Faça 20 repetições com 45 segundos de descanso. Se preferir, caminhe ou faça transport ou pedale na bike.

Abdominal na esteira

Se não há máquina, use o chão. Faça 20 repetições com 45 segundos de descanso. Se preferir, caminhe ou faça transport ou pedale na bike.

10 minutos de corrida

Se preferir, caminhe ou faça transport ou pedale na bike.

Abdominal com barra fixa e pesos

Se não há barra fixa, use o chão. Faça 20 repetições com 45 segundos de descanso. Se preferir, caminhe ou faça transport ou pedale na bike.

10 minutos de corrida

Se preferir, caminhe ou faça transport ou pedale na bike.

10 minutos de corrida

Se preferir, caminhe ou faça transport ou pedale na bike.

10 minutos de corrida

Se preferir, caminhe ou faça transport ou pedale na bike.

10 minutos de corrida

Se preferir, caminhe ou faça transport ou pedale na bike.



Flávia alonga todos os músculos do corpo depois do treino. Paga o mesmo wood também

Figura 35- Quinta e sexta páginas da matéria da garota-capa da edição 267 de *Boa Forma*, de junho de 2009: Flávia Alessandra

Flávia Alessandra personifica o estilo de vida sugerido por *Boa Forma*: sua imagem é o produto de um rigoroso controle com a alimentação, um incessante trabalho físico e – como podemos perceber na coluna à direita, na quarta página da matéria – de variados cortes e cores de cabelo. Para ser “superfeminina”, a atriz precisou de todos esses recursos e o resultado é atestado através de um corpo “sequinho e firme” aos 35 anos – idade em que muitas mulheres começam a apresentar envelhecimento da pele e falta de enrijecimento da pele e dos músculos.

Resumidamente, as celebridades entram no jogo de verdade e legitimação do discurso da mídia pelo fato de serem personalidades em destaque no presente contexto, o que diminui possíveis resistências por parte das leitoras e por personificarem a imagem e o estilo de vida vendido pelas revistas.

3. A TERCEIRA HASTE: A CIÊNCIA E A VERDADE

Como já dissemos, o discurso midiático é marcado constantemente pela presença dos *especialistas da ciência*, ou seja, médicos, nutricionistas, *personal trainers* etc. (*novos educadores*), costumeiramente convocados a falar, através da mídia, em nome da ciência. Em última análise, suas vozes funcionam como ferramentas poderosíssimas de legitimação do discurso midiático, uma vez que atestam a *veracidade* dos conteúdos veiculados ao associá-los às produções científicas, isto é, a essa modalidade de conhecimento hoje consensualmente aceita como *verdadeira*.

Podemos perceber mais claramente essa relação de legitimação estabelecida entre ciência e mídia na incidência de enunciados como “comprovado cientificamente”, “dermatologicamente testado”, “cl clinicamente comprovado” ou “aconselhado por especialistas”, frequentemente repetidos em encartes, matérias e anúncios publicitários de *Corpo a Corpo* e *Boa Forma* – e em outros produtos de mídia. Como exemplo, podemos citar a propaganda da linha de cosméticos *Renew* da empresa *Avon*, presente na edição 245 de *Corpo a Corpo*, de maio de 2009, que diz:

Agora, os resultados de um tratamento estético facial anti-idade... em casa. Apresentamos RENEW REJUVENATE Gel-Creme. Clinicamente comprovado, deixa sua pele mais jovem e radiante, como em um tratamento estético anti-idade*:

- Igual em deixar o tom da pele uniforme.
- Igual em reduzir o tamanho dos poros.
- E ainda melhor para suavizar as linhas.

Use Renew Rejuvenate Gel-Creme Noite... e, para uma suavização instantânea, experimente Rejuvenate Flash. Viva o Amanhã. (CORPO A CORPOi, 2009, p. 04, grifos da autora).

Podemos citar também a propaganda da *Herbalife* presente na edição 239 de *Corpo a Corpo*, de novembro de 2008, que descreve o produto nos seguintes termos:

Presente em 66 países, a Herbalife é líder em vendas diretas de produtos para nutrição e controle de peso. Desenvolvidos por médicos e cientistas reconhecidos em todo o mundo, os produtos Herbalife seguem os mais recentes avanços do setor. Se você procura uma linha de nutrição e cuidados pessoais para deixar ainda mais belo seu espelho, consulte seu Distribuidor Independente Herbalife (...) (CORPO A CORPOc, 2008, p. 83, grifos da autora).

Entretanto, essa relação mídia-ciência não se caracteriza como uma relação unilateral, na qual a mídia seria a maior beneficiada. A ciência utiliza constantemente do poder de difusão dos recursos midiáticos para a manutenção de seu *status* (contemporâneo) de *conhecimento fidedigno e verdadeiro*; ou seja, o regime de verdade estabelecido hoje pela ciência passa, constantemente, por uma intervenção midiática. Assim, ao mesmo tempo em que a ciência concede um ar de credibilidade aos conteúdos midiáticos, ela valida a si mesma, faz-se necessária, diz-se verdadeira e garante a manutenção do seu regime de verdade.

Com isso, queremos apontar o *caráter cientificista do discurso midiático* e o *caráter midiático do discurso da ciência*, isto é, a capacidade da mídia de, por um lado, usar do discurso científico para se autovalidar enquanto saber *confiável* e, por outro, da ciência de utilizar o poder de profusão da mídia para garantir a manutenção do seu regime de verdade.

Para pensarmos um pouco melhor essas questões, vejamos o exemplo da seção *Um tema, 9 Dicas* de *Corpo a Corpo*, da edição 243, de março de 2009. Nessa seção, como o nome já sugere, um tema é apresentado e nove *dicas* a esse respeito são dadas por algum especialista convidado. Entretanto, é importante ressaltar que essa seção não é sempre escrita por *especialistas da ciência*⁴⁶, mas pela riqueza deste material, achamos por bem tomá-lo aqui como exemplo.

⁴⁶ Na edição 239, o tema foi “juventude”, abordado pela dermatologista Shirlei Borelli e, na edição 240, o tema abordado foi “emagrecimento” e o especialista convidado foi o endocrinologista Filippo Pedrinola. Entretanto, a edição 241 tratou do tema “ vaidade” através das dicas da empresária Luiza Brunet; na edição 242, o tema foi “etiqueta na academia” e as dicas foram dadas pela consultora de etiqueta Cláudia Matarazzo; na edição 244, *Corpo a Corpo* abordou o tema “estilo” e quem falou sobre ele foi a consultora de moda e empresária Constanza Pascolato; na edição 245, o tema foi “maternidade”, abordado pela apresentadora Didi Wagner; já a edição 246 trouxe como tema “relacionamento”, trabalhado pela atriz Mônica Martelli e, por fim, a edição 247 abordou o tema “autoestima” através das dicas da apresentadora e modelo Mariana Weickert.

Logo no princípio da seção, um pequeno encarte sugere uma ideia geral a respeito do tema abordado, no caso, *a busca pela perfeição* através das cirurgias plásticas. Diz a revista:

A opção por um estilo de vida mais saudável nem sempre é garantia de uma beleza irretocável. Em alguns casos, diante da baixa autoestima, é preciso recorrer a procedimentos cirúrgicos. Alan Landecker, cirurgião plástico pós-graduado nos Estados Unidos, e autor do livro *Cirurgia plástica: manual do paciente* (ed. BBD), defende que a busca por ideais de beleza deve ser pautada na reflexão, na informação e no planejamento (CORPO A CORPOg, 2009, p. 36).

Podemos levantar algumas questões, desde já: primeiro, o modo imperativo como a revista aborda a necessidade feminina de se submeter a um procedimento de cirurgia (“é preciso recorrer a procedimentos cirúrgicos”) – que em muito faz lembrar o modo imperativo como *Boa Forma*, na matéria outrora citada (*Turbinada? Sim, naturalmente...*), abordava a questão do implante de silicone⁴⁷; segundo, a associação entre “baixa autoestima” e a aparência corporal; terceiro, o nível de especialização e, conseqüentemente, de domínio do conhecimento científico por parte do especialista são ressaltados (“cirurgião plástico pós-graduado nos Estados Unidos, e autor do livro *Cirurgia plástica: manual do paciente*”) como forma de conceder mais credibilidade aos conteúdos veiculados.

Na seqüência, as dicas são dadas. As duas primeiras dizem:

1. *Consulte o espelho.* Pode não ser a tarefa mais fácil do mundo, mas antes de optar por qualquer mudança estética, o primeiro passo é se autoconhecer. “Ele sempre diz a verdade e é preciso analisar a sua imagem, confrontando-a com os seus próprios padrões de beleza. Só assim perceberá o que precisa melhorar e aí poderá buscar meios de conseguir o que deseja”, diz.

2. *Refleta sobre os padrões de beleza impostos.* Embora seja lícito e saudável tentar aproximar-se o máximo possível do seu ideal, é preciso cuidado para não adotar sonhos impossíveis. A busca da saúde e do aprimoramento da aparência devem levar a mais satisfação e autoconfiança, aumentando o prazer de viver e conviver.

Algumas questões são colocadas ao corpo até aqui: primeiro, a intenção da mídia em tornar a mulher uma *vigilante de si*, aqui reforçada pela indicação de uma relação narcísica da mulher com a própria imagem refletida ao espelho (“*Consulte o espelho*”, “Ele sempre diz a verdade”); segundo, a questão dos *padrões de beleza* criados socialmente e cultivados

⁴⁷ É interessante também perceber que tanto *Um tema, 9 dicas*, de *Corpo a Corpo*, como *Turbinada? Sim, naturalmente...*, de *Boa Forma*, foram escritas tomando como referência o saber de Alan Landecker.

individualmente pela mulher na sua relação consigo. Note-se que a revista indica que os padrões devem ser tomados como referência para a mulher quando esta operar sobre seu próprio corpo (“é preciso analisar a sua imagem, confrontando-a com os seus próprios padrões de beleza”, “seja lícito e saudável tentar aproximar-se o máximo possível do seu ideal”).

Na sequência, a terceira dica diz:

3. *Milagres não existem.* As cirurgias plásticas, em geral, têm o objetivo de recuperar alguma característica perdida por causa da ação do tempo ou, ainda, de proporcionar pequenos reparos. Por isso, é bom desconfiar de médicos que prometem mudanças impactantes na aparência. “Os riscos de que o resultado não agrade, nesse caso, é bastante grande”, alerta Alan.

Seguindo a lógica *normativa*, tão comum ao discurso da mídia, a terceira dica aponta os objetivos das cirurgias plásticas (“o objetivo de recuperar alguma característica perdida por causa da ação do tempo ou, ainda, de proporcionar pequenos reparos”), ao passo que a *dimensão prescritiva* se faz presente nas demais dicas, como é o caso da quarta, quinta e sexta dicas:

4. *Imponha limites.* Quando a busca pela perfeição vira uma perseguição, o resultado é negativo. “Em vez de uma melhora na qualidade de vida, algumas mulheres acabam se submetendo a situações bem estressantes, que envolvem ansiedade constante. É preciso estar atenta”.

5. *Escolha a dedo equipe e hospital.* Embora o cirurgião plástico seja responsável pela condução do procedimento, e por garantir os bons resultados da operação, é essencial que ele esteja cercado de uma equipe médica capaz de dar o apoio necessário. Além disso, é preciso que o hospital ou a clínica tenha equipamento disponível em caso de complicação súbita.

6. *Obtenha muita informação.* Para tirar proveito dos recursos disponíveis, com segurança, é preciso conversar bastante com o médico que escolheu. “Nunca saia do consultório com dúvidas”, aconselha Alan.

Mas é importante percebermos que a *beleza* é apontada pelo discurso midiático como uma espécie de *objetivo maior*, que estende seus tentáculos sobre as mais variadas dimensões da vida da mulher. Para vencer os efeitos do tempo ou modificar alguma *imperfeição* corporal, através da cirurgia plástica, a mulher deverá se preocupar com sua alimentação, com a *qualidade de vida* e, é claro, fazer tudo isso sempre sob a prescrição e orientação médica.

7. *Mantenha uma vida saudável.* “A cirurgia plástica faz parte de um programa de bem-estar, que deve incluir uma boa alimentação, a prática de exercícios físicos e de relaxamento, que proporcionem também o equilíbrio das emoções”, explica Alan.

Mas não apenas a dimensão física do corpo feminino é almejada pelos tentáculos dos imperativos da beleza: a dimensão emocional da mulher deve também ser observada, cuidada, vigiada, controlada, em nome desse *bem maior* que é a beleza:

8. *Cuide do emocional.* Superestimar o impacto de uma mudança na aparência é um erro muito comum. “Por isso, seria interessante que todas as pessoas conversassem com um psicólogo antes de se submeter a uma operação”, indica Alan.

9. *Controle a ansiedade.* O efeito não surge de uma hora para outra, num piscar de olhos. “A calma é uma grande aliada, em todos os momentos. Depois da cirurgia, às vezes é necessário restringir movimentos e atividades por semanas e o resultado final pode demorar para aparecer. Quanto menos ansiedade, menos sofrimento”.

Por fim, através das normas e prescrições dos especialistas da ciência (*novos educadores*), um corpo *feminino* é desenhado aos poucos: um corpo tecnologicado, atravessado pelos saberes advindos da ciência. Um corpo regido pela tônica da beleza, do bem-estar, da eterna juventude; um corpo magro, limpo de *imperfeições*; cortado, rasgado em sua anatomia *original*; acrescido (de próteses) ou mutilado; reelaborado em mesas cirúrgicas. Um corpo que se alimenta *bem*, que consome fibras, vitaminas, proteínas e que evita os carboidratos, açúcares e gorduras. Um corpo que busca estar *bem* vestido, colorido ou apagado pelas maquiagens, cremes e óleos bronzeadores; um corpo cujo cabelo pode ser por múltiplas vezes colorido, descolorido e recolorido, pois os produtos utilizados *não lhe causarão danos*. Afinal, são *dermatologicamente testados*.

O discurso da ciência perpassa todo esse desenho corporal, concedendo fidedignidade aos conteúdos expostos, legitimando e garantindo a segurança necessária para que as mulheres se lancem nessa *aventura segura* rumo ao tão desejado *corpo perfeito*. Cada um dos especialistas convocados garante o ar de segurança necessário à proposta midiática de um *corpo belo*. Ao mesmo tempo, fazem a manutenção de seus saberes como os *saberes confiáveis, úteis e necessários* para que a beleza seja atingida. Desse modo, podemos afirmar que a mídia necessita da ciência para validar seus investimentos, mas também que a ciência necessita da mídia para validar – cada vez mais – a si mesma. E o jogo continua.

CONCLUSÃO

Mídia e Educação

Chegamos, por fim, ao momento de encerrarmos este trabalho. Momento complexo, principalmente por uma sensação que nos toma, neste momento, de que nos restam muito mais *lacunas* a serem preenchidas do que propriamente *respostas*; que os campos de investigação se multiplicaram e que, por isso, existem hoje muitos outros caminhos a serem percorridos e inúmeras novas questões a que, no limite deste estudo, não pudemos responder.

Relembrando, o objetivo geral desta pesquisa era o de elaborarmos uma análise a respeito dos processos de subjetivação do corpo feminino na contemporaneidade, no que concerne às práticas imagético-discursivas veiculadas pela mídia, buscando problematizar os processos formativos aí implicados. Especificamente, queríamos, em primeiro lugar, analisar as imagens e os enunciados midiáticos na sua relação com a produção de ideais de corpo feminino; em segundo lugar, identificar e problematizar os processos de subjetivação do corpo feminino na sua relação com as *tecnologias políticas do corpo*; e, por fim, problematizar os processos formativos que envolvem a produção imagético-discursiva do corpo feminino.

Desse modo, nosso estudo esteve ancorado sobre três frentes de problematização: primeiro o *corpo*, centro do estudo, objeto em questão; segundo, a *mídia*, via de observação dos processos contemporâneos normativo-prescritivos de subjetivação do corpo feminino; terceiro, a *educação*, identificada como os processos de subjetivação em si; e, na transversalidade dessas três frentes, esteve a *arqueogenealogia*, que nos forneceu os preceitos teórico-metodológicos para desenvolvermos a pesquisa.

Entretanto, pela experiência com a pesquisa, percebemos que a ligação que estabelecemos entre a educação, a mídia e o corpo nunca se mostrou perfeitamente clara para diferentes segmentos de pesquisadores do campo da Educação. Frequentemente, fomos defrontados com um incômodo comum a esses pesquisadores no que toca à viabilidade do desenvolvimento de uma pesquisa, circunscrita no campo da Educação e que possui como objetivo pensar a formação do *corpo* (feminino) a partir de uma (mera) análise discursiva da mídia, sem haver, portanto, uma preocupação de nossa parte em circunscrevermos a análise a alguma *instituição educacional* como a escola, um movimento social ou, quando muito, por conta da especificidade do *corpo* como objeto de problematização, a uma academia de ginástica.

Esse incômodo da comunidade acadêmica materializou-se sob forma de uma pergunta: “onde está a *educação* (nessa pesquisa)?”. Uma pergunta frequente e direta, por nós ouvida

inúmeras vezes ao longo desses dois anos de desenvolvimento da pesquisa e que, afinal, acabava assumindo *ares de suspeita* sobre nosso objeto de estudo.

Devido a tão forte resistência ao nosso estudo, achamos por bem, ainda que no fechamento deste trabalho, darmos uma satisfação à comunidade acadêmica a respeito dos pontos que se mostraram *mais frágeis* em nossa argumentação segundo sua compreensão. Para tanto, buscamos compreender primeiramente o que levava esses pesquisadores a não identificarem uma problemática *educacional* em nosso trabalho. Assim, pudemos elencar três respostas.

A primeira faz referência à terminologia por nós empregada, que tem causado um certo estranhamento na comunidade acadêmica. Ora se nos valem de expressões como *enunciados, práticas discursivas, processos de subjetivação, produção do sujeito* ou *do corpo*, é porque mantemos uma coerência metodológica com a arqueogenealogia, que nos leva a posicionar a problemática educacional de outro ponto de vista. Nesse sentido, nossa posição é clara: para nós, *educação* consiste em *processos de subjetivação*, de *produção de sujeitos*, ou seja, modos e técnicas que perpassam o indivíduo, produzindo-o de uma dada maneira, segundo este ou aquele objetivo.

Essa produção, a qual, no caso deste estudo, podemos denominar *produção midiática imagético-discursiva do corpo feminino*, está articulada à noção de *processo de subjetivação*, lembrando que o termo *subjetivação* designa um processo pelo qual se obtém a constituição de um *sujeito*, e que os modos ou processos de subjetivação ocorrem, de um lado, a partir das *práticas de objetivação* – quando o sujeito está submetido ao outro – e, de outro lado, a partir da relação que o sujeito estabelece consigo – por meio de um certo número de técnicas que o permitem conhecer a si próprio.

A segunda resposta se refere ao foco de nosso estudo: a mídia.

Parece-nos que, para muitos pesquisadores do campo da Educação, pelo fato de não focarmos nosso estudo na escola ou em qualquer outro meio (educacional) de confinamento, não poderíamos estar falando em *educação* e, assim, dos temas e problemas por ela suscitados.

Mas essa questão nos remete, uma vez mais, à concepção que cada perspectiva teórico-metodológica trás a respeito do que vem a ser *educação*. Para muitos pesquisadores, a *educação* só poderia ser pensada se veiculada à instituição *escola*; alguns, entretanto, avançam nessa concepção e já conseguem perceber manifestações *educacionais* ocorrendo em movimentos sociais, sindicatos etc.

Todavia, parece que até mesmo a esse segundo grupo de pesquisadores, a mídia se caracterizaria apenas como uma instância de *entretenimento e informação*, e não como uma instância *formativa*, não lhe concedendo nenhum mérito no tocante à *formação humana*; não conseguindo perceber que na incidência e insistência da mídia sobre determinadas imagens e enunciados, o ideário contemporâneo dos sujeitos e o próprio sujeito vão sendo constituídos.

A esse respeito, é difícil não vir à mente o exemplo das mulheres que mudam seus hábitos e passam a se alimentar de modo distinto, a malhar, a usar cosméticos desta ou daquela forma, ou mesmo aquelas que se submetem a cirurgias plásticas, todas guiadas basicamente pelos conselhos e indicações que encontraram em sua revista favorita.

Então, questionamos: não há aí uma manifestação de *formação*? Mas afinal, o que hoje podemos entender por *formação*?

Se a *Psicologia da Aprendizagem* costuma dizer que *aprender* consiste em uma *mudança de comportamento*, não se poderia então dizer que essas pessoas que adquiriram novos hábitos, a partir de sua relação com os produtos de mídia, passaram por um processo de *aprendizagem*? Entendemos que sim; que a mídia se constitui como um poderoso aparelho de formação humana; um *aparelho de saber* que faz circular inúmeros saberes sobre o corpo feminino e que o *forma* segundo tais saberes; e também um *aparelho de poder* que investe a mulher contemporânea, submetendo-a a um dado regime de verdade sobre seu corpo.

Entretanto, com o passar do tempo e a maturação do projeto, conseguimos pouco a pouco fazer com que alguns segmentos da comunidade acadêmica percebessem a viabilidade e a relevância de elaborarmos, circunscrita ao campo de pesquisas em Educação, uma análise do discurso da mídia, a fim de perceber os processos contemporâneos de subjetivação feminina.

Contudo, não foi uma abertura completa, visto que muitos mantiveram as cobranças de que nos inseríssemos, ao final, em algum meio institucional, de modo a tirarmos uma *contraprova* que atestasse a *veracidade* do que concluíssemos a partir da análise discursiva. Infelizmente, ainda hoje, para muito pesquisadores, a *educação* é um *ente* que só pode ser visto em seu amplo funcionamento se circunscrito em algum meio institucional físico como a escola, por exemplo.

Por fim, nossa terceira resposta refere-se ao objeto desta pesquisa: o corpo.

Creemos que a dificuldade de entendimento de muitos pesquisadores a respeito do direcionamento por nós dado à *educação* neste trabalho esteve ligada, em grande medida, à associação comumente feita entre a *educação* e a *cognição humana*, relegando-se, dessa forma, o *corpo* a um segundo plano, no qual ele é visto como um ente que obedece apenas às

leis da biologia. Isso inviabilizaria a associação entre *corpo* e *educação*, visto que, se caracterizado unicamente pelas leis orgânicas de sua existência, ou seja, por forças que extrapolam os limites da ação humana, o corpo não poderia ser algo *educável*.

Entretanto, assim como Foucault, entendemos o corpo como um *ser* histórico, cujas estruturas se ligam às relações de saber e de poder que o atravessam e o (re)compõem de uma dada forma, conforme a época. Em outras palavras, compreendemos o corpo como um efeito, um produto das relações de saber-poder; um *ser* educável e mutante, conforme os investimentos sobre ele incididos.

Por exemplo, o corpo do camponês medieval não pode ser comparado ao corpo do proletário moderno; bem como o corpo desse proletário não tem como ser comparado ao corpo dos trabalhadores das linhas de produção contemporâneas, os quais têm de lidar constantemente com as tecnologias informáticas e com a robótica. O primeiro tinha seu corpo regido pelo tempo da natureza, guiado pelo dia, pela noite, pela colheita, pelas estações do ano etc.; o segundo teve seu corpo condicionado ao tempo dos relógios e das máquinas, além, é claro, da mecanização e fragmentação da produção; o terceiro, por sua vez, tem seu corpo condicionado à informação, aos códigos binários, à linguagem imagética e ao imperativo da velocidade.

Quanto ao corpo da mulher, ele também passou e passa por múltiplas transformações. No início do século XX, por exemplo, o corpo feminino era entendido como uma *entidade* intocável que, se acometido pelo mal da feiúra, poderia, quando muito, ter seus *defeitos* disfarçados ou tratados com algum elixir *curativo*, visto que havia uma associação entre feiúra e doença, ao passo que a beleza era entendida como um dom ofertado por Deus e não uma conquista ou um produto de esforços individuais (Sant'Anna, 1995).

Na contemporaneidade, o *corpo belo* se tornou um constante *vir a ser*. A *beleza* não é mais algo associado a *qualidades inatas* da mulher, mas ao trabalho constante de cada uma deve realizar sobre si. Ser *bela* tornou-se uma responsabilidade de cada uma consigo; o corpo, apenas um *ser* de formas variáveis frente às muitas interseções tecnológicas por que ele deve que passar. Assim, esta ideia atual que temos em relação ao corpo feminino nem sempre foi a mesma e não necessariamente continuará sendo no futuro, visto que os investimentos sobre ele estão em constante mudança – uma vez que também regidos pela história.

Resumidamente, compreendemos que o corpo pode ser *educado*, pois ele é histórico, mutável e condicionado aos processos histórico-políticos e aos mecanismos de poder que o investem.

Educação e Corpo

Neste ponto, a questão que se coloca é: se o corpo pode ser *educado*, quem o *educa*? Quais as instâncias responsáveis pela *educação do corpo*?

Em todas as formas de organização social, sempre houve a presença de algum tipo de preparação dos mais jovens para sua socialização e para a manutenção da produção. No contexto da *sociedade disciplinar*, em um período de massificação da produção e do consumo, de uma forte explosão demográfica e do advento da indústria, o que gerou uma grande demanda por mão-de-obra qualificada a essa modalidade específica de trabalho, ou seja, mão-de-obra *dócil*, a escola despontou como uma das instituições centrais nos processos de subjetivação humana. Daí resulta, em grande parte, a posição de muitos pesquisadores que constantemente impuseram a nosso trabalho a necessidade de que inseríssemos nossas análises no âmbito institucional escolar.

Entretanto, vivenciamos um momento de transição histórica, em que passamos de um modelo de *sociedade disciplinar* para um modelo de *sociedade de controle*. Qual a principal diferença? Na primeira, o controle humano se dava, necessariamente, pela inserção dos corpos em algum meio de confinamento – como a escola, a prisão etc.; na *sociedade de controle*, por sua vez, o controle humano tende a se alastrar por toda a dimensão da vida: é a era do “sorria, você está sendo filmado”, das senhas, dos *chips*, do rastreamento via satélite; de modo que se pode saber onde cada indivíduo está, independentemente de estar em casa, no trabalho ou na rua. Não há mais a necessidade dos cerceamentos. O indivíduo é controlado e chamado a controlar a si, o tempo todo.

Neste contexto, justamente por sua capacidade de controle ininterrupto dos indivíduos, a mídia vem despontando no papel de agente de subjetivação do corpo feminino contemporâneo. Seja em casa, na rua ou no trabalho, o ideário feminino é constantemente formado sob as imagens, os enunciados, enfim, sob o regime de verdade que a mídia produz e faz circular, estabelecendo modos de vida e determinando comportamentos.

Assim, a mídia destaca-se como uma das grandes instâncias hoje responsáveis pela educação do corpo, pela subjetivação da mulher. A essa manifestação de *educação* estabelecida na relação cotidiana dos corpos com os produtos de mídia, denominamos *educação midiática* – também chamada por Fischer (2002) por *dispositivo pedagógico da mídia*. As estruturas dessa *modalidade de ensino* obedecem a dois planos: de um lado, observamos a recorrência de certas *estratégias discursivas* utilizadas pela mídia e que, em uma analogia, poderiam ser entendidas como os *recursos didáticos* utilizados por ela a fim de

concretizar sua dimensão *pedagógico-formativa*; e por outro, as *estratégias de legitimação* do discurso, que servem para estabelecer e manter o funcionamento do regime de verdade instaurado pela mídia.

Como *estratégia discursiva*, percebemos a recorrência de uma certa *maleabilidade do discurso* da mídia, que tem a ver com a sua capacidade de atuar em diversas frentes de argumentação, de modo a capturar o máximo possível de resistências em sua rede de verdades. Assim, um investimento que ora é apresentado como *próprio ao embelezamento*, imediatamente é apontado como bom à saúde, ao relaxamento, ao rejuvenescimento etc., de forma que, independentemente do objetivo prévio da mulher (ser *bela, saudável* ou *jovem*), o importante é que não deixe de se submeter aos cuidados com o corpo.

Mas para que essa maleabilidade funcione, ela precisa de uma multiplicidade de saberes que se articulem e se complementem. Esses saberes são transmitidos às mulheres através dos *especialistas*, por nós denominados como os *novos educadores*; ou seja, médicos, nutricionistas, *personal trainers*, manicures, esteticistas, cabeleireiros, enfim, profissionais de variadas áreas, que não atuariam *classicamente* como *educadores*, mas que, através da exposição de seus saberes, técnicas, procedimento, enfim, de suas *dicas*, acabam por se tornar verdadeiros *mestres*, a ensinar às mulheres a como lidarem com seus próprios corpos.

As *dicas* se apresentam como pequenas ordens ao corpo, que lhe dizem, afinal, como se portar, como olhar para si e o que desejar de/para si. Disfarçadas sob um ar de cumplicidade entre a mídia e suas espectadoras, as *dicas* se caracterizam pelo par *normas e prescrições*, ou seja, por um duplo jogo que, no mesmo mecanismo que impõe regras ao corpo, prescreve os caminhos para a obtenção disso que se objetiva (algo como “emagreça com saúde”, “acrescente linhaça a suas refeições”), o que caracteriza a *dimensão normativo-prescritiva*, que, afinal, compõe o cerne da *educação midiática*.

Mas a mídia não utiliza apenas as dicas para ditar regras ao corpo: as imagens também entram nesse jogo de investimentos como uma das principais ferramentas midiáticas de subjetivação feminina. Elas estabelecem modelos a ser seguidos; elas formam o olhar e o ideário feminino do que um corpo *belo* deve ser. São espelhos que funcionam de modo inverso, uma vez que não expõem a realidade aos olhos de quem os mira, mas dão aos olhos as formas a serem buscadas quando estes olharem pra si.

Todas essas estratégias discursivas convergem, de algum modo, ao *controle de si*, ou seja, à capacidade de cada mulher em se tornar a maior vigilante das mínimas operações e mudanças de seu próprio corpo; capacidade essa extremamente necessária para o funcionamento da educação midiática, tendo em vista que ela não conta com o olhar vigilante

do professor sobre seus alunos; desse modo, compete a cada sujeito olhar, controlar e avaliar a si mesmo, segundo os parâmetros estabelecidos pela mídia.

Além de seus *recursos didáticos*, a *educação midiática* conta também com certos recursos de legitimação do seu discurso midiático que visam garantir, junto aos sujeitos da enunciação, a credibilidade, a segurança e a confiabilidade necessárias à manutenção do seu regime de verdade. Para tanto, ela lança mão da voz de três personagens que atuarão como agentes de legitimação do discurso: as *leitoras*, as *celebridades* e a *ciência*.

A relação estabelecida entre as leitoras e os produtos de mídia, entretanto, se mostrou um pouco mais complexa do que *a priori* pensávamos, posto as diferentes posições da mulher em relação ao discurso: primeiro, ela se constitui como um *alvo do poder midiático*, ou seja, aquela para quem o poder se volta e estrutura seus investimentos; segundo, como um *agente de si*, pois a mulher cuida de si, controla a si, deseja para si, ou seja, não apenas a mídia atua sobre ela, mas ela mesma opera sobre si; e, por fim, como um *agente do outro*. Então, ela age de modo a garantir o funcionamento do regime de verdade da mídia, pois ela não apenas atua sobre si, mas, pela divulgação de seus exemplos, ela concede à mídia o *status* de *conhecimento fidedigno*, de *saber confiável* e *seguro*, que pode ser utilizado também pelas demais mulheres ao atuarem sobre si para se *embelezarem*.

No tocante às colocações dos pesquisadores do campo da Educação a respeito de suas exigências para que inseríssemos nosso trabalho no âmbito das academias de ginástica, a fim de garantirmos, com entrevistas e intervenções, uma contraprova que atestasse a veracidade da atuação da mídia sobre o ideário feminino contemporâneo, assinalamos que os depoimentos das leitoras presentes nos produtos de mídia dispensaram esse tipo de intervenção, visto que eles refletem a *realidade*, não uma virtualidade ou uma invenção fantasiosa; refletem o que mulheres *reais* pensam, sentem ou fazem; além, é claro, como ressaltamos, de eles servirem também como fontes de legitimação do discurso e, conseqüentemente, de formação do ideário feminino. Não vimos, dessa forma, a necessidade de elaborarmos entrevistas para, afinal, obtermos um mesmo material que já está presente nas páginas das publicações.

A segunda via de legitimação do discurso midiático é expressa pela voz das *celebridades* que, no contexto atual, desfrutam de uma posição socialmente bem vista e, por isso, são costumeiramente apontadas como exemplos, como *modelos de beleza* a serem seguidos. Com suas imagens e seus exemplos, elas ditam regras ao corpo, apontam vias para obtenção da forma-corpo representada por elas, ao mesmo tempo em que legitimam o discurso da revista ao atestarem que suas imagens foram construídas mediante sua submissão

aos procedimentos, às técnicas constantemente apontadas pela mídia como as vias *corretas* de cuidados com o corpo.

Por fim, a terceira via de legitimação é concretizada pela voz e autoridade da ciência, a qual desfruta de forte credibilidade no cenário contemporâneo, sendo constantemente apontada como o *conhecimento verdadeiro* de nossa época. Sua relação com a mídia é pautada em um duplo jogo, com o qual, ao mesmo tempo em que se concede ares de segurança e credibilidade aos conteúdos veiculados pela mídia, ela se autovalida no ideário contemporâneo como conhecimento verdadeiro e fidedigno.

Corpo e Mídia

Já sabemos, portanto, que a mídia possui uma capacidade formativa (por nós denominada *educação midiática*), a qual é dotada de estratégias e recursos próprios para seu funcionamento e legitimação. Agora, cremos ser válido voltarmos nossas considerações finais para discutirmos com mais afinco este que, afinal, constituiu-se como o centro de nosso estudo, nosso objeto de problematização: o *corpo feminino contemporâneo*. Afinal, que corpo é este que a mídia está *formando*? Qual o seu perfil?

Conforme o material por nós analisado, a principal exigência feita ao corpo feminino não remete à ideia de que ele deva ser *inteligente, bem-sucedido, autônomo, independente, perspicaz, engraçado*. O corpo feminino investido pela mídia deve ser um corpo *belo*; ou seja, um corpo *magro, jovem, saudável, sarado, na moda, consumista e relaxado*.

Para que alcance tais objetivos, ele, segundo a mídia, deve se submeter às *tecnologias políticas do corpo*, ou seja, às dietas, às cirurgias plásticas (implantes de silicone, abdominoplastia, rinoplastia etc.), aos procedimentos de medicina estética (aplicação de botox, preenchimentos faciais, *lasers* etc.), praticar de exercícios físicos, usar cosméticos, fármacos e *shakes*, submeter-se a processos de texturização (alisar, cachear, cortar) e coloração dos cabelos; enfim, a variadas técnicas que trabalham, esculpem, que moldam, enfim, as formas e a imagem do corpo.

Desse modo, o corpo subjetivado pela mídia é, antes de tudo, um corpo tecnologizado, atravessado por múltiplas técnicas artificiais de produção de formas-corpo. Trata-se também de um corpo *descartável, narcísico e consumista*.

Descartável porque tem suas formas variáveis (mediante a *vontade individual* de cada uma sobre si) e transmutáveis na relação que estabelece com as tecnologias que atuam sobre ele e o modificam de variadas formas, *corrigindo seus defeitos* e modificando constantemente

sua imagem. Um *corpo efêmero*, que aprendeu a se relacionar consigo conforme os mesmos parâmetros frívolos que mantém com os bens que consome no presente contexto – em que se consome muito e se descarta cada vez mais rápido, a fim tão somente de se adquirir novos bens, que também serão brevemente descartados, em um ciclo inesgotável⁴⁸.

Narcísico, uma vez que se trata de um corpo que constantemente é chamado a olhar para si, a cuidar de si, a vigiar as mínimas operações e alterações de sua aparência, estabelecendo uma relação solitária consigo e com sua imagem refletida no espelho. Um corpo tecnologizado, portanto; atravessado por essas inúmeras tecnologias que lhe modelam e remodelam segundo, unicamente, a vontade de cada um sobre si, sendo que isso não lhe causa nenhum constrangimento, pois, em nome da *beleza*, qualquer *sacrifício* é válido – de um modo tal que esses investimentos já entram para o rol dos *sonhos* e *desejos* das mulheres contemporâneas.

No início desta pesquisa, costumávamos refletir a respeito dos motivos que levam as mulheres a se submeterem a tantas técnicas que visam tão somente à manutenção, conservação ou mesmo produção de sua imagem corporal. Nossa primeira hipótese seria a de que as mulheres o fazem por conta da relação que estabelecem com o *olhar do outro*, sendo este *outro* personificado no olhar masculino. Entretanto, costumeiramente ouvimos falar a respeito da obsessão feminina com o olhar de outras mulheres sobre si; preocupação essa que, segundo tal hipótese, sobreporia seu desejo em agradar o olhar masculino.

Entretanto, não encontramos em nossa amostra nenhum indício que apontasse para essa relação entre os cuidados femininos consigo e o olhar feminino das outras mulheres sobre si, e também pouquíssimas foram as matérias que fizeram algum tipo de referência ao olhar masculino sobre a mulher⁴⁹. Nossas observações nos levaram a perceber, como já dissemos, que o corpo feminino contemporâneo é um corpo narcísico que vive a cuidar de sua aparência, em uma relação solitária com a sua imagem refletida no espelho.

Por fim, trata-se de um corpo *consumista* porque ele está envolvido em um consumo exacerbado e num constante *de moda*, que condiciona seu comportamento e seus hábitos em torno da eterna busca pelo *novo*, pelo *mais recente*, pelo *mais moderno* em termos de roupas, cosméticos, cirurgias plásticas, procedimentos de medicina estética, dietas, fármacos etc.⁵⁰

Em uma imagem, ilustramos esse *corpo feminino* com o exemplo de Kelly Bertaco, que afirma ter perdido 75 quilos pondo em prática tudo que aprendeu com a *Boa Forma*. Uma

⁴⁸ A esse respeito, veja O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas, de Lipovetsky.

⁴⁹ Precisamente, foram apenas duas: *Um olhar masculino sobre nós*, da edição 239 de *Corpo a Corpo*, de novembro de 2008, e *Linda e pronta pra seduzir*, presente na edição 246 de *Corpo a Corpo*, de junho de 2009.

⁵⁰ A esse respeito, ver A Vida Para Consumo, de Bauman.

mulher vitoriosa, que alcançou *seus* objetivos através de seus cuidados consigo, das múltiplas tecnologias que a atravessam, e, principalmente, pelas muitas orientações que encontrou através da mídia.



Figura 36 – Seção *Eu consegui* presente em *Boa Forma*, de maio de 2009

Horizontes

Como dissemos no início desta seção, terminamos este trabalho com muito mais *dúvidas* que propriamente *conclusões*. Múltiplos caminhos investigativos foram apontados como horizontes de novas escavações, novas pesquisas, novas problematizações. Por exemplo: por que justamente as mulheres são alvos tão fortemente focados pela mídia?

Até que ponto, tomando o que fora assinalado por Sant'Anna (1995), esses investimentos feitos no corpo feminino, a partir da década de 1960, realmente revelam uma libertação da mulher em relação à moral católica, patriarcalista e machista que a submeteu a um regime que associava *embelezamento* e *libertinagem*? Até que ponto a mulher hoje ser livre para embelezar-se realmente revela uma *conquista* feminina?

Em nome da beleza, da *livre vontade individual*, quais os mecanismos de poder, de controle e aprisionamento se impõem à mulher contemporânea?

No que toca aos investimentos feitos no corpo feminino, percebemos que, em grande medida, eles acabam por desenhar um corpo que se encaixa perfeitamente nos desejos sexuais

masculinos sobre o corpo da mulher: nádegas fartas, coxas grossas, seios rígidos, cintura fina, rosto jovem, corpo depilado etc. Então, esses investimentos que levam a mulher a olhar e cuidar de si, na verdade, não evidenciam uma manifestação de maleabilidade do discurso, de modo a capturar a subjetividade feminina contemporânea, mantendo-a circunscrita em um *registro machista de poder?*

Ainda a respeito dessa questão do machismo, levantamos outras questões quanto ao *uso* que a mídia faz desse corpo feminino por ela produzido.

Observamos que o mesmo perfil de corpo (*malhado, magro, saudável e jovem*), tão minuciosamente trabalhado e apontado às mulheres como *ideal* por meios midiáticos escritos (como *Corpo a Corpo* e *Boa Forma*) está, em canais de televisão, aparecendo seminu, a dançar e a sorrir, atuando praticamente como *cenário*, como uma mera peça de decoração dos programas televisivos. *Domingão do Faustão* (Rede Globo), *Caldeirão do Huck* (Rede Globo), *O Melhor do Brasil* (Rede Record) e *Pânico na TV* (RedeTV!) são apenas alguns exemplos de programas que utilizam a imagem das mulheres dessa forma. Não sabemos seus nomes, não sabemos quem são. São apenas corpos, silenciados e belos, trajando poucas roupas, cujas virilhas, nádegas e seios são filmados e veiculados sem grandes pudores por parte da produção dos programas. Corpos sem identidade, mas *belos*, que tão somente alimentam e retroalimentam os desejos sexuais masculinos e bombardeiam o ideário feminino com uma dada imagem corporal.

Mas estes são apenas alguns dos outros questionamentos que foram pouco a pouco surgindo como horizontes de possíveis novas pesquisas a serem desenvolvidas; sinalizações de caminhos que percebemos, mas que o limite dos objetivos por nós estabelecidos nos impediu de seguirmos e investigarmos. Ficam aqui apenas registrados, para futuros estudos nossos ou de outros pesquisadores que porventura se interessem em tentar aprofundá-los (ou corroborá-los). De nossa parte, cremos ter conseguido, dentro do possível, responder aos objetivos prévios desta pesquisa. Restam os horizontes; mas só os horizontes poderão nos dizer por qual caminho, de agora em diante, devemos seguir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGLIO, Annamaria; CAGNONI, Carmem. Vejo flores em você. **Corpo a Corpo**. São Paulo, nº 237, set. 2008.

BAUMANN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CAMBI, Franco. **História da pedagogia**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP (FEU), 1999. (enciclopédia)

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao Corpo e Sociedade:** mídia, cultura de consumo e estilo de vida. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

CASTRO, Edgardo. **Vocabulário Foucault:** um percurso pelos seus temas, conceitos e autores. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

CÉSAR, Karine. **1, 2, 3 adeus barriga. Corpo a Corpo.** São Paulo, ano 21, n.238, p. 148, out. 2008.

COELHO FILHO, Carlos Alberto de Andrade. **Metamorfoses de um corpo andarilho:** busca e reencontro do algo melhor. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2007.

COUTO, Edvaldo Sousa. Uma estética para corpos mutantes. In: COUTO, Edvaldo Sousa; GOELLNER, Silvana Vilodre (org.). **Corpos mutantes:** ensaios sobre novas (d)eficiências corporais. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2007.

DELEUZE, Gilles. **Conversações, 1972-1990.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

EGLE, Telma. S.O.S. beleza (truques que salvam qualquer produção). **Corpo a Corpo.** São Paulo, nº 238, out. 2008.

EWALD, François. **Foucault:** a norma e o direito. Lisboa: Vega, 1993. 1ª ed.

FIGUEIRA, Márcia Luiza Machado; GOELLNER, Silvana Vilodre. A promoção do estilo atlético na revista Capricho e a produção de uma representação de corpo adolescente feminino contemporâneo. **Revista Brasileira De Ciências Do Esporte,** Campinas, vol.26, p.87-97, jan. de 2005

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. In: **Educação e pesquisa.** São Paulo, v. 28, n. 1, p. 151 – 162, 2002.

_____. **Mídia e educação da mulher:** uma discussão teórica sobre os modos de enunciar o feminino na TV. Disponível em <http://www.scielo.com.br>. Acesso em: 30 de junho, 2010a.

_____. **O visível e o enunciável no dispositivo pedagógico da mídia:** contribuição do pensamento de Foucault aos estudos de comunicação. Disponível em: <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=4&s=9&a=34>. Acesso em 30 de junho, 2010b.

FONTES, Malu. Os percursos do corpo na cultura contemporânea. In COUTO, Edvaldo Souza; GOELLNER, Silvana Vilodre. **Corpos mutante:** ensaios sobre novas (d)eficiências corporais. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979. 13ª.ed.

_____. **Arqueologia do saber.** Rio de Janeiro: Forense Editora, 2008. 7ª ed.

_____. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 1999.

_____. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1987.

GALLO, Silvio. **Deleuze e a educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008. 2ª. ed.

GOOGLE dá até corte de cabelo a funcionários. **Info**, São Paulo, 2007. Disponível em <<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/052007/10052007-12.shl>>. Acesso em: 30 jun. 2010.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**: antropologia e sociedade. Campinas: Papyrus, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LUBLINSKI, Débora. Turbinada? Sim, naturalmente... **Boa Forma**. São Paulo, ano 23, n. 9, set. 2008.

_____. Linda e loira. **Boa Forma**. São Paulo, ano 24, n. 6, set. 2008.

LIMA, Homero Luís Alves de. **Do corpo máquina ao corpo informação**: o pós-humano como horizonte biotecnológico. 2004. Tese (Doutorado em Sociologia) – CFCH, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2004.

MACHADO, Roberto. Por uma genealogia do poder. In: FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979. 13ª ed.

_____. **Foucault, a ciência e o saber**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. 3ª ed.

MAFFI, Angélica. Tipicamente Feminina. In: **Canal da Imprensa**. Disponível em <<http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/foco/quarent5/foco10.htm>>. Acesso em: 28 de setembro, 2009.

MELO, José Marques de; TOSTA, Sandra Pereira. **Mídia & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

MORAN, José Manuel. **As mídias na Educação**. Disponível em <http://www.eca.usp.br/prof/moran/midias_educ.htm>. Acesso em: 17 de outubro, 2009.

PERFIL DA REVISTA. **Midiakit**, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.escala.com.br/midiakit/detalhe.asp?revista=2>>. Acesso em 28 set. 2009.

PERFIL DO LEITOR. **PubliAbril**, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=7>>. Acesso em 28 set. 2009.

QUINTANILHA, Leandro. Como se cria um slogan. In: **Revista Língua Portuguesa**. Disponível em: <<http://revistalingua.uol.com.br/textos.asp?codigo=11257>>. Acesso em: 27 setembro, 2009.

SALLES, Carol. 3, 2, 1... Zero!. **Corpo a Corpo**. São Paulo, nº 240, dez. 2008.

_____. Feliz look novo. **Corpo a Corpo**. São Paulo, nº 241, jan. 2009.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

_____. Transformações do corpo: controle de si e uso dos prazeres. In: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luiz B. Lacerda; VEIGA-NETO, Alfredo (orgs). **Imagens de Foucault e Deleuze: ressonância nietzschiana**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

VALENTE, José Armando; PRADO, Maria Elizabette B. Brito; ALMEIDA, Maria Elizabeth Bianconcini (org.). **Educação a distância via internet**. São Paulo: Avercamp, 2003.

VAZ, Andrea. **Tudo pela fama**: idealizações narcísicas na contemporaneidade. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) – Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

VEIGA-NETO, Alfredo. **Foucault & A Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007. 2ª ed.

**LISTA DE REVISTAS CONSULTADAS NA AMOSTRA
E
REVISTAS COMPLEMENTARES DE CONSULTA**

CORPO A CORPO, São Paulo: Editora Escala, ano 21, n. 236, ago. 2008.

_____a, São Paulo: Editora Escala, ano 21, n. 237, set. 2008.

_____b, São Paulo: Editora Escala, ano 21, n. 238, out. 2008.

_____c, São Paulo: Editora Escala, ano 21, n. 239, nov. 2008.

_____d, São Paulo: Editora Escala, ano 21, n. 240, dez. 2008.

_____e, São Paulo: Editora Escala, ano 22, n. 241, jan. 2009.

_____f, São Paulo: Editora Escala, ano 22, n. 242, fev. 2009.

_____g, São Paulo: Editora Escala, ano 22, n. 243, mar. 2009.

_____h, São Paulo: Editora Escala, ano 22, n. 244, abr. 2009.

_____i, São Paulo: Editora Escala, ano 22, n. 245, mai. 2009.

_____j, São Paulo: Editora Escala, ano 22, n. 246, jun. 2009.

_____l, São Paulo: Editora Escala, ano 22, n. 247, jul. 2009.

_____m, São Paulo: Editora Escala, ano 22, n. 248, ago. 2009.

BOA FORMA, São Paulo: Editora Abril, ano 23, nº 9, ed. 257, set. 2008.

_____a, São Paulo: Editora Abril, ano 23, nº 11, ed. 259, nov. 2008.

_____b, São Paulo: Editora Abril, ano 23, nº 13, ed. 261, dez. 2008.

_____c, São Paulo: Editora Abril, ano 24, nº 2, ed. 263, fev. 2009.

_____d, São Paulo: Editora Abril, ano 24, nº 3, ed. 264, mar. 2009.

_____e, São Paulo: Editora Abril, ano 24, nº 5, ed. 266, mai. 2009.

_____f, São Paulo: Editora Abril, ano 24, nº 6, ed. 267, jun. 2009.

_____g, São Paulo: Editora Abril, ano 24, nº 7, ed. 268, jul. 2009.

BOA FORMA ESPECIAL. São Paulo, ano 24, ed. 259, 2009.

CLÁUDIA. São Paulo: Editora Abril, ano 48, nº 11, nov. 2009.

GLOSS. São Paulo: Editora Abril, nº 26, nov. 2009.

MARIE CLAIRE. São Paulo: Editora Globo, nº 233, out. 2009.

PLÁSTICA E BELEZA. São Paulo: United Magazines, ano 10, nº 93, abr. 2008.

ROMANINI, Carolina; ABREL LIMA, Roberta de. Beleza: a perfeição é possível? In: **VEJA**. São Paulo: Editora Abril, ano 41, nº 43, ed. 2084, 29 de out. 2008.

VEJA ESPECIAL MULHER: Editora Abril, ano 43, ed. 2166, jun. 2010.

BIBLIOGRAFIA

BARSTED, Leila de Andrade Linhares. A revisão da modernidade a partir do olhar crítico da mulher. In: BRANDÃO, Margarida Luiza Ribeiro; BINGEMER, Maria Clara L. (org.). **Mulher e relações de gênero**. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História do corpo: da Revolução à Grande Guerra**. Petrópolis: Vozes, 2008.

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

ENGUITA, Mariano. **A face oculta da escola: educação e trabalho no capitalismo**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1989.

FIGUEIRA, Márcia Luiza Machado; GOELLNER, Silvana Vilodre. A promoção do estilo atlético na revista Capricho e a produção de uma representação de corpo adolescente feminino contemporâneo. **Revista Brasileira De Ciências Do Esporte**, Campinas, vol.26, p.87-97, jan. de 2005

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Adolescência em discurso: mídia e produção de subjetividade**. Tese. (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1996.

_____. Foucault e a análise do discurso em educação. In: **Cadernos de pesquisa**. Rio Grande do Sul, nº 114, p. 197 – 123, novembro de 2001.

_____. Problematizações sobre o exercícios de ver: mídia e pesquisa em educação. In: **Revista Brasileira de Educação**. São Paulo, nº20, p. 83 – 94.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

_____. **Ética, sexualidade, política – Ditos & Escritos (vol. V)**. Rios de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

_____. **História da sexualidade: a vontade de saber (vol.1)**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

_____. **Historia de la sexualidad: el uso de los placeres (vol. 2)**. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores S.A., 1987a.

_____. **Historia de la sexualidad: la inquietud de si (vol. 3)**. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores S.A., 1987b.

_____. **Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas**. Buenos Aires: Siglo Veintinuno Editores Argentina, 1968.

GADELHA, Sylvio. **Biopolítica, governamentalidade e educação: introdução e conexões, a partir de Michel Foucault**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

GRANDO, José Carlos. **Sacralização do corpo: a Educação Física na formação da força de trabalho brasileira**. Blumenau: Ed. da FURB, 1996.

HARDT, Michel; NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2006. 8ª ed.

LE BRETON, David. **Sociologia do corpo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Lisboa: Antropos, 1983.

PAIVA, Antônio Crístian Saraiva. **Sujeito e laço social**: a produção de subjetividade na arqueogenealogia de Michel Foucault. Rio de Janeiro: Relume Mumará, 2000.

PORTOCARRERO, Vera; BRANCO, Guilherme Castelo (org.). **Retratos de Foucault**. Rio de Janeiro: Nau, 2000.

QUITANHEIRO, Tania. **Retratos de mulher: o cotidiano feminino no Brasil sob o olhar de viajeros do século XIX**. Petrópolis: Vozes, 1995.

RABINOW, Paul; DREYFUS, Humbert. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica**: (para além do estruturalismo e da hermenêutica). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **Corpos de passagem**: ensaios sobre a subjetividade contemporânea. São Paulo: Estação da Liberdade, 2001.

SILVA, Ana Márcia. **Corpo, Ciência e Mercado**: reflexões acerca da gestação de um novo arquétipo da felicidade. Campinas: editora da UFSC, 2001.

SILVA, Ana Márcia; DAMIANI, Iara Regina (org.). **Práticas Corporais**: experiências em Educação Física para a outra formação humana. Florianópolis: Nauembru Ciência & Arte, 2005. 3º vol.

SILVA, José Maria da. **Apresentação de trabalhos acadêmicos**: normas e técnicas. Florianópolis: Vozes, 2008. 3ª ed.

SILVA, Luiz Carlos Magno. **A nova imagem do pensamento**: um estudo sobre a reversão do platonismo na filosofia de Gilles Deleuze. Teresina: 2007

SOARES, Carmen Lúcia (org.). **Corpo e história**. Campinas: Autores Associados, 2006. 3ª ed.

STRATHERN, Paul. **Foucault (1926-1984) em 90 minutos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

THOMPSON, John B.. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2008. 9ª ed.