

BIOPODER E MÍDIA: A PRODUÇÃO DE IDENTIDADES FEMININAS

BIOWEIGHT AND MEDIA: THE PRODUCTION OF FEMALE IDENTITIES

Leandro Silva Bezerra¹

Maria de Lourdes Faria dos Santos Paniago²

Resumo: Neste trabalho analisamos a produção de identidades femininas pela revista *Women's Health*, a partir da base teórico-metodológica da Análise do Discurso de linha francesa, oriunda dos construtos de biopoder e a relação entre poder, saber e verdade de Michel Foucault. Nosso *corpus* de análise está constituído por 19 edições dessa revista, desde a primeira até a edição de maio de 2010. Os resultados evidenciam que em *Women's Health* tem-se um sujeito delimitado pela aparência corporal; um ser esbelto, dependente de dietas e comidas "saudáveis" elaboradas por *experts* estrangeiros e nacionais, bem como de um estilo de vida moderado e moldado por uma conduta comportamental derivada de uma subjetivação do corpo que busca a beleza e a felicidade nas páginas do seu manual de subsistência na contemporaneidade.

Palavras-chave: Identidades femininas. Mídia. Biopoder. Análise do discurso.

Abstract: In this paper, we analyze the production of female identities by the magazine *Women's Health*, from the theoretical and methodological basis of the Theory of Analysis French Discourse, derived from studies of Pêcheux, and in the constructs of biopower and the relationship between power, knowledge and truth of Michel Foucault. Our analysis corpus is composed of 19 editions of this magazine, from its first to the May 2010's edition. The results show that in *Women's Health* has a subject defined by the body appearance, who is a slender, dependent on diet and "healthy" food prepared by experts and foreign nationals as well as a moderate lifestyle and shaped by a behavioral conduct derived from subjectivity of a body that seeks the beauty and happiness in the pages of her maintenance nowadays manual.

Keywords: Female identities. Media. Biopower. Discourse analysis.

¹ Graduando em Letras-Português-UFG-campus Jataí. E-mail: bzerrals@yahoo.com.br.

² Doutora em Linguística. Professora do curso de Letras da UFG-campus Jataí. Universidade Federal de Goiás-Campus Jataí. E-mail: lurdinhapaniago@terra.com.br.

A mídia e suas verdades subjetivantes

O presente trabalho integra o projeto maior intitulado “Biopoder e mídia: a (re)produção de verdades que produzem identidades”, cujo objetivo é investigar a mídia como produtora de identidades sociais a partir da análise dos discursos que são por ela veiculados bem como problematizar acerca de seu papel disciplinador na sociedade de controle na qual nos inserimos. Particularmente, o nosso objeto de incumbência é a investigação da produção de identidades femininas pela revista *Women’s Health*, cuja primeira edição ocorreu em novembro de 2009 e, desde então, lança uma edição por mês.

Da base teórico-metodológica da teoria da Análise do discurso de linha francesa, oriunda dos estudos de Michel Pêcheux, extraímos as ferramentas conceituais que possibilitam compreender a produção e a reprodução de verdades pela mídia. Ademais, recorremos aos escritos de Michel Foucault, filósofo que concebeu o sujeito como principal foco de suas investigações, no que concerne a dois construtos de sua teoria, a saber: o biopoder e a relação entre poder, saber e verdade.

Trazemos, na seção seguinte, a discussão do *corpus* de análise, o qual foi constituído por 19 edições da revista *Women’s Health*. A primeira edição dessa revista foi publicada em novembro de 2008. Analisamos desde essa edição até a edição de maio de 2010.

O corpo nosso de cada dia em *Women’s Health*

O corpo nosso de cada dia deve seguir vários capítulos dos preceitos de bem estar, longevidade e saúde. Essa tríade é o critério indispensável para a felicidade? Ou, ainda, para a beleza? A nossa odisséia percorre uma busca pela identidade feminina nas páginas da revista *Women’s Health*, a qual proporcionou um extenso *corpus* para a análise que nos propomos a fazer. Em campos distintos do conhecimento, a revista faz seus adentramentos, ora em saúde do corpo, ora na vida social de seus leitores.

A verdade é uma busca incessante do ser humano e a ciência tem seu valor inestimável, pois ela apresenta testes e mais testes para nos provar que seus conhecimentos são merecedores de credibilidade, ou seja, produtores de verdades que não são contestadas pelas pessoas comuns. Somente outro “cientista” que fizer o mesmo trajeto poderá corrigir a verdade de outrora. Apoiando-se na credibilidade do conhecimento científico, a revista supracitada carrega, em todas as suas edições, um arsenal de profissionais de diversas áreas da

saúde, tais como: médicos, psicólogos, educadores físicos, pesquisadores estrangeiros e nacionais (sendo a Universidade de São Paulo, a instituição mais recorrente), com o objetivo de embasar na ciência seu conteúdo.

Porém, o leitor da revista poderá resistir às ideias apresentadas se considerar uma subjetivação do seu “eu” livre, ou melhor, como alguém que é capaz de fazer escolhas próprias. Mas, a revista produz sua verdade e o que se espera é que ela seja adotada tanto como algo natural quanto como um bem próprio. Além disso, espera-se que o leitor perceba e conduza seu bem estar por conta própria, ou seja, o leitor cuidando de si com ajuda de um código fornecido pelos profissionais da *Women’s Health*: “Conduzir-se – isto é, a maneira pela qual se deve constituir a si mesmo como sujeito moral, agindo em referência aos elementos prescritivos que constituem o código” (FOUCAULT, 2009b, p. 34).

A felicidade é o maior bem que o homem pode atingir em sua vida e essa busca tem um norteador que é mutável através dos tempos, antigamente, era a salvação da alma e, hoje, podemos dizer que é o possuir. O dito popular diz que “você é o que você tem”, entretanto temos de ter cuidado com essa expressão, visto que ele não se restringe ao material financeiro, e sim, vai além, ele também está ligado ao corpo que se tem. Segundo Sant’Anna (2001, p. 20), “numa sociedade que, desde pelo menos a década de 1920, começou a nutrir uma franca aversão pelos gordos, a paixão tende a se transformar num bem exclusivo daqueles considerados esbeltos”. É importante lembrarmos que a revista em questão é voltada para a saúde do corpo, desta forma, mostra-se sempre preocupada com questões do tipo peso, alimentação, exercícios físicos, dietas e adentra constantemente nas questões da sexualidade da mulher.

Sabendo do público alvo da revista e seus objetivos, não entraremos no âmbito do julgamento de valor, e sim buscaremos o(s) tipo(s) de identidade feminina que é(são) produzido(s) e com quais instrumentos são disseminados na coletividade. Sermos levados a aceitar as verdades e transformá-las em regras, em um código, é mais eficaz que impor, pois teria de se vigiar e punir para que tais condutas fossem obedecidas.

Vislumbremos, a título de exemplo, um emaranhado de câmeras filmadoras espalhados em todos os lugares para vigiar se as pessoas estão comendo, se estão se exercitando ou ainda se estão em pleno ato sexual. Acreditamos que, ainda, não seja esse o caminho. O melhor seria fazer com que isso seja visto como um cuidado de si, ou seja, não se deve comportar de uma dada maneira por medo de punição ou de ser vigiado, mas sim porque é o melhor para si mesmo. Percebemos que essa última estratégia foi adotada pelo nosso *corpus*: transformar a subjetivação em uma sugestão para o leitor, assim passaria daria

a impressão de existir uma escolha por parte do público da revista em seu cuidado. O corpo estampado na capa da revista é um sonho que você tem e não a revista. Houve um deslocamento de “responsabilidade” pelo bem estar do “eu”. Poderíamos pensar que a revista *Women’s Health* tomasse para si tal demanda, porém ela lança para seu público o dever de cultivar um corpo esbelto, para ficar mais bonito e mais saudável e, concomitantemente, mais feliz.

Com tanta preocupação com o corpo, formularam-se algumas expressões idiomáticas. Como bom exemplo, podemos citar a famosa “boa aparência” que fez parte da maioria dos anúncios de emprego nas últimas décadas. Lembramos que pela Lei 1905 de 24/11/98, essa expressão não pode ser mais usada nos anúncios. No entanto, não acreditamos que a seleção do(a)s candidato(a)s tenha abandonado o corpo esbelto na hora das escolhas para cargos empregatícios.

Sendo o corpo cartão de visita das pessoas, a revista em análise explora muito a questão das imagens em suas capas acompanhadas com chamadas, tais como “O melhor corpo da sua vida” (edição 001); “Corpo dos seus sonhos está aqui” (edição 006); “Corpo nota 10” (edição 012); “Barriga chapada” (edição 013); “Ano novo, corpo novo” (edição 15) e “Corpo dos sonhos é superpossível” (edição 018), conforme certifica a figura 1.





Figura 1: chamadas das capas da Revista *Women's Health*

A intenção real pode causar um efeito aristotélico do patético (ARISTÓTELES, 2008), ou seja, causar um sentimento com a imagem das modelos da capa a tal ponto que a leitora se sentirá patemizada³ ao corpo ideal que “ela” quer. A revista, por sua vez, tem o “manual de conduta” para que a leitora possa galgar outro patamar de beleza. A revista recorre às estratégias linguísticas para transferir o que ela vende para o desejo do leitor. Anteriormente, vimos “O corpo dos seus sonhos está aqui”, que fez parte da capa da sexta edição, porém outras edições aparecem materializando essa mesma prática discursiva, como, por exemplo, a chamada da décima edição, a saber, “O corpo que você quer já” (ver Figura 2), em que fica evidente o acionamento do cuidado de si. Nessa direção, podemos comungar com Foucault (2007, p. 69), com a ideia de que “o objetivo comum dessas práticas de si, através das diferenças que elas apresentam, pode ser caracterizado pelo princípio do bem geral da conversão a si”.

³ Adjetivo que deriva do termo *pathos*, o qual tem sido empregado para assinalar as discursivizações que funcionam sobre efeitos emocionais com fins estratégicos para o convencimento, o dualismo aqui passa a tomar lugar de destaque, já que na Análise do Discurso, as oposições são expostas como, o bem e o mal, a dor e a alegria, dentre outras (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2008, p. 372)



Figura 2: capa de *Women's Health* da sexta edição

Existe um bem geral, que é de se manter uma população útil e dócil (FOUCAULT, 1977) capaz de produzir riquezas, mas para isso é necessário um corpo saudável e disposto que segue um código social, sexual, corporal e religioso. Tais agentes produzem verdades as quais transferem a responsabilidade do sucesso ao sujeito participante destes meios.

No que tange a prática sexual, o prazer é secundário ao cuidado em contrair doenças sexualmente transmissíveis, havendo, portanto, um paradoxo entre a busca pelo prazer, pela felicidade x a necessidade de manutenção do corpo útil e dócil, sem doença, saudável. O comportamento social deve entender que o direito próprio termina quando começa o do outro. O corpo é um produtor de riquezas e seu uso deve ser moderado e monitorado por si mesmo. A religião tem a função de manter um bom comportamento geral pelo medo do inferno. É perceptível que as práticas de subjetivação, que antes eram aplicadas na população, cederam espaço para as práticas no corpo, ou seja, para o “eu”.

A revista é um instrumento de proliferação das práticas de subjetivação e conduta. Há sessões sobre sexo que falam do bem do prazer, porém não deixam a preocupação das doenças de lado, posto ela é também um meio midiático voltado à saúde. A sexualidade é um assunto apresentado na capa de forma discreta, mas não menos impactante. A revista de dezembro de 2009, por exemplo, tem o seguinte dizer: “Faça sexo como um homem”, conforme ilustra a Figura 3. Os direitos são iguais até no sexo, é o que a revista *Women's Health*, machistamente, diz nessa chamada de capa. Historicamente, a mulher teve, por vários séculos, o seu sexo subjugado ao do homem. O dever era dar prazer, mas houve uma mudança contemporânea a partir da qual o prazer feminino passou a ser um direito. Assim, a revista

divulga, de maneira mais abrangente, que a mulher tem como buscar, exigir e, até mesmo, garantir seu prazer na hora do sexo tendo, no entanto, o homem como referência.



Figura 3: Capa da revista de dezembro de 2009

No que tange a questão da obesidade, é certo que não podemos apontar um agente causador seu crescimento vertiginoso na população mundial. Uns podem responsabilizar a comodidade resultante das novas tecnologias; outros podem dizer que se trata da violência que impede as pessoas de praticarem exercícios sem ter que gastar dinheiro com academias ou, ainda, a alimentação repleta de açúcares e gordura. O motivo não é conhecido, mas se tornou uma preocupação dos governos e empresas que começam a ter seus corpos menos produtivos pela ação da obesidade. Existem várias revistas voltadas para a saúde, a revista *Women's Health* é apenas uma delas. Todas vêm demonstrando semelhantes discursos de alimentação e exercícios físicos para combater o problema supracitado.

É visível que nesse ponto a revista é um instrumento do poder que procura através do controle de si ter sucesso na recuperação e formação de corpos mais produtivos e saudáveis. Com sessões de *fitness* e dieta, a revista constrói seus discursos com verdades embasadas em médicos, educadores físicos, fisioterapeutas e nutricionistas que subjetivam o leitor a cuidar de si.

Para Foucault (2009c), o poder é uma grande rede que se exerce em todas as direções e só pode ser exercida em sujeitos livres. Então, as subjetivações que ocorrem na formação da identidade da mulher através da revista são aceitas por seus leitores, mas não sem resistência, pois pelas repetições de capas e reportagens internas em edições distintas, pode-se acreditar

que houve uma baixa aceitação do público. Assim, o discurso volta e tenta se firmar em outra voz, ou até mesmo, pela repetição que faria com que as informações fossem algo natural e não um código. Onde há poder existe resistência, não podemos materializar o poder de outra forma, a não ser pela repetição das capas e temas de reportagens, pois a revista dificilmente divulgaria na sessão “carta do leitor” algo que fosse contrário aos seus discursos. Isso vai ao encontro de Foucault (2003, p. 384), quando ele diz que “não há poder sem recusa ou revolta em potencial”.

***Women’s Health*: um manual para conduta do corpo feminino?**

Em sabatina, nas inúmeras revistas analisadas percebemos a presença das questões de um controle sobre o corpo que não se limitam ao âmbito do bem estar físico, mas adentram o cognitivo. Nas sessões intituladas “Pergunte ao amigo gay” e “Pergunte ao vizinho”, evidencia-se uma subjetivação que adentra também o cotidiano social de seus leitores. Reafirmamos que não procuramos, neste trabalho, tecer juízos de valor, e sim problematizar algumas marcas de subjetivação na formação da identidade feminina da revista *Women’s Health*, que procura ostentar o papel de manual de conduta para seus leitores, e as características que são predominantes nos discursos que produzem essas marcas. O controle do corpo está ligado ao que Foucault (2009a) tratou como “biopoder”, de grosso modo, a forma como se subjetiva e se domina o corpo em busca de um bem geral. Como já apontara Paniago e Rosa (2011), cada veículo midiático mobiliza estratégias particulares com vistas a construir tipos de sujeitos, marcadamente, determinados.

Em *Women’s Health*, tem-se um sujeito delimitado pela aparência corporal; um ser esbelto dependente de dietas e comidas "saudáveis" elaboradas por *experts* estrangeiros e nacionais bem como de um estilo de vida moderado e moldado por uma conduta comportamental. Tal conduta deriva de uma subjetivação do corpo que busca a beleza e a felicidade nas páginas do seu manual de subsistência na contemporaneidade.

A teoria foucaultiana nos ajudou a encontrar as diversas marcas de controle sobre a vida a fim de moldar um sujeito útil e dócil capaz de produzir riquezas e garantir a questão da soberania de uma nação (Foucault, 2009a) que está em consonância com uma população saudável, com bom grau de educação, expectativa de vida alta, dentre outros requisitos definidos por diversas nações em todo o mundo. A verdade, o saber e o poder estão liquidificados nas relações sociais cotidianas sem aparecerem em uma figura representativa, ou seja, deixou-se de lado a figura de um soberano e passou-se a ser invisível aos olhos, mas

perceptível no interior de cada sujeito, que se controla e se vigia no dia a dia. Não podemos considerar negativas as malhas que o poder produz, mas sim algo positivo, que gira em uma engrenagem produtiva e próspera não apenas economicamente, mas também socialmente. O sujeito inserido nessa rede não é um mero absorvente. Ele é um agente construtor dos poderes exercidos nesta rede.

Referências

ARISTÓTELES. **Retórica**. Lisboa: Imprensa nacional-casa da moeda, 1998.

CHARAUDEAU, P. MAINGUENEAU, P. **Dicionário de Análise do Discurso**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

FOUCAUT, M. Omnes et Singulatim: uma crítica da razão política. In: _____. **Estratégia, poder-saber**. Organização e seleção de textos de Manoel Barros da Motta. Tradução de Vera Lúcia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003, p. 355-385.

_____. **História da sexualidade 1: a vontade de saber**. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 19. ed. São Paulo: Graal, 2009a.

_____. **História da sexualidade 2: o uso dos prazeres**. 13. ed. São Paulo: Graal, 2009b.

_____. **História da sexualidade 3: o cuidado de si**. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 9. ed. São Paulo: Graal, 2007.

_____. **Microfísica do Poder**. Trad. Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 2009c.

_____. **A arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009d.

_____. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. Trad. Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1977.

PANIAGO, M. L. F. S.; ROSA, J.P.M. Práticas de subjetivação na mídia: estratégias utilizadas por “testes de personalidade” dirigidos a adolescentes. **Anais do II Congresso Internacional de História da UFG/ Jataí – Realização Cursos de História, Letras, Direito e Psicologia**, 2011. Disponível em <<http://www.congressohistoriajatai.org/anais2011/link%204.pdf>> Acesso em 24/09/2012.

SANT’ANNA, D. B. **Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea**. São Paulo: Estação liberdade, 2001.

Texto recebido em 10/05/12.

Aprovado em 30/08/12.