

Quem Fala Sobre As Mulheres? Uma Análise Do Caso Gabriela Pugliesi¹

Amanda Câmara Pinto²

Gabriela Santos Alves³

Universidade Federal do Espírito Santo – Vitória, ES

Resumo:

O presente artigo visa tecer uma discussão inicial sobre as mudanças de referências comunicacionais para mulheres, fazendo uma retomada histórica acerca dos temas das revistas femininas, dominância de discurso patriarcal, redes sociais e influenciadores digitais. Como proposta de pesquisa em andamento, o principal interesse é levantar uma reflexão inicial sobre quem fala sobre o corpo das mulheres nas mídias vigentes atualmente, levando em consideração as novas formas de organização social a partir do advento das redes sociais, dos conceitos teóricos sobre patriarcado, corpolatria e influenciadores digitais é que pretendemos apresentar a discussão inicial.

Palavras-chave: corpo; mulher; patriarcado; Gabriela Pugliesi

O corpo em ênfase

Conceitos sobre padrões corporais proliferam na mesma medida em que os próprios modelos são mudados e podem se diferenciar entre sociedades e tempos distintos. Ao longo da História, as influências sobre o corpo foram além daquelas que chamamos de julgadoras, tendo forte consonância com os valores compartilhados no âmbito social. Ao observar quadros, esculturas e outras formas de representação, é possível considerar que as relações e significados atribuídos ao corpo mutuamente constroem e são constituídas no bojo das interações sociais, políticas, econômicas e culturais, sendo, portanto, um fenômeno historicamente situado.

Diversos autores afirmam que nunca o corpo foi tão colocado em evidência como se observa na contemporaneidade. A corpolatria, termo usado por Codo e Sene (1985), abarca justamente o entendimento em torno de uma era em que o corpo ocupa uma posição central na sociedade. Para os autores, Codo e Sene (1985, p.11), esse lugar

¹ Trabalho apresentado na DT 7 – Jornalismo Comunicação, Espaço e Cidadania do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação Comunicação e Territorialidades (PÓSCOM) da Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, e-mail: amandacamarap@outlook.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo - UFES, Brasil. Pós doutora em Comunicação e Cultura (Eco/UFRJ). Realizadora audiovisual, atua como roteirista, diretora, curadora e cineclubista. Áreas de interesse acadêmico: cultura audiovisual, teoria feminista, cinema, memória e gênero. E-mail: gabriela.alves@ufes.br.

central se dá pela busca do homem pela luta de reapropriação de si mesmo. Dessa forma, o culto ao corpo e a busca por seu entendimento são uma forma de tentar compreender o pertencimento do homem no mundo, e quando esse pertencimento é compreendido, se tem o controle do próprio corpo e, conseqüentemente, da própria liberdade. Codo e Sene (1985) afirmam que “a expressão corporal se torna fundamental, substituindo muitas vezes a palavra” (p.18) e essa busca pela reapropriação de si faz com que o indivíduo seja cada mais narcisista e individualista.



Postagem do perfil da influenciadora digital Gabriela Pugliesi.

O culto ao corpo é materializado, em grande medida, nas academias, revistas, livros, redes sociais, produtos audiovisuais e outros, sendo que tende a construir simbolicamente um modo totalitário de compreender as formas e relações preferenciais com o corpo numa dada sociedade e tempo. Nesse ponto, destacamos que tais sistemas simbólicos operam quase sempre de modo eficaz devido ao fato de “as relações de força que neles se exprimem só se manifestarem neles na forma irreconhecível de relações de sentido (deslocação)” (BOURDIEU, 1989, p. 14).

Num viés histórico, é possível compreender o chamado corpo ideal como um campo de disputas, em que certos valores e formas são assumidas como preferenciais, renegando as demais possibilidades ao silenciamento. Um exemplo disso são as

chamadas revistas femininas que, ao longo do século XX, passaram a liderar um nicho do mercado editorial e são caracterizadas, de modo geral, por trazer dicas sobre como se tornar uma mulher de sucesso nos vários âmbitos da vida. Muitas dessas prescrições são direcionadas ao corpo, seja na forma, no gestual, nas relações ou no vestuário. Esse modo narrativo-discursivo de tendência normativa é atrelado por muitos autores ao chamado jornalismo de autoajuda e, no caso dos periódicos voltados para o público feminino, há de se observar que, majoritariamente, uma equipe composta por homens era responsável por dizer às mulheres como deveriam parecer ou se portar (FREIRE FILHO, 2011)

Além das revistas o cinema e a televisão também se tornaram órgãos reguladores:

Com o advento do cinema e da televisão, as normas de feminidade passaram cada vez mais a ser transmitidas culturalmente através do desfile de imagens visuais padronizadas. Como resultado, a feminidade em si tornou-se largamente uma questão de interpretação, ou tal como colocou Erving Goffman, a representação adequada do ser. Não nos dizem mais como é “uma dama” ou em que consiste a feminidade. Em vez disso, ficamos sabendo das regras diretamente através do discurso do corpo: por meio de imagens que nos dizem que roupas, configuração do corpo, expressão facial, movimentos e comportamentos são exigidos. (JAGGAR;BORDO, 1998, p.24, grifo do autor)

Além da televisão, cinema, revistas, jornais e outros meios de comunicação temos a internet e redes sociais. Compreendemos as redes sociais como um espaço que permite novas formas de expressão e também novas de organização das funções sociais.

Em plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, instituições sociais e sociedade em geral encontram-se agora marcadas por novas possibilidades de construção de sentido, em termos de acesso, criação, armazenamento, gestão, distribuição e consumo de informações – indo muito além da ação tradicional da “grande mídia”, entendida como as corporações midiáticas, e muito além das ações institucionais tradicionais voltadas à comunicação (SBARDELOTTO, 2016 apud SBARDELOTTO 2016, p. 104, grifo do autor).

Com essa nova maneira de interação social incentivada pela internet podemos levantar questões sobre novos influenciadores e instâncias reguladoras na sociedade.

Levando em consideração a evolução dos meios comunicacionais e a reorganização de interlocutores dos mesmos dentro da sociedade é que pretendemos

expor uma análise inicial neste artigo que faz parte do projeto de pesquisa de dissertação da autora, pesquisadora e mestranda dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades (PÓSCOM) da Universidade Federal do Espírito Santo.

Esta análise se dará utilizando como objeto a influenciadora digital Gabriela Pugliesi, utilizando um estudo de caso em que Pugliesi foi alvo de julgamentos e notícia na mídia após uma postagem em sua página pessoal da rede *Instagram* em que dizia que se quebrassem a dieta sua amiga postaria uma foto da mesma nua. A postagem gerou debates na sociedade e em vários portais de notícia.

O acontecimento em questão foi utilizado para análise justamente por acreditarmos ser um retrato da influência patriarcal dentro do discurso de uma mulher, e principalmente uma mulher com notoriedade e expressão social, mesmo que para um público. Além do mais este acontecimento ganhou visibilidade nas redes sociais e também em sites de notícias, em que várias pessoas demonstravam as opiniões do caso, positivamente ou negativamente.

Padrões discursivos institucionalizados

Televisão, internet, jornais, revistas, lojas, sociedades, modelos, celebridades, desfiles, padrões corporais e padrões estéticos. Todas essas instâncias nos ditam o que devemos fazer, comer, vestir e como nos portar. Não é que exista uma lei escrita que nos obrigue a seguir, entretanto existem leis sociais que nos excluem se não as seguirmos.

Falar sobre corpo antes tinha um conceito diferente do que se tem hoje. Segundo Cassimiro e Galdino (2012), até o século XVIII o corpo era tratado por um viés religioso, era um corpo sagrado, reprimido e ocultado. Porém, a partir do século XX, tornou-se objeto capitalista e aí surgiram termos como o de corpolatria, já citado anteriormente. Entretanto é válido questionarmos de qual corpo estamos falando. Por mais que os autores destaquem o viés religioso e do corpo sagrado é passível pensarmos que sempre existiram diferenciações de julgamento entre o corpo da mulher e do homem, e que a consagração do corpo reprimido e ocultado seja justamente o da mulher, assim como o poder e vigilância patriarcal existente hoje. Ainda segundo os autores, o corpo foi considerado de diferentes formas em locais e momentos distintos ao

longo da história. Em dados contextos, o corpo sexual foi considerado pecado mortal, em outros, uma engrenagem biológica, ou ainda um instrumento para estudo, até que chegamos ao corpo sexual, regido como os demais por regras peculiares, padrões estéticos e fruto do capitalismo regente na sociedade.

Há menos de um século, apesar do calor tropical, os homens vestiam fraque, colete, colarinho duro, polainas e as “santas” mulheres cobriam-se até o pescoço. Hoje, as anatomias mostradas parecem confirmar a idéia de que vivemos um período de afrouxamento moral nunca visto antes. No entanto, um olhar mais cuidadoso sobre essa “redescoberta” do corpo permite que se enxerguem não apenas os indícios de um arrefecimento dos códigos da obscenidade e da decência, mas, antes, os signos de uma nova moralidade, que, sob a aparente libertação física e sexual, prega a conformidade a determinado padrão estético, convencionalmente, chamado de “boa forma” (GOLDENBERG, 2002, p. 24-25, grifo do autor).

Vale ressaltar que a liberdade, dentro das limitações, só surgiu após o Renascimento. Movimento que permitiu que o homem passasse a pensar através de ideais pensados por ele mesmo e já não mais por conceitos advindos da religião.

A ideia de ser humano desperto para o tato, a visão, a audição, o olfato, o sabor, o movimento, como um contato natural até então expropriado do ser, escapa da vigilância da Igreja. As cores, os sons e as formas rompem o estigmado corpo encarcerado pela motivação religiosa (CARMO JUNIOR, 2005, p. 68).

Dessa forma, podemos compreender que os estudos acerca do corpo como um signo são recentes. Existem vários conceitos que podem ser atribuídos a ele, assim como diversas relações culturais e históricas o definem e são definidoras, em alguma medida, das próprias interações sociais. Além de todas as discussões sobre o corpo em si, há ainda uma vertente que se diferencia: o corpo da mulher e os diferentes signos atribuídos a ele ao longo da história.

Nesse ponto, nos embatemos com a existência de discursos normativos atribuídos pela sociedade a si própria, que ditam as formas preferenciais de se vestir, gesticular, portar e parecer. O corpo também é uma das maneiras de nos aproximar de semelhantes, bem como nos destacarmos, sendo parte fundamental da interação social. Para Michel Maffesoli (2010, p.144) é uma forma de nos “situar uns em relação aos outros”. Portanto, nossas relações passam a também ser baseadas nos signos do corpo.

Assim, seguimos essas leis normativas para nos sentirmos bem perante certa comunidade e não sermos excluídos de outras.

É evidente que muitas mudanças já ocorreram e que o próprio padrão do que seria o corpo ideal sofre um processo histórico-social, pois muda com o passar do tempo. Entretanto, apesar de ter sinais claros de que esses padrões são questionáveis, ainda é possível dizer que exista um imperativo sobre como a mulher deve ser e, conseqüentemente, que tipo de corpo ela deve ter.

De alguma forma, essas leis normativas sempre foram mais severas quando se diz respeito ao corpo da mulher. Em sua maioria, principalmente em mídias tradicionais, o conceito defendido é que as mulheres devem estar dentro de um “padrão de qualidade”: olhos claros, cabelos lisos e loiros, magra, bem educada, boa dona de casa e boa mãe (FREIRE FILHO, 2011).

O poder discursivo que cerca o conceito do padrão ideal do corpo de uma mulher é uma forma de se ter poder e vigilância sobre ela. Afirmar que os padrões estabelecidos exercem um poder de vigilância sobre o corpo da mulher quer dizer que ocorre um fenômeno de controle e autocontrole de como deve se apresentar uma mulher.

No primeiro movimento, existe uma narrativa que impõe a essa mulher um significado de beleza, saúde e feminilidade. Contudo, por outro lado, ciente desses padrões que circulam na vida social, é a própria mulher que se vigia ou que segue um percurso de autovigilância. Ao tentar por meio de suas práticas, cuidados e rotina atender o máximo possível desses padrões exigidos, muitas das mulheres também acabam se tornando um instrumento de vigilância e controle sobre o corpo e o jeito de ser das demais, formando um círculo vicioso.

Simone Beauvoir (1967, p.82) dizia que “o opressor não seria tão forte se não tivesse cúmplices entre os próprios oprimidos”. O que nos leva a uma reflexão sobre as formas alienadoras da sociedade num geral, em que os traços patriarcais são refletidos nas próprias mulheres que também se tornam difusoras do discurso normativo do padrão corporal socialmente aceito.

Padrões institucionalizados são dispositivos que, segundo Foucault (2002), ordenam o nosso modo de viver. Para o filósofo, os discursos que operam sobre nossas

vidas devem ser tratados como formações discursivas, isso porque eles sofreram um processo cultural histórico de formação, evidentemente, acatado pela própria sociedade inserida nele. Mas, em seu processo de formação, exclui ou permite que certos enunciados entrem no que ele chama de ordem do discurso, ou seja, farão parte daquela formação discursiva apenas as narrativas que possam interessar à consolidação do discurso como tal.

Como já dissemos, o discurso que impõe padrões no corpo da mulher também sofreu inúmeras modificações ao longo da história, não só por aquilo que enuncia, mas também pelos elementos que silencia. O padrão atual hegemônico, em seu processo de formação, assim como nos outros discursos, também permitiu a inclusão e a exclusão de determinados enunciados. Um exemplo que podemos dizer é que na atual formação discursiva sobre o corpo da mulher permite-se a inclusão do enunciado de que ser bonita é ser magra ou “sarada” e exclui-se o enunciado de que ser bonita é ter sobrepeso.

Excluindo enunciados não desejáveis, os discursos in voga na sociedade carregam em si o que Foucault chama de vontade de verdade, ou seja, ao encobrir os enunciados que não fazem parte da ordem do discurso, a formação discursiva tenta mostrar que a única verdade possível é aquela por ela pregada. Desse modo, o discurso oculta outras possíveis verdades que foram excluídas do seu processo de formação ao longo dos anos, coibindo as possibilidades de problematização mais ampla dos temas sociais.

Como se para nós a vontade de verdade e suas peripécias fossem mascaradas pela própria verdade em seu desenrolar necessário. [...] O discurso verdadeiro, que a necessidade de sua forma liberta do desejo e libera do poder, não pode reconhecer a vontade de verdade que o atravessa; e a vontade de verdade, essa que se impõe a nós há bastante tempo, é tal que a verdade que ela quer não pode deixar de mascará-la. (FOUCAULT, 2001, p.19-20)

Evidentemente, as formações discursivas não são entidades impostas à sociedade de modo transcendente ou ahistórico: é a própria sociedade, por meio das suas práticas interacionais, que, ao longo do tempo, colabora para a aceitação ou não de certos discursos. Mesmo que possamos falar de discursos que partem de instituições com certa legitimidade como a igreja, a imprensa ou a escola, tais instituições são formadas por

atores sociais, que são legitimados socialmente e por isso podem colaborar para a formação ou questionamento de discursos preferenciais.

“Gabriela Pugliesi: se eu sair da dieta, expõe meus nudes”

Gabriela Leda Ferreira Pugliesi, mais conhecida como Gabriela Pugliesi, é influenciadora digital, como se autodenomina, e reconhecida pela mídia como “musa fitness”. Esse título se dá pelo conteúdo de suas postagens em redes sociais, blog e canal no youtube. Pugliesi, que soma quatro milhões de seguidores no *Instagram*, começou a ganhar notoriedade no ano de 2012 ao compartilhar sua rotina de exercícios físicos e alimentação em redes sociais.

Além da prática de mostrar aos seguidores o que acontece em seu dia a dia, Gabriela também fornece dicas de exercícios, tipos de alimentos, vida saudável, dietas e entre outros. No ano de 2015 a *influencer* se envolveu em uma polêmica ao dar uma dica na rede social *Snapchat*. Em vídeo ela disse que era uma forma infalível de não sair da dieta. Pugliesi gravou vídeos na plataforma dizendo que havia enviado fotos nuas, conhecidas como *nudes*, para uma amiga e caso ela quebrasse a dieta a amiga teria autorização para divulgar tais fotos. Além de ter feito esta declaração na rede social, Gabriela também incentivou os seus seguidores, que tem público alvo mulheres, a fazer o mesmo.

"Eu estava muito desleixada na dieta, comendo muita besteira no final de semana, e eu não quero mais. E pra mim essas coisas funcionam meio à base da promessa. Falei: O que eu vou prometer para ficar focada na dieta sem furar? Vou mandar nudes pra minha amiga. Se eu sair da dieta ela vai jogar nas redes os nudes. Ou seja, não posso sair da dieta e ela tem meus nudes. Olha que mara?"⁴

Além de mostrar como iria fazer Pugliesi ainda deu dicas para os seguidores de como fazer.

"E tem que ser nude mesmo, não me vem tampando o bico. Tem que ser foto tensa que você nunca quer que a amiga coloque na rede. Saiu, f*. Por que aí você nunca

⁴ Trecho da transcrição do vídeo divulgado pela influenciadora digital na plataforma Snapchat, em que tivemos acesso por meio de matérias divulgadas em portais de notícias.

vai sair da dieta. Pra quem precisa de uma coisa mais drásticas, daí, combina com isso com a best (friend)"⁵

QUEM NEWS

GABRIELA PUGLIESI CAUSA POLÊMICA COM DICA PARA SE MANTER NA DIETA: "VOU MANDAR NUDES"

Blogueira fitness foi alvo de críticas nas redes sociais ao contar que mandou nudes à sua amiga, que irá publicá-las se ela sair da linha na dieta

09/11/2015 11H26 - ATUALIZADO EM: 09/11/2015 16H17 / POR QUEM ONLINE; FOTOS: REPRODUÇÃO / FACEBOOK



Notícia divulgada em portal de notícia.

Gabriela Pugliesi é uma das várias influenciadoras digitais que expõe nas redes sociais um padrão corporal e de vida inalcançável para a maioria das mulheres. Ao colocar seu posicionamento e sua forma, que foi compreendida pelos seus seguidores como ineficaz e agressiva ao corpo da mulher, de garantir que a dieta não seja quebrada ela reforça a ditadura da magreza e traços do patriarcado em sua fala.

Com a ascendência das redes sociais muitas pessoas ganharam notoriedade que antes não era possível com a comunicação sendo dominada por grandes mídias. Dessa forma esses influenciadores conseguem atingir grandes públicos tanto quanto as mídias tradicionais.

A tendência de comunicação está no fato de que, agora, os influenciadores constituem-se como marcas e, em muitos casos, constituem-se como veículos de mídia. Não estamos apenas lidando com influenciadores no ambiente digital, um sujeito

⁵ Trecho da transcrição do vídeo divulgado pela influenciadora digital na plataforma Snapchat, em que tivemos acesso por meio de matérias divulgadas em portais de notícias.

revestido de capital simbólico e que engaja e influencia nichos. O influenciador contemporâneo está nas capas de revistas, em propagandas de televisão, na lista de best sellers das livrarias, estrelando campanhas de grandes marcas. (KARHAWI, 2016, p. 41-42)

Assim com grandes artistas, músicos e grandes influenciadores, os influenciadores digitais conseguem arrastar multidões e influenciá-los ao consumo de várias marcas e também influenciar idealmente. Um influenciador normalmente consegue adquirir dinheiro por meio de divulgação de produtos enviados por empresas que entendem estes como pessoas importantes para o seu nicho mercadológico. Além da influência do consumo material muitas vezes esses influenciadores também geram o consumo de um ideal defendido por ele mesmo, entretanto muitas vezes esses ideais também fazem parte de um acordo com grandes empresas. Dessa forma eles comercializam até mesmo os seus pensamentos e aquilo que acreditam.

Nesse processo, o influenciador comercializa não apenas banners em seu blog ou negocia posts e vídeos pagos em que fala de marcas parceiras, mas monetiza a sua própria imagem. Assim, aceita-se o Eu como uma commodity. Há diferentes abordagens para tratar o eu como mercadoria. Uma delas poderia estar apoiada na noção de commodity ligada aos estudos marxistas. Nessa perspectiva, a comoditização é o ato de transformar diferentes processos sociais (não apenas bens e serviços clássico) em mercadorias. Uma commodity essencial para o capitalismo é o tempo, convertido em dinheiro nas cadeias produtivas. Outros processos também podem ser transformados em commodity; do conhecimento ao próprio eu. É nesse sistema que se encaixam os influenciadores. (KARHAWI, 2016, p. 42 apud WAJCMAN, 2015, p. 37)

Nossa intenção ao expor o caso ocorrido com Gabriela Pugliesi se dá ao apontamento de uma análise inicial em questão se dá por um apanhado da luta feminista e a forma em que alguns discursos com traços patriarcais, mesmo que aparentemente sutis, estão dentro mesmo do pensamento de mulheres, e principalmente de meios comunicacionais, como o caso de uma influenciadora digital. Essa forma de violência velada e sutil pode ser compreendida como uma forma de alienação e dominância masculina.

Também sempre vi na dominação masculina, e no modo como é imposta e vivenciada, o exemplo por excelência desta submissão paradoxal, resultando daquilo que eu chamo de violência simbólica, violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente do desconhecimento, do reconhecimento, ou

em última instância, do sentimento. Essa relação social extraordinariamente ordinária oferece também uma ocasião única de apreender a lógica da dominação, exercida em nome de um princípio simbólico conhecido e reconhecido tanto pelo dominante quanto pelo dominado, de uma língua (ou de uma maneira de falar), de um estilo de vida (ou uma maneira de pensar, de falar, ou de agir) e, mais geralmente, de uma propriedade distintiva, emblema ou estigma, dos quais o mais eficiente simbolicamente é essa propriedade corporal inteiramente arbitrária e não predicativa que é a cor da pele (BOURDIEU, 2014, p.12).

Bourdieu relata sobre a dominância cultural, entretanto também propõe a dominância de gênero explicada pela relação de poder.

A força da ordem masculina se evidencia no fato de que ela dispensa justificção: a visão androcêntrica impõe-se como neutra e não tem necessidade de se enunciar em discursos que visem legitimá-la. A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça: é a divisão sexual do trabalho, distribuição bastante estrita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, de seu local, seu momento, seus instrumentos; é a estrutura do espaço, opondo o lugar de assembleia ou de mercado, reservados aos homens, e a casa, reservada às mulheres, ou, no próprio lar, entre a parte masculina, com o salão, e a parte feminina, com o estábulo, a água e os vegetais; é a estrutura do tempo, as atividades do dia, o ano agrário, ou o ciclo de vida, com momentos de ruptura, masculinos, e longos períodos de gestação, femininos (BOURDIEU, 2014, p.24).

Podemos perceber no discurso defendido por Gabriela justamente traços de uma lógica dominante de pensamento em que corrobora com pensamentos machistas e de controles ao corpo da mulher. Pensando na historicidade e evolução dos meios comunicacionais ao longo do tempo e principalmente do jornalismo impresso, temos desde o século XIX as revistas femininas, em que sua maioria eram órgãos ditadores da padronização da mulher defendendo preceitos de como se portar, como agir em casa, dicas de receitas e entre outros. Apesar desse tipo de revista ter sido em sua maioria escrito para mulheres nem sempre foi escrito por mulheres, mesmo que muitas vezes fosse escrito na primeira pessoa do feminino.

Antes que a autoria feminina protagonizasse os próprios periódicos, alguns homens da imprensa, atentos às novidades e às mudanças de costumes, se apressaram em oferecer jornais destinados às leitoras. Como se sabe, o primeiro título hoje conhecido – O Espelho Diamantino, “Periódico de Política, Literatura, Belas Artes, Teatro e Modas, Dedicado às Senhoras

Brasileiras” – circulou no Rio de Janeiro de 1827 a 1828, fundado por Pierre Plancher. Na edição de 1º de outubro de 1827, ele se posiciona sobre a questão feminina ao afirmar que conservar as mulheres “em estado de estupidez, pouco acima dos animais domésticos é uma empresa tão injusta quanto prejudicial ao bem da humanidade”. (DUARTE, 2016, p.20)

Dessa forma, e se tratando apenas de uma amostragem inicial do projeto de dissertação, o pretendido neste artigo é justamente fazer uma exposição temática para reflexão ao que leva o título deste mesmo artigo: quem é que fala sobre as mulheres?

Compreendemos a necessidade de trazer para a academia o questionamento de se após a democratização da comunicação e o advento das redes sociais os discursos defendidos nos meios comunicacionais passaram a ser mais empoderados, com maior liberdade ou se apenas mudaram os interlocutores e não o conteúdo.

Ao nos questionarmos quem fala sobre as mulheres estamos nos questionando sobre justamente se a mudança de quem diz faz com que o discurso dominante, o patriarcal, tenha uma quebra ou ele apenas passe a ser velado, uma violência silenciosa, quando se diz sobre a vigilância e corpo das mulher. O que pretendemos compreender em estudos futuros é se justamente ter uma mulher falando sobre o corpo de mulheres, sobre temas que envolvam a mulher é livre de traços patriarcais ou se apenas são novas formas de discursos e organização social ainda fomentada pelo consumo do corpo como objeto.

Conclusão

Como podemos ver ao longo do trabalho a discussão acerca da temática corpo pode nos levar a várias análises. Como colocado pelos autores Codo e Sene o corpo nunca esteve em tanta evidência, dessa forma e motivado pelas práticas consumistas hoje o corpo é também visto como um corpo objetificado e passível de consumo.

O corpo em si é um objeto de estudo importante para as teorias feministas, justamente por nos ajudar a compreensão de enunciados presentes. O corpo pode ser entendido como um agente mobilizador político e dessa forma ser compreendido como mensagem. E em todo ato comunicacional a mensagem é primordial para seus receptores.

Por se tratar de uma pesquisa inicial a intenção deste artigo foi justamente expor temáticas que perpassam pela temática do corpo e patriarcado. Entretanto a ideia foi

justamente correlacionar os traços patriarcais ainda evidentes, porém mais sutis, com o avanço dos meios comunicacionais.

As redes sociais abriram portas para a aparição de novos interlocutores se expressarem, mas o nosso questionamento é se justamente esses novos interlocutores estão expressando novas narrativas discursivas ou apenas continuando um mesmo discurso das grandes mídias com a presença de traços patriarcais.

Referências Bibliográficas

BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo**. 2.vol. A Experiência Vivida. Difusão Europeia do Livro, 1967.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação Masculina**. 2.ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

_____, Pierre. **A Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1974.

_____, Pierre. **O Poder simbólico**. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1989.

CARMO Jr., W.do. **Dimensões filosóficas da educação física**. Rio de Janeiro: Guanabara/Koogan, 2005.

CASSIMIRO, Érica; GALDINO, Francisco. **As concepções de corpo construídas ao longo da história ocidental: da Grécia antiga à contemporaneidade**. Revista Eletrônica. Metavóia. São João Del-Rei/ MG. n. 14. 2012.

Disponível em < https://ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistalable/4_GERALDO_CONFERIDO.pdf >

CODO, Wanderley; SENE, Wilson A. **O que é Corpo(latria)**. São Paulo, Editora Brasileira: 1985.

DUARTE, Constância Lima. **Imprensa feminina e feminista no Brasil: Século XIX** : dicionário ilustrado. 1. Ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016

FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 8. Ed. São Paulo, SP: Loyola, 2002. 79 p. (Leituras filosóficas)

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. São Paulo, SP: Graal, 2011. XXIII, 295 p. 15

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1977. 277 p.

FREIRE FILHO, J. **O poder em si mesmo:** jornalismo de autoajuda e a construção da autoestima. Famecos, v. 18, n. 3, p. 717-745, 2011.

GOLDENBERG, Mirian (org). **Nu e Vestido.** Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GABRIELA PUGLIESI. Disponível em < <http://gabrielapugliesi.com/> >

GABRIELA Pugliesi. **A Revista da Mulher.** Disponível em: < <http://arevistadamulher.com.br/biografia/content/2268614-gabriela-pugliesi> >

JAGGAR, Alison M; BORDO, Susan R. **Gênero, Corpo, Conhecimento.** Rio de Janeiro: Record: Rosa dos Tempos, 1998.

KARHAWI, Isaaf. **Influenciadores Digitais:** o Eu como mercadoria. In: Tendências em comunicação digital / organização Elizabeth Saad e Stefanie C. Silveira -- São Paulo : ECA/USP, 2016. Disponível em: < <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/87/75/365-1> >

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências.** Petrópolis: Vozes, 2010.

SBARDELOTTO, Moisés. **“E o verbo se fez rede” uma análise da circulação do “católico” em redes comunicacionais online.** 2016. 496 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) -- Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2016. Disponível em: < <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5366>.>

_____, Moisés. **Os processos comunicacionais em rede e a emergência do dispositivo conexial.** Dispositiva – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade Comunicação e Artes da PUC Minas. 2016. Disponível em: < <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/12693> >

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.