

Perspectivas de Investigação na Interface entre Comunicação e Corpo¹

Elice Sena SANTOS²

Gustavo Ferreira ANDRE³

Hyasmin Nascimento SILVA⁴

Pâmela Rocha VIEIRA⁵

Sérgio Rodrigo da Silva FERREIRA⁶

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

O objeto é a interface que se constitui entre diversos meios de comunicação e suas implicações em referentes corporais, seja na criação de normatização de modelos, de processos de exclusão e de práticas identitárias e culturais. A partir do entendimento desta interface implicada em processos biopolíticos é que apontamos a questão referenciada como fenômeno ao mesmo tempo político e histórico. Procurando o comum entre pesquisas que estão sendo realizadas, tratando sobre a normatização de corpos no jornalismo online, a sexualização do corpo infantil por revistas impressas, a relação com a imagem e com a beleza de mulheres jornalistas na televisão e o discurso do movimento de mulheres negras feministas na Internet, é que se evidencia os modos como os discursos gerados e replicados pelos diferentes meios que nos impactam política e socialmente.

Palavras-chave: jornalismo; corpo; gênero; sexo; comunicação.

Introdução

Na sociedade contemporânea, os sistemas de comunicação produzem discursos e nos dão noções de verdade, e são assim um importante espaço na construção de sentidos. A produção desses discursos dá a esses sistemas o poder de controlar, redistribuir e organizar tecnicamente elementos que se constituem para muitos como o real, sendo assim uma instituição hodierna que impacta significativamente histórico e socialmente nossos coletivos.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 7º período do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Ufes, email: senaelice@gmail.com

³ Estudante de Graduação do 7º período do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Ufes, email: gustavofa.94@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação do 7º período do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Ufes, email: hyasmin.nsilva@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação do 7º período do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Ufes, email: pamelarochavieira@gmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação Social da Ufes, email: sergiorodrigosf@gmail.com

Assim também é em relação ao corpo, onde percebemos que há uma relação de múltiplos investimentos por parte dos meios de comunicação. Em parte, isso se deve ao fato do entendimento que temos do corpo enquanto o próprio lugar no nosso ser “no mundo emotivo, perceptivo e móvel” (SANTAELLA, 2004b, p. 10). Também refere-se, como efeito e causa, ao corpo entendido em sua constituição como social e cultural, este elemento que se experimenta transversalmente a situações e valores que são culturalmente construídos, além de estarem sujeitos a simbioses com dispositivos tecnológicos (SANTAELLA, 2004b).

Nossos interesses e o tema deste artigo vai de encontro justamente a interface que se constitui entre os diversos meios de comunicação e suas implicações em referentes corporais, sejam na criação de normatização de modelos, de processos de exclusão de sujeitos, de preconceito por raça, e sexo, de práticas identitárias, e de outros. A partir do entendimento desse processo como implicado em processos biopolíticos é que encontramos em Michel Foucault (2012) que a questão referenciada das interfaces entre corpo e comunicação é ao mesmo tempo política e histórica, estando no lugar crucial onde a política se encarnaria nos corpos, nos gestos e nos desejos de cada um.

A construção do entendimento do corpo em suas várias afetações — no sentido de constituir ideais e identidades, de gênero, de raça, por exemplo —, nesse sentido, se realiza por meio de tecnologias diversas, como os discursos institucionais, a linguagem, o cinema, a arte e a literatura, os saberes Psi e a medicina. Tais entendimentos do corpo se inserem numa época em que este já não pode mais ser considerado como uma matéria imutável, mas sim como algo que possa ser transformado, aumentável e/ou tecnologicamente produzido.

O corpo como devir aponta para o corpo como possibilidade de criação e experimentação, e ainda como espaço de lutas, nos quais os sujeitos se encontram deslocadas de reconfigurações pelas quais o corpo tem passado em outros campos do conhecimento. Não mais como uma totalidade homogênea, mas como interface, como “um mosaico flexível e permeável, cujas formas e estruturas se tornaram voláteis” (SANTAELLA, 2007, p. 11), o corpo tem sido reinterpretado e reivindicado por determinados sujeitos contemporaneamente (BUTLER, 2006), movendo-se entre as práticas impositivas e os discursos de controle institucional e as estratégias criativas de

solidariedade e de atuação política em confronto com os discursos hegemônicos (SANTAELLA, 2007, p. 12).

Investigações com Interface entre Comunicação e Corpo

O artigo que se apresenta tem como objeto os modos de construção de discursos em diversos meios de comunicação, e pretende problematizar de que maneira esses constructos têm implicações e efeitos políticos e sociais sobre os corpos. O objetivo do trabalho é apresentar as produções que estão sendo realizadas pelo grupo de estudos e pesquisa do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo que tem como objeto justamente as interfaces transdisciplinares entre Corpo e Comunicação.

A importância do trabalho se justifica por reafirmar a constituição deste coletivo, visando encontrar seus pontos comuns e possibilitar a investigação da interface apresentada. O objetivo é apresentar as pesquisas que estão sendo realizadas ao longo do semestre de 2015 e as discussões teóricas preliminares a partir da provocação de cada tema. Os temas das pesquisas são: a normatização de corpos no jornalismo online, a sexualização do corpo infantil por revistas impressas, a relação com a imagem e com a beleza de mulheres jornalistas na televisão e o discurso do movimento de mulheres negras feministas na Internet. Cada uma desses temas trouxe inquietações aos membros do grupo, o que resultou em algumas reflexões e diálogos com teóricos da área, conforme apresentamos a seguir:

Normatização dos corpos no jornalismo

O mercado de produtos jornalísticos que reforçam padrões de beleza e de corpo é notável em diversas mídias. Seja na televisão, revistas ou internet, o discurso de normatização dos corpos, voltado para um corpo magro, apresenta-se como notícia e influencia a opinião pública. Os veículos que propagam esse discurso, que em sua mensagem, abordam o consumo de dietas e prezam por uma alimentação saudável, estão presentes no vários veículos.

São exemplos dessas práticas os programas *Medida Certa* (2011), exibido pela TV Globo e *Além do Peso* (2013), da Rede Record; a revista *Boa Forma* (1980), da Editora Abril; e a editoria *Perdi Peso e Ganhei Saúde*, do site do programa *Bem Estar*, também

exibido pela TV Globo. Os dois primeiros são *reality shows* e ficaram famosos por readequarem a vida de um indivíduo, com o objetivo de fazer com que ele perdesse peso. Já a revista *Boa Forma*, veterana neste mercado de exaltação da beleza, traz notícias sobre dietas, em sua maioria, de celebridades, dicas de alimentação saudável, entre outros. A editoria do *Bem Estar* já utiliza da participação do público para criar o seu conteúdo, as pessoas enviam suas histórias de perda de peso, acompanhadas, geralmente, de fotos e vídeos mostrando o resultado da diferença dos seus corpos de antes para depois.

Os conteúdos oscilam entre ajudar uma pessoa nos seus hábitos diários, indicar dietas e outras formas de alimentação ou até mesmo citar casos de perda de peso e superação por parte de um indivíduo. Tais conteúdos estão associados, principalmente, ao sentimento de alcançar a felicidade. Para Dantas (2011, p. 908), a relação com o corpo está associada diretamente com a ideia de felicidade, de acordo com ela, manter um corpo saudável estabelece os julgamentos de felicidade, saúde e beleza. Ou seja, cultivar um corpo gordo ou fora da normatividade do padrão magro exige aquele indivíduo de alcançar a felicidade.

Problematizando os meios de comunicação como auxiliares na modificação do corpo, Dantas (2011) diz que os meios trabalham o corpo como algo que pode ser modificado. A autora destaca, principalmente, a publicidade, como fomentadora do discurso, através dos comerciais e tendências que ela reforça. Para ela, o corpo, na atualidade, vem sendo moldado e modificado pelo fácil acesso que temos aos recursos ligados à boa forma, seja isso refletido na academia, alimentação saudável, entre outros. A ideia fundamental é mostrar como estamos livres para fazermos o que quisermos com nossos corpos, mas que ao mesmo tempo, estamos condicionados aos elementos de persuasão, como a comunicação.

Sobre os meios de comunicação, a autora destaca:

Os manuais de autoajuda, as revistas especializadas, a publicidade em geral levam os indivíduos a acreditarem que toda e qualquer imperfeição ou defeito é fruto de negligência pessoal e falta de cuidado de si. Com bastante disciplina e força de vontade, seguindo os conselhos dos *experts*, qualquer um pode atingir uma aparência próxima ou similar ao padrão de beleza vigente. Assistimos constantemente a busca obstinada pelas formas retilíneas e esbeltas (DANTAS, 2011, p. 903)

Já sobre o aspecto do corpo, Silveira e Furlan (2003), o apontam como o lugar de construção do ser, de forma que "o corpo é o campo [...] de forças múltiplas, convergentes e contraditórias, e o próprio lugar da sedimentação de seus combates" (p.174). Ou seja, o corpo é o primeiro a receber pela consequência das coisas externas a ele.

Analisando pela ótica contemporânea, o corpo precisa se encaixar na lógica de mercado, que junto a isso, leva a ideia de que, consumindo, você atribui a si o sentimento de felicidade.

Saindo um pouco do aspecto teórico do que as pessoas buscam ao almejar o corpo magro e quais as implicações que isso gera no cotidiano, as matérias de perda de peso, com destaque para a editoria do Bem Estar, existem porque há pessoas que contribuem com suas histórias, com a intenção de elas serem publicizadas nos veículos de comunicação. Por isso, Aroso (2013), avalia como os media promovem a participação dos cidadãos no processo de informação jornalística na área de saúde. A autora chega como resultado a ideia de que,

mais informação nem sempre vem acompanhada de mais comunicação: apesar da grande atenção mediática que merecem os temas relacionados com saúde e medicina, esta cobertura não é sempre aproveitada para a promoção do debate e participação pública sobre estas questões (AROSO, 2013, p. 16).

Ainda de acordo com ela, os jornalistas precisam filtrar a informação a respeito da saúde e só transmitir aquilo que é de interesse, já os médicos, precisam estar preparados para lidar com os media.

Quando a autora diz que "esta cobertura não é sempre aproveitada para a promoção do debate e participação pública sobre estas questões" (AROSO, 2013, p. 16), ela remete a falta de criticidade nas notícias e da falta de participação de outros públicos que tenham opiniões divergentes daquela que é exposta. Dessa forma, com a inserção desses produtos, tanto audiovisuais, quanto impressos ou virtuais, destaca-se que o Jornalismo fomenta a normatização dos corpos no seu conteúdo, exaltando um padrão de beleza e estético: o magro.

Objetificação e sexualização do corpo infantil feminino pela mídia

A professora e pesquisadora em Comunicação Meenaskhi Gigi Durham, da Universidade de Iowa, realizou estudos pioneiros sobre como os meios de comunicação de massa afetam a sexualização precoce das meninas. A partir daí, cunhou o termo Efeito Lolita. Na obra *The Lolita Effect: the media sexualization of young girls and what we can do about it*, Durham (2009) expõe sua pesquisa sobre a temática.

O ponto de partida para o estudo do Efeito Lolita (DURHAM, 2009), é a premissa de que o sexo e a sexualidade são aspectos saudáveis e normais da vida. Ao mesmo tempo, a infância deve ser reconhecida como um período de aprendizado e de crescimento, que depende de orientação para calcar as bases de princípios para a vida adulta, inclusive no que diz respeito à sexualidade.

O Efeito Lolita foi pouco estudado no Brasil, ao menos com essa nomenclatura. No entanto, o tema tem conexão com várias outras pesquisas já realizadas na área de corpo, papel social da mulher, feminismo, padrões de beleza e como isso ganha lugar nos meios de comunicação desde as primeiras revistas femininas da década de 50 até as redes sociais virtuais contemporâneas, como o Facebook.

Entende-se o corpo como uma construção de ordem da natureza e também de ordem da cultura, ou seja: não é negada a funcionalidade biológica do corpo, ao mesmo tempo que esta não é tomada de maneira isolada, admitindo que o corpo também é, igualmente, um constructo social. (OLIVEIRA; FERNANDES; SILVA, 2009).

Algumas propostas feministas tratam diretamente da equivocada e agressiva relação que se costuma fazer entre o corpo da mulher e a violência, disfarçada sob a alegação de “corpo feminino provocante”, reforçando a semelhança com o simulacro. Combater essa premissa é um dos objetivos da Marcha das Vadias, sobre a qual a pesquisadora Beatriz Batista, da ESPM, diz:

sendo a mulher, sem dúvida, a personagem mais hiperssexualizada na mídia, a Marcha das Vadias acaba por embarçar certas convenções sociais e coloca em xeque a maneira com que a mulher vem sendo tratada na intitulada sociedade do consumo. As “vadias”, por fim, colocam a cultura patriarcal em uma tremenda saia

justa, tendo que lidar com as reivindicações de mulheres que não mais toleram serem silenciadas (BATISTA, 2014, p.13).

Ainda sobre a hiperssexualização das mulheres na mídia, Meenaskhi Durham (2009) comenta um acontecimento das Ilhas Fiji em 1999, ano em que a televisão chegou ao local. Anne Becker, diretora de pesquisa do Centro de Distúrbios Alimentares de Harvard relatou a mudança da relação das adolescentes com seus corpos, após a exibição de seriados estadunidenses como o *Beverly Hills 90210*. Num estudo com as garotas nativas da ilha, Becker identificou mudanças no corte de cabelo, dieta alimentar e vocabulário usado pelas meninas, depois que se tornaram telespectadoras da série.

Considerando que o *Efeito Lolita* descreve um fenômeno que atinge crianças e adolescentes do sexo feminino, além de compreender a representação social e de corpo da mulher, é necessário pensar na comunicação voltada para crianças e adolescentes. A Psicologia Social entende que o indivíduo adquire conhecimento a partir das trocas com outros indivíduos (VYGOTSKI, 1994). Inserida nesse contexto, a criança produz sua subjetividade de acordo com o meio em que vive.

A educação recebida pelas crianças – tanto na instrução formal quanto no senso comum – é binária (DINIS, 2008). Uma série de binarismos como homem-mulher, adulto-criança, heterossexual-homossexual é ensinada com naturalidade e reforçada pelos veículos de comunicação e livros didáticos, produzindo a ideia de identidades opostas.

O modelo idealizado de beleza da mulher jornalista

A autora Naomi Wolf, grande atuante no movimento feminista estadunidense, expõe que o que dificulta a ascensão das mulheres no mercado de trabalho, em todos os âmbitos, político e social, é a exigência de se adequarem a um ideal de beleza irreal. Em seu livro “O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres” ela aponta que os processos naturais do corpo feminino como a velhice, por exemplo, são fontes para a estigmatização da mulher dentro da sociedade.

A beleza feminina é capa de revista, jornais, concursos televisivos há séculos, e levanta questionamentos do que é atrativo ou não na lógica do momento em que se vive. Só

que algumas características não deixam de ser predominantes, por vários motivos, seja por questões históricas ou pela demanda da época. Os modelos de beleza em notícias ou no “mundo da moda” são questionados, mas no telejornalismo se tornou lugar-comum, no final, faz parte do grande pacote que compõe o padrão televisivo, um dos alicerces para a imparcialidade.

Por consequência, as jornalistas sofrem com exigências ligadas a padrões estéticos que podem ser intensificados, pois, além disso, entre as mulheres, existe a diferença de cor e raças regionais que influenciam na desigualdade dentro do gênero feminino. É difícil encontrar pesquisas que tratam das mulheres enquanto jornalistas, seu dia a dia, desafios da carreira, empecilhos, exigências subentendida, padrões, muito se discute da representação da mulher enquanto notícia, mas não enquanto noticiadora.

A televisão, por ser um grande meio de comunicação de massa, ao conseguir unir o som com a imagem, principalmente à imagem, que já vem pronta e concebida, por isso, exerce influência na vida dos telespectadores; é um forte contribuinte dessas características, apesar de entre seus deveres conter ser pluralista e democrática. O telejornalismo torna-se um grande exemplo de estereótipos, a partir do momento, que depois de décadas, não tem muita representatividade feminina e as jornalistas que têm, seguem um modelo de beleza, todas com o mesmo biótipo físico e a aparência facial, tornando-se um incentivador de estereótipos.

Os estereótipos também podem ser a inversão da sedução. Os estereótipos são representações sociais institucionalizadas, reducionistas e reiteradas, uma visão que um coletivo social possui de outro coletivo social, ressaltando a dimensão negativa, transformando-a, para o receptor, em uma representação da realidade completa, que é o oposto da sedução, onde aceita-se uma pessoa, ou grupo, por uma dimensão que se mostra fascinante (FERRES, 1998). A sedução é usada no jornalismo, como num concurso de beleza. A representatividade das várias belezas da estética brasileira feminina, abandonada para permanecer com estereótipo atraente e comum ao público, poderia ser uma experiência enriquecedora para o jornalismo televisivo.

A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), em 2012, realizou uma pesquisa⁷ que traçou o perfil dos profissionais de jornalismo, o resultado apontou que a maioria dos profissionais é formada por mulheres brancas, solteiras, com até 30 anos de idade que representam 64% no total da categoria. As mulheres têm maior nível de escolaridade que os homens (IBGE, 2010), portanto são a maioria dentro de algumas redações. Mesmo assim, a qualificação por beleza substitui a qualificação profissional. Para Naomi Wolf (1992), o homem jornalista, é um indivíduo poderoso, e esse poder é expresso através de rugas, cabelos grisalhos, calvície, pele irregular, peruca, traços assimétricos, tiques faciais e papadas. Caso o homem fosse submetido ao padrão único, como são as mulheres no telejornalismo, a maioria perderia o emprego.

No entanto, as mulheres ao seu lado precisam de juventude e beleza para chegar ao mesmo estúdio. A juventude e a beleza, recobertas de uma sólida maquiagem, fazem da apresentadora um ser genérico — um "clone de âncora" como diz o jargão do setor. O que é genérico é substituível (WOLF, 1992, p 44).

Essa qualificação acarreta um agravante para a jornalista, pois essas qualidades não lhe são exclusivas, mas sem elas podem torna-se invisíveis (WOLF, 1992), e isso exemplifica a qualificação por beleza. Esse fator pode ser intensificado. Segundo Rogério Christofolletti e Roberta Cunha Watzko (2009), as mulheres negras no Brasil não são uma minoria. Porém, ao compararmos suas condições com as do restante da população, percebemos que as mulheres negras e pardas compõem a faixa mais discriminada do país, sofrendo com as maiores dificuldades econômicas e sociais. As jornalistas, na década de 60 deram um grande passo ao ocuparem as redações⁸ (2006), entretanto é necessário caminhar em direção à diversidade em relação à beleza.

⁷ A pesquisa é um projeto do Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina (TMT/UFSC) em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e com apoio do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e da Associação Brasileira de Pesquisadores do Jornalismo (SBPJor).

⁸ “Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC” é um livro de 2006, da Alzira Alves, pesquisadora e coordenadora do Dicionário Histórico Biográfico Brasileiro, no Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil- CPDOC, que reuni entrevistas com as jornalistas que tiveram papel de destaque na profissão.

O discurso do movimento de mulheres negras feministas na Internet

Meninas e mulheres negras sofrem com as condições sociais em que vivem em diversos contextos. Em nossa sociedade racista e machista, a mídia atua de forma a reforçar estereótipos relacionados a esse grupo [mulher negra], reduzindo a corpos objetificados, cultura inferior e características fora do padrão de beleza. A mídia brasileira passa uma imagem de uma beleza exotificada sexualmente o que acaba naturalizando a violência sexual contra as mulheres negras, já que as mesmas são reduzidas a objetos de consumo⁹. Mas, essa beleza exotificada, tipo exportação, não as fazem alcançar um patamar de igualdade em relação à mulher branca, apesar de ser um objetivo inalcançável instigado desde a infância pela falta de representatividade na mídia. Essa lógica de invisibilidade acaba sendo reproduzida dentro do movimento feminista, pois as principais pautas deste movimento não atendem as especificidades da mulher negra (D'OLIVEIRA; CAMARGO, 2013).

Para Crioula, a exaltação da diferença na sociedade configura as variadas posições do sujeito para reforçar a construção de uma narrativa a respeito do outro. Ou seja, culturas que fogem ao padrão estabelecido são inferiorizadas para reforçar uma relação de poder entre os sujeitos, demarcando rupturas temporais, políticas e geográficas.

A adoção de um modelo global: euro-centrado, ocidental, cristão, racionalista, masculino, adulto, sexista e racista constituem-se como tentativa de justificação da dominação não só geopolítica como também epistêmica e das desigualdades entre os indivíduos (CRIOULA, 2013, p.26).

Desde criança, mulheres negras são incentivadas a esconderem seus traços e características negróides, passando pelo processo de embranquecimento em troca da aceitação. Esse silenciamento contribui para o conjunto de princípios interiorizados que guiam a conduta das mulheres negras de forma inconsciente, provocando uma espécie de "asfixia social" (CRIOULA, 2013). Devido a questões como essa, um movimento de blogueiras negras vem pautando as questões referentes a gênero e raça, principalmente na

⁹ Como o concurso do programa *Fantástico* da Rede Globo de 2013 para eleger a nova "Globeza": Leia "A gente não se vê na Globo! O "caça às mulatas" e a luta feminista". Disponível em <<https://marchamulheres.wordpress.com/2013/12/04/a-gente-nao-se-ve-na-globo-o-caca-as-mulatas-e-a-luta-feminista/>> Acesso em 08 de jul, 2015.

internet. Esse movimento reivindicatório do feminismo negro é de grande importância para a formação da identidade da mulher negra enquanto grupo.

A construção da identidade na juventude quando se é mulher e negra, mostra o impacto do racismo e do sexismo nas trajetórias individuais ou coletivas dessas mulheres. O lugar da identidade da juventude negra dá devido a uma construção social que deturpa historicamente a vivência dos antepassados. Com isso, a formação dessa identidade dos traços da mulher negra como o cabelo crespo, pele escura, lábios grossos, entre outras, se torna inferior e enfraquecida devido às violências físicas e simbólicas sofridas, abrindo espaços para discursos racistas e sexistas.

O blog “Blogueiras Negras” levanta as principais questões que envolvem gênero e raça e trabalha nesse ambiente virtual diversas formas de enfrentamento ao racismo e ao machismo. O conteúdo é produzido de mulheres negras para mulheres negras, o que acaba promovendo uma espécie de identificação entre o leitor e o autor. Os *blogs* são notícias personificadas que funcionam como elementos de representação, permitindo a interação entre as pessoas que se identificam com essa identidade (RECUERO, 2003) . Neste contexto, é importante resaltar o quanto a representatividade da mulher negra é importante no processo identitário para “tornar-se” negra (CRIOULA, 2013).

Uma comunidade virtual é construída sobre as “afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais” (LEVY, 2010, p.127). Essa rede de afinidade permite um discurso mais sólido e amplo, abordando questões mais abrangentes possíveis, além de se fortalecer enquanto movimento organizado. O *blog* “Blogueiras Negras” atua de forma que, mulheres negras que não se sentem representadas dentro do movimento feminista, usam este artifício para construir uma identidade que nem o movimento social e nem a mídia convencional aborda. Os *blogs* de movimentos sociais corroboram para uma identificação coletiva de indivíduos que tem pontos de questionamento em comum, no caso, mulher negra. Atuar em conjunto significa ir de encontro ao processo de invisibilidade que ocorre com a população negra, e quando há essa identificação, há um fortalecimento enquanto movimento, segundo Crioula.

O ciberativismo das mulheres negras feministas tem cooperado para desqualificação de discursos de opressão de gênero e raça, além da formação de identidade enquanto movimento social e político que “empodera” estas mulheres para lutar contra esse sistema de privilégio sobre determinada classe ou grupo.

Considerações Finais

As perspectivas de pesquisa aqui apresentadas tem em comum justamente o entendimento do corpo também enquanto discurso e os modos como este é veiculado por uma série de agentes enredados em tecnologias de comunicação, entendendo que essa (re)produção tem efeitos sociais e políticos sobre os corpos dos sujeitos. A perspectiva construtivista em que nos apoiamos aponta também, politicamente falando, para o caminho da desconstrução, ao evidenciar os exercícios de exclusão, rechaço e marginalização presentes em construções discursivas nos diversos meios.

É importante enfatizar que ao aproximarmos as implicações dos corpos ao seus modos de se apresentarem como constituídos pelos discursos, não é de forma alguma negá-los em seu caráter biológico/material, pois entendemos que eles

vivem e morrem; comem e dormem; sentem dor e prazer; suportam a enfermidade e a violência e alguém poderia proclamar ceticamente que estes “fatos” não podem se descartar como uma mera construção. Seguramente deve haver algum tipo de necessidade que acompanhe estas experiências primárias e irrefutáveis. E seguramente há. Porém seu caráter irrefutável de modo algum implica o que significaria afirmá-las nem através de que meios discursivos (BUTLER, 2002, p.13).

Deste modo, é que muitas de nossas noções de gênero, cor e padrão estético estão intimamente ligadas a um tipo de discurso que tem implicações diretas em nossas práticas constituintes. Tais configurações discursivas constitutivas, que vivemos e pensamos, é que nos faz afirmarmos como seres vivos, é por isso que dirigimos o olhar ao corpo como algo, de certo modo, construído, o que exige tais exercícios de reflexão sobre tal processo.

O discurso veiculado nos diversos tipos de mídia, pelos diversos modos linguísticos, se mostra como prática social, como possibilidade no agir social, contribuindo para a constituição das dimensões da estrutura social que nos moldam nos dando visões de mundos, noções de verdade, normas e convenções, e nos apresentando possibilidades de

relações, identidades e instituições. É dessa maneira que nossa formação cultural na contemporaneidade está atrelada aos produtos da mídia, que há tempos vem nos educando e educando nossas crianças.

Tendo em vista, primeiramente, a noção do corpo como devir, esse espaço sujeito a criação pelo discurso e pelas tecnologias farmacopornopolíticas (PRECIADO, 2008) e, finalmente, o caráter pedagógico da mídia, é que se mostram importantes os temas aqui levantados para que estejamos nos questionando a todo momento o que temos feito dos nossos corpos e o que faremos com/a eles: a potência de nos moldarmos através das tecnologias será para afirmar as diferenças ou para reproduzir ideias de corpos normatizados?

Referências

AROSO, I.. *Saúde nos media: a participação dos cidadãos*. 2013. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

BERALDO, B.. *Por Saias e Causas Justas: feminismo, comunicação e consumo na Marcha das Vadias*. 2014. 168 p. (Dissertação de Mestrado) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo.

BUTLER, J.. *Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del «sexo»*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

_____. *Deshacer el Género*. Barcelona: Paidós, 2006.

CRIOULA. *Mulheres Negras: um Olhar sobre as Lutas Sociais e as Políticas Públicas no Brasil*. 1ed, 2013, 88 págs. Disponível em <http://www.bibliotecafeminista.org.br/index.php?option=com_remository&Itemid=53&func=startdown&id=507>

CHRISTOFOLETTI, R.; WATZKO, R. C.. Mulheres negras nos jornais: exclusão, gênero e etnia. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, v. 1, n. 39, agosto, 2009.

DANTAS, J. B.. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. *Estud. pesqui. psicol.*, Dez 2011, vol.11, no.3, p.898-912.

DINIS, Nilson. Educação, Relações de Gênero e Diversidade Sexual. *Educ. Soc.*, Campinas, v. 29, n. 103, p. 477-492, maio/ago. 2008

D'OLIVEIRA, M. C.; CAMARGO, M. A.. A interseccionalidade entre gênero e raça para a construção étnico-identitária das mulheres negras. In: *Seminário Internacional Fazendo Gênero 10 - Desafios Atuais dos Feminismos*, 2013, 8p.

DURHAM, G.. *O efeito Lolita: a sexualização das adolescentes pela mídia e o que podemos fazer diante disso*. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009. 239 p.

FERRÈS, J.. *Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas*. Porto Alegre: Artmed, 1998. 288 p.

FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. *Quem é o jornalista brasileiro?* Perfil da profissão no país. Disponível em:
< http://fenaj.org.br/reinstitu/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf> Acesso em: 05 de junho de 2015.

FOUCAULT, M.. *Ética, Sexualidade, Política*. Trad. Elisa Monteiro e Inês A. D. Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012. (col. Ditos & Escritos).

GOMES, L. F.. *Cinema nacional: caminhos percorridos*. São Paulo: Ed.USP, 2007.

INSTITUTO Brasileiro de Demografia e Estatística (IBGE). *Estatística de gênero: Uma análise dos resultados do Censo Demográfico de 2010*. Disponível em:
<<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv88941.pdf>>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

LÉVY, P.. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2009.

OLIVEIRA, A. C.; FERNANDES, C.; SILVA, S.. A construção do corpo feminino na mídia semanal. *Comunicação, mídia e consumo*, São Paulo, v.6, n.17, p. 11-36, nov/2009.

PRECIADO, B.. *Testo Yonqui*. Madrid: Espasa, 2008.

RECUERO, R.. Weblogs, webrings e comunidades virtuais. *Biblioteca online de estudos da comunicação*, 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.py/pag/_texto.ph3?html2=recuero-raquelweblogswebringscomunidades-virtuais> Acesso em 02 de jul. 2015.

SANTAELLA, L.. *Culturas e Artes do Pós-Humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2004a.

_____. *Corpo e Comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004b.

_____. Prefácio. In: VILLAÇA, Nízia. *A edição do corpo: tecnociência, artes e moda*. Barueri-SP: Estação das Letras Editora, 2007.

SILVEIRA, F. de A. et al. Corpo e Alma em Foucault: Postulados para uma Metodologia da Psicologia. *Psicol. USP* [online]. 2003, vol.14, n.3, pp. 171-194.

VYGOTSKY, L S. *A Formação Social da Mente*. São Paulo: Martins Fontes; 1994.

WOLF, N.. *Mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. 2º ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1992. 436 p.