Investigando alguns modos de subjetivação do corpo jovem na mídia contemporânea

*Investigando algunos modos de subjetivación del cuerpo joven en los
medios contemporâneos*

Guilherme Rego Rockembach¹

Suélem do Sacramento Costa de Moraes²

Bárbara Hees Garré³

Resumo

Este estudo objetiva compreender alguns processos de subjetivação que fabricam uma população dita Jovem na atualidade. Destaca-se que ao estudar um modo de ser jovem múltiplos atravessamentos se produzem, entre eles questões relacionadas ao corpo, já que esse corpo é também fabricado culturalmente e conduzido através dos discursos que por ele perpassam. Assim, este trabalho situa-se em problematizar principalmente uma produção discursiva acerca dessas questões relacionadas com cuidados com o corpo e com a saúde, que reverberam nas mídias digitais, constituindo alguns discursos hegemônicos que subjetivam uma população dita jovem. Nessa correnteza, compreende-se a mídia como uma pedagogia cultural, que ensina, educa e fabrica sujeitos e subjetividades para além dos muros escolares. Recorrentemente, nas mídias, celebridades expõem suas rotinas, como uma forma de incitar seus seguidores a adotarem práticas semelhantes às suas e algumas dessas versam sobre cuidados com o corpo e com a saúde. Desse modo, há um consumo, através de uma interpelação muito sutil, de comportamentos, hábitos e atitudes que atingem de modo potente os sujeitos jovens. Compreende-se uma visibilidade cada vez maior dessas celebridades midiáticas, sejam elas youtubers, blogueiros, gamers, diferentes influenciadores digitais, que se tornam, de algum modo, vozes autorizadas a proferir um discurso tomado como verdadeiro, e, como promessa de uma vida feliz. Aqui se pretende questionar a hegemonia de tais discursividades e do quanto elas são subjetivantes a partir da teorização foucaultiana.

Palavras-Chave: Educação; Juventude; Pedagogias Culturais; Mídia; Modos de Subjetivação.

Resumen

Este estudio objetiva comprender algunos procesos de subjetivación que fabrican una población dicha joven en la actualidad. Se destaca que al estudiar un modo de ser joven múltiples atravesamientos se producen, entre ellos cuestiones relacionadas al cuerpo, ya que ese cuerpo es también fabricado culturalmente y conducido a través de los discursos que por él atraviesan. Así, este trabajo se sitúa en problematizar principalmente una producción discursiva acerca de esas cuestiones relacionadas con cuidados con el cuerpo y con la salud, que reverberan en los medios digitales, constituyendo algunos discursos hegemónicos que subjetivan a una población dicha joven. En esa corriente, se comprende a los medios como una pedagogía cultural, que enseña, educa y fabrica sujetos y subjetividades más allá de los muros escolares. Recurrentemente, en los medios, celebridades exponen sus rutinas, como una forma de incitar a sus seguidores a adoptar prácticas semejantes a las suyas y algunas de ellas versan sobre cuidados con el cuerpo y con la salud. De ese modo, hay un consumo,

¹ Mestrando em Educação e Tecnologia; Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense IFSul; Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil; guirrock@gmail.com.

² Mestranda em Educação e Tecnologia; Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense IFSul; Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil; suelemcosta@gmail.com.

³ Doutora em Educação Ambiental; Professora do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense IFSul; Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil; barbaragarre@gmail.com.

a través de una interpelación muy repentina, de comportamientos, hábitos y actitudes que alcanzan de modo potente a los sujetos jóvenes. Se comprende una visibilidad cada vez mayor de estas celebridades mediáticas, ya sean youtubers, bloggers, gamers, diferentes influentes digitales, que se vuelven de algún modo voces autorizadas a pronunciar un discurso tomado como verdadero, y, como promesa de una vida feliz. Aquí se pretende cuestionar la hegemonía de tales discursividades y de cuanto ellas son subjetivantes a partir de la teorización foucaultiana.

Palabras claves: Educación; Juventud; Pedagogías Culturales; Medios; Modos de Subjetivación

1. Anúncios iniciais

Na contemporaneidade temos vivenciado uma eclosão de mudanças constantemente, o avanço tecnológico vem fomentando cada vez mais uma proliferação de variados usos das tecnologias e dos artefatos midiáticos. Nessa perspectiva, a nossa sociedade está cada vez mais conectada, experimentamos no nosso século um modo de viver predominantemente digital. Nessa sociedade contemporânea e fortemente tecnológica, vivenciamos a produção de uma nova população, dita *jovem*, que faz das redes sociais um espaço de visibilidade, onde a prática naturalizada é “seguir” o outro, sujeitando-se e sendo sujeitado por ele. Entre as questões que circulam constantemente nesses espaços está o fato de estes sujeitos propagarem uma necessidade de preocupação com questões relacionadas ao corpo e à saúde. Neste estudo objetivamos compreender alguns processos de subjetivação que produzem um modo de ser *jovem*, problematizando principalmente uma produção discursiva acerca de questões relacionadas com cuidados com o corpo que reverbera nas mídias digitais. Nessa perspectiva, nossa pesquisa está baseada nos estudos do filósofo francês Michel Foucault, compreendendo a existência de uma produção discursiva que constitui alguns ditos hegemônicos, que nos subjetivam, nos conduzem e nos ensinam a viver.

Nesse sentido, vimos percebendo e, inclusive, vivenciando o quanto na atualidade parecem existir certos modelos, certas padronizações, reverberando de modo cada vez mais persuasivo, que ditam formas e estilos de vida, nesse caso um estilo de vida *jovem* em consonância com a estética e a saúde. Assim, nessa pesquisa, estamos olhando mais atentamente para alguns padrões de corpos fabricados discursivamente, e para o quanto essas redes discursivas vem normatizando estereótipos de uma forma sutil, porém, bastante incisiva. Desse modo, nosso objetivo situa-se em compreender como nos tornamos sujeitos assujeitados, interpelados e subjetivados por verdades fabricadas que ditam modos de ser! Ou, mais especificamente, o que nos inquieta e que motiva de algum modo todas problematizações realizadas nesse estudo, é buscar compreender de que modo o discurso midiático contemporâneo vem construindo uma população dita *jovem*, tão preocupada com questões relacionadas com a obtenção ou a manutenção de um corpo belo, saudável, e, esteticamente condizente com tais padrões vigentes.

Na correnteza de alguns autores do campo dos Estudos Culturais, entende-se a mídia como uma potente ferramenta de circulação de diferentes temáticas. Este meio de comunicação social é cada vez mais participativo em nossas vidas. Na atualidade, parece que se tornou difícil pensar, no nosso cotidiano, sem a presença das distintas tecnologias da informação e da comunicação. Desse modo, a mídia constitui-se como uma importante estratégia de proliferação de discursos nos mais diversos segmentos. Nesse sentido, ela não apenas vem informando, mas sim ensinando determinados hábitos, valores e atitudes. Dessa maneira, tomamos neste estudo os artefatos midiáticos como pedagogias culturais, que ensinam, educam e fabricam os sujeitos. Conforme COSTA e ANDRADE (2015, p.7) “o conceito de pedagogias culturais tem sido uma ferramenta importante para que pesquisadores

articulem cultura, educação e comunicação em estudos que visam problematizar a fabricação de sujeitos do tempo presente” (p.7). Assim, é também através desses artefatos que os sujeitos são informados e aprendem sobre muitas questões da vida.

Desse modo, nos parece potente problematizarmos algumas produções discursivas midiáticas, entendendo a relevância de pensarmos sobre a fabricação de uma população dita *jovem*, preocupada com questões atreladas à obtenção, ou, à manutenção de um corpo *magro*, padrão esse tão em voga na atualidade. Além disso, nos parece existir uma rede discursiva reverberando na mídia contemporânea, fabricando discursos que tomam força de verdade, que nos subjetivam e nos ensinam formas de viver. Parece também existir determinados personagens das mídias digitais que se tornaram vozes autorizadas na proclamação destes discursos contemporâneos, talvez sejam estes sujeitos os responsáveis pela atualização discursiva contemporânea que circula entre os jovens, ditando o que está e o que não está na “ordem do discurso” (FOUCAULT, 2001).

A reflexão proposta por este trabalho sobre a circulação de tais discursos não objetiva determinar se os mesmos são bons ou se são ruins, mas sim analisar as potentes “verdades” anunciadas por eles, entendendo que são produtivas, ou seja, ao serem ditas produzem intervenções no corpo social. Entendemos, assim, que ao provocarmos tensionamentos que oportunizem refletir sobre alguns ditos hegemônicos, podemos pensar a respeito de nossas práticas diárias, e, não apenas reproduzir comportamentos naturalizados culturalmente.

2. Contornos teórico-metodológicos

Ao começarmos esta seção é importante delinear alguns caminhos que pretendemos percorrer para a construção teórico-metodológica dessa investigação. Desse modo, é relevante ressaltar que estamos olhando para a mídia de uma maneira muito questionadora, observando que os ditos que por ela perpassam apresentam uma certa recorrência, e, são reproduzidos, repercutidos e reafirmados através de diferentes meios de difusão de informação. Assim, acabamos nos deparando com alguns discursos hegemônicos, que de tanto reverberarem por diversos ambientes por onde circulamos, acabam adquirindo uma certa força de verdade. Nessa perspectiva, conforme Gomes (2003), entendemos a mídia como produtora de verdade e constituidora da realidade. Compreendemos assim, que os discursos veiculados nos artefatos midiáticos, reverberam e circulam cotidianamente, nos interpelando, sugerindo e incitando modos de ser e de viver.

Nessa perspectiva, temos tomado como *corpus* empírico do nosso trabalho algumas mídias digitais, especialmente o *YouTube* e, conseqüentemente, os canais de algumas celebridades digitais que inclusive se autodenominam influenciadores digitais. Estes sujeitos utilizam as mídias digitais para expor suas rotinas, suas preferências, incitando seus seguidores a adotarem práticas semelhantes às suas. Podemos observar que existe uma grande gama de áreas abordadas por estes influenciadores digitais, a citar, moda, estilos musicais, etc. A abordagem deste trabalho são algumas dessas práticas que versam sobre cuidados com o corpo e com a saúde. A escolha dos canais dos influenciadores digitais a serem analisados teve como premissa a popularidade destes sujeitos. Para definir quais seriam estes, foram utilizadas as informações referentes ao número de seguidores destas figuras públicas em suas redes. Os sujeitos selecionados foram Whindersson Nunes – com 24 milhões de inscritos em seu canal do *YouTube*, 15 milhões de seguidores no *Instagram* e 4,6 milhões de seguidores no *Facebook* – e Kefera – com 11 milhões de inscritos em seu canal no *YouTube*, 11,7 milhões de seguidores no *Instagram* e 7 milhões de seguidores no *Facebook*. O prêmio “Jovem

Brasileiro” corrobora com a ideia de popularidade destes sujeitos, tendo em vista que ambos foram premiados como melhores *youtubers* de 2017.

Nessa correnteza, pretendemos encaminhar nossa pesquisa a partir da utilização de alguns conceitos foucaultianos, como ferramentas analíticas. Desse modo, entendemos que poderemos elaborar uma potente discussão, problematizando algumas discursividades proferidas por esses influenciadores digitais, articulando a uma rede discursiva mais ampla, que nos incita a vivermos de um modo e não de outro. É importante ressaltarmos que estamos inquietados com alguns ditos hegemônicos tão latentes na mídia contemporânea, não nos interessando quem os proferiu, mas sim a discursividade colocada em movimento. Michel Foucault (2001, p. 264), ao tratar do conceito de autoria ressalta: “O que importa quem fala?”. Nessa perspectiva, ainda que nosso material empírico sejam as redes sociais de alguns influenciadores digitais, o que nos interessa não são esses sujeitos, mas sim os seus ditos e a potência com que eles circulam, reverberam e tomam uma proporção que não é mensurável. Em outras palavras, com este estudo estamos preocupados em compreender alguns processos de subjetivação que fabricam uma população dita *jovem*, a partir dos efeitos produzidos por uma produção discursiva acerca de um corpo magro e saudável que parece estar tão forte em nossa atualidade. Desse modo, nos interessa perceber como está produzida discursivamente uma rede de enunciações, pela qual somos interpelados, nos mais diversos ambientes por onde circulamos, nas múltiplas mídias que nos atravessam subjetivando e fabricando modos de ser e de viver.

Assim, já que estamos problematizando uma produção discursiva que reverbera nas mídias, compreendemos a importância de assumirmos o conceito de discurso a partir de Michel Foucault (2008, p.55) ele trata os discursos “como práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam”. Nessa perspectiva, entendemos que os discursos são produzidos e nos produzem enquanto sujeitos, bem como a realidade em que estamos inseridos. Ou, em outras palavras, os discursos fabricam as verdades, e, desse modo, fabricam, também o mundo em que vivemos. Nessa pesquisa estamos olhando para algumas enunciações proferidas por esses influenciadores digitais, através da mídia, e, que produzem um discurso que nos incita a adotarmos certas condutas em nossas práticas diárias.

Nesse contexto, tomamos o entendimento do filósofo Michel Foucault sobre sujeito, entendendo que somos sujeitos produzidos pelos discursos que nos atravessam. É importante trabalharmos esse conceito, pois ele é uma de suas ferramentas fundamentais, já que Foucault se ocupou durante toda sua trajetória em tentar entender como nos tornamos aquilo que somos. Ou seja, Foucault (1995, p. 231) buscou compreender “diferentes modos pelos quais, em nossa cultura, os seres humanos tornam-se sujeitos”. Porém, para que tenhamos o entendimento de como nos tornamos sujeitos, segundo o filósofo, precisamos também buscar a compreensão de que estamos sempre subjetivados e engajados em relações de poder, as quais produzem saberes. Nessa perspectiva, o sujeito é fabricado, inventado, é alguém que está assujeitado a si mesmo ou a outro. O sujeito não está preso a uma identidade fixa, ele produz e é produzido nas relações de poder, podendo exercer diferentes posições conforme o momento e a situação. Além disso, importa compreender que, segundo Foucault (1995, p.245) “Viver em sociedade é, de qualquer maneira, viver de modo que seja possível a alguns agirem sobre a ação dos outros. Uma sociedade 'sem relações de poder' só pode ser uma abstração” [grifos do autor]. Desse modo, entendemos que essas relações de poder atravessam os sujeitos. Segundo Veiga-Neto (2014, p. 62), “Foucault entende por poder: uma ação sobre as ações”, e explica que ainda que Foucault não tenha tomado o poder como seu objeto principal de estudo, “o poder entra em pauta como um operador capaz de explicar como nos subjetivamos imersos em suas redes”.

Desse modo, nos parece que uma população dita *jovem* vem sendo produzida nesta sociedade ocidental, moderna, contemporânea e fortemente tecnológica, subjetivada por redes discursivas, imbricada em relações de poder e saber. Nesse sentido, compreendemos a potência de problematizarmos uma produção discursiva acerca de questões relacionadas com cuidados com o corpo e com a saúde, que reverbera nas mídias digitais, subjetivando e conduzindo as condutas de uma população dita *jovem*.

3. Considerações Finais

Neste estudo buscamos compreender o quanto esses influenciadores digitais tem se tornado vozes cada vez mais autorizadas a proferirem discursos que tem sido tomados por uma população dita *jovem* com força de verdade. Não nos preocupamos em julgar se essa produção discursiva tem sido positiva ou negativa, porém questionamos a hegemonia de tais discursividades e o quanto elas subjetivam e fabricam os sujeitos.

Assim, nos parece que há na contemporaneidade um padrão estético fabricado discursivamente, que versa sobre estereótipos corporais dos sujeitos. Nesse sentido, entendemos a potência de problematizarmos uma rede discursiva que vem reverberando nas mídias digitais, acerca de questões relacionadas com o corpo, ensinando a uma população dita *jovem* modos de ser e de viver.

Referências

- COSTA, Marisa Vorraber e ANDRADE, Paula Deporte, de. *Na produtiva confluência entre educação e comunicação, as pedagogias culturais contemporâneas*, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/32242>. Acesso em 22 ago 2017.
- GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no jornalismo*. São Paulo: Edusp, 2003.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2001.
- FOUCAULT, Michel. *Ditos e Escritos III: Estética, Literatura e Pintura, Música e Cinema*. São Paulo: Editora Forense, 2001.
- FOUCAULT, Michel. *Nascimento da Biopolítica*. Curso no Collège de France (1978-1979). São Paulo. Editora: Martins Fontes, 2008.
- FOUCAULT, Michel. *O Sujeito e o Poder*. Apêndice da 2ª edição. Michel Foucault entrevistado por Hubert L. Dreyfus e Paul Rabinow. In.: DREYFUS, Hubert e RABINOW, Paul. Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1995. p. 231-249.
- VEIGA-NETO, Alfredo. *Foucault e a Educação*. 3 edição; 1 reimpressão, Editora Autêntica, 2014.