

FERNANDA ALINE DE ANDRADE

**DISCURSIVIDADES SOBRE A MULHER: O TAMANHO DOS SEIOS EM
QUESTÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, Área de Concentração Estudos Lingüísticos, Linha de Pesquisa Fundamentos de Compreensão e de Produção do Discurso Escrito, da UFMS – Câmpus de Três Lagoas – MS, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Vânia Maria Lescano Guerra

Três Lagoas - MS

2008

FERNANDA ALINE DE ANDRADE

**DISCURSIVIDADES SOBRE A MULHER: O TAMANHO DOS SEIOS EM
QUESTÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, Área de Concentração Estudos Lingüísticos, Linha de Pesquisa Fundamentos de Compreensão e de Produção do Discurso Escrito, da UFMS – Câmpus de Três Lagoas – MS, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Letras.

COMISSÃO JULGADORA

Presidente e Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Vânia Maria Lescano Guerra (UFMS)

2º Examinador: Prof. Dr. Sírio Possenti (UNICAMP)

3º Examinador: Prof^ª. Dr^ª. Celina A. G. Souza Nascimento (UFMS – CPTL)

Suplentes:

Prof^ª. Dr^ª. Maria Luceli Faria Batistote – (UNEMAT)

Prof^ª. Dr^ª. Marlene Durigan – (UFMS)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que, de algum modo, fizeram-se presentes durante o processo de escrita deste texto e que foram fundamentais para que esta pesquisa se concretizasse.

Ao Programa de Pós-graduação em Letras da UFMS: aos funcionários administrativos, dentre eles os da biblioteca, pela sua sempre presente paciência e pelos funcionários da Secretaria do Mestrado em Letras, em especial ao Claudionor Messias da Silva pela educação, respeito, dedicação e amor ao que faz.

De modo muito especial e particular, agradeço à minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Vânia Maria Lescano Guerra, pela oportunidade de desenvolver esta pesquisa. Agradeço as sugestões de leitura, o rigor, a idoneidade, a compreensão e o respeito com que sempre tratou meus esforços de escrita. Minha profunda admiração!

Aos professores das disciplinas cursadas pela contribuição, especial e efetiva, no direcionamento de meus estudos: Vânia Maria Lescano Guerra, Marlene Durigan, Vitória Regina Spanghero Ferreira e Edgar César Nolasco.

Ao Prof. Dr. Marlon Leal Rodrigues, pela interlocução constante, amigo sempre presente, acolhedor e crítico.

Ao Prof. Vagner Custódio, por ter me influenciado com o seu exemplo, fazendo-me compreender que nenhuma pessoa passa pelas nossas vidas em vão.

À Prefeitura Municipal de Jundiá do Sul, nas pessoas do prefeito Joel Marciano Rauber e dos colegas de trabalho Odair Rosildo Farinha, Cláudio Francisco de Oliveira e Lidiane Corsi Keller, pela compreensão e apoio irrestrito.

Aos colegas da Pós-Graduação, em especial Neuraci, Anailton, Santa, Jefferson, Carlos e Sandra, por terem tornado este percurso mais agradável, menos solitário. Agradeço por terem colaborado com as sugestões de leituras, pelas caronas, pela companhia, por terem se tornado, como o decorrer do tempo, em meus amigos do discurso.

Aos meus amados pais e a minha querida filha Maria Luiza, por terem me apoiado e compreendido as minhas ausências.

Aos meus irmãos: Márcio, Sérgio, Rose e Fernando, incentivadores constantes. Assim como aos meus irmãos de coração: Osleni, Agnaldo e Guilherme, que me acolheram de braços abertos durante toda esta caminhada. Minha eterna gratidão!

Nas mídias, os jogos de aparências se apresentam como informação objetiva, democracia, deliberação social, denúncia do mal e da mentira, explicação dos fatos e descoberta da verdade. Entretanto, e por isso mesmo, os discursos de explicação não podem pretender a verdade absoluta e menos ainda à profecia. (Patrik Charaudeau, *O discurso das mídias*)

ANDRADE, Fernanda Aline de. *Discursividades sobre a mulher: o tamanho dos seios em questão*. Dissertação de Mestrado. UFMS - Três Lagoas. 2008.

Na contemporaneidade, a (re)engenharia do corpo propiciada pela cirurgia plástica estética tem se apresentado como um terreno fértil aos projetos identitários produzidos pelos/nos discursos midiáticos. Pode-se constatar como efeito desse processo de (re)produção de identidades realizado pela mídia a (re)definição estética feminina das brasileiras promovida pelo implante cosmético de prótese de silicone nos seios. Diante desse *acontecimento*, esta pesquisa visa analisar discursivizações sobre a mulher produzidas a partir do aumento do tamanho do seio (re)significado pela cirurgia estética de implante mamário de prótese de silicone, veiculadas pela mídia impressa nacional, que apostam em recursos biotecnológicos, de modo especial, na “siliconização” dos seios, como prática de (re)configuração identitária do sujeito feminino. Para alcançar esse objetivo, foram selecionados alguns recortes de publicações impressas nacionais voltadas para o público feminino, compreendido entre os anos de 2002 e 2007. As análises realizadas foram fundamentadas na Análise do Discurso francesa, com contribuições dos Estudos Culturais o que permitiu entender que o que torna relevante essa discussão é o momento histórico de ascensão social pelo qual a mulher passa e o “poder” de autonomia produzido nos sujeitos por essas discursividades, um vez que se trata do aumento de uma parte do corpo feminino que teve a sua estética controlada, na maior parte do tempo, por instituições masculinas. Nas análises buscou-se observar as influências da mídia como processo interpelatório na (re)construção da(s) identidade(s) feminina(s) das brasileiras, considerando-se tais práticas como um efeito de sentido do discurso como a busca de (re)significar sua identidade, além do paradoxo construído a partir do efeito de autonomia produzido nos sujeitos pelos discursos que envolvem os recursos biotecnológicos, que parecem potencializar na mulher contemporânea a “idéia” de insubmissão aos discursos masculinos. Se por um lado, essas discursividades oferecem ao sujeito a possibilidade de (re)construir “novos” sentidos sobre o feminino, por outro, elas acabam criando estereótipos e estigmatizações, uma vez que o sujeito feminino desejável e autorizado a desejar nessas discursividades é aquele que se enquadra no padrão estético instituído nessas discursivizações. No capítulo I apresentamos uma breve história dos seios procurando confrontar formulações relativas a essa temática; no capítulo II apresentamos os conceitos básicos da Análise do Discurso de linha francesa que são abordados ao longo da pesquisa bem como as questões de gênero, identidade, consumo e mídia e, por fim, no capítulo III discutimos a polêmica dos seios e alguns efeitos de sentidos produzidos no/pelo discurso midiático: discurso da imprensa voltada a público feminino: o caso *Plástica e Beleza*; discurso da fetichização dos seios: a essencialização do feminino: tensão entre o sentido maternal e erótico; discursividades sobre a estética dos seios femininos: o (des) controle de si.

Palavras-chave: discurso; identidade; sujeito feminino.

ABSTRACT

Nowadays, the (re) engineering of the body offered by aesthetic plastic surgery has been presented as a fertile ground to the identity undertaken by/in the media discourses. The (re) definition of the Brazilian feminine aesthetic promoted by cosmetic implant prosthesis of silicone in the breast can be noticed as an effect of this reproduction identities process done by the media. Aware of this “event” this research aims to analyse the discursiveness about the woman produced by the enlargement of the breast reverse-meant by the aesthetic surgery, conveyed by the national pressed media which points to biotechnological resources, especially, in “having silicone implants” as a practice identity re-configuration of the feminine figure. To reach the goal it was selected some cutting from national pressed publication focused on the feminine public, between 2002 and 2007. The analyses were carried out based on the basis of the French Discourse Analysis with some contributions of the Cultural Studies which allowed us to understand that the relevance for the discussion is the historical moment of social rising in which the women go through and also the “power” of autonomy produced in the subject by these discursiveness, once it relates to the enlargement of the feminine’s body’s part which was aesthetically controlled by the masculine institutions. It was searched the influence of the media as a challenge process in the re-built of the Brazilian feminine identities, considering such practices as a sense of effect of the discourse as a way to give another meaning of their identity beyond the paradox built from the sense of autonomy produced in the subjects by the discourses which involve the biotechnological resources that seem to potencialise in the contemporary woman the “idea” of submission to the masculine discourse. As if one hand these discursiveness offer to the subject the possibility to re-built “new” senses about the feminine, on the other hand they, somehow, create stereotypes and stigmatism, once the feminine desirable subject and authorized to desire at these discursiveness is the one who fit in the aesthetic pattern established on these practices. In Chapter I, we present a brief story of the breast in order to confront formulations related to this theme; in Chapter II, we present the basic concepts of the French Discourse Analysis which are approached to the research as well as gender questions, identity, consumption and media and, at last, in Chapter III, we discuss the controversial aspect of the breast and some means of sense produced in/by the midiatic discourse: the pressed discourse directed to the feminine public: the incident Plastic and Beauty, fetishist breast discourse: feminism essentialness: tension among the maternal and erotic sense; discursiveness about the aesthetic of the feminine breast: the one’s self (un) control.

Key Words: discourse; identity, feminine subject.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	08
CAPITULO I	
CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO: UMA BREVE HISTÓRIA DO SEIO.....	19
1.1 Confrontando formulações: seios e sentidos ao longo da história.....	19
CAPITULO II	
DOS FUNDAMENTOS E CONCEITOS DA AD.....	30
2.1 Questões de gênero, identidade, consumo e mídia.....	39
CAPÍTULO III	
OUTROS SENTIDOS: A POLÊMICA DOS SEIOS.....	46
3 . A unicidade do discurso e a multiplicidade de sentidos.....	46
3.1 Discurso(s) da imprensa voltada ao feminino: o caso <i>Plástica e Beleza</i>.....	47
3.2 Discurso(s) da fetichização dos seios: a essencialização do feminino: tensão entre o sentido maternal e erótico.....	57
3.2.1 Discurso do suplício.....	63
3.2.2 Discurso da sensualidade: a (inter)relação entre seios e a indumentária feminina.....	64
3.2.3 Discurso da publicidade.....	68
3.2.4 Discurso dos seios enquanto objeto do desejo masculino.....	70
3.3 Discursividades sobre a estética dos seios: o (des) controle de si.....	73
3.3.1 Discurso da autonomia: o controle de si.....	73
3.3.2 Discurso da estética dos seios: beleza enquanto simetria entre as formas.....	78
3.3.3 Discurso da indústria.....	79
3.3.4 Discurso econômico: investimentos em si: os seios enquanto mercadoria.....	81
3.3.5 Discurso da democratização da beleza.....	84
3.3.6 Discurso do padrão de beleza norte-americano.....	85
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	91
REFERÊNCIAS.....	95

INTRODUÇÃO

A linguagem é a consciência real, prática, que existe também para os outros homens, portanto, também primeiro para mim mesmo, e exatamente como a consciência, a linguagem só aparece com a carência, com a necessidade dos intercâmbios com os outros homens. Onde existe uma relação, ela existe para mim. [...] A consciência é, portanto, de início, um produto social e o será enquanto existirem homens. Assim, a consciência é, antes de mais nada, apenas a consciência do meio sensível mais próximo e de uma interdependência limitada com outras pessoas e outras coisas situadas fora do indivíduo que toma consciência.

(Karl Marx e Friederich Engels, *A ideologia Alemã*)

Na contemporaneidade, a (re) engenharia do corpo propiciada pela cirurgia plástica estética tem se apresentado como um terreno fértil aos projetos identitários produzidos pelos/nos discursos midiáticos. Pode-se constatar como efeito desse processo de (re)produção de identidades realizado pela mídia a (re) definição estética feminina das brasileiras promovida pelo implante cosmético de prótese de silicone nos seios.

Com base no instrumental teórico da (AD) Análise do discurso de linha francesa, esta pesquisa visa analisar discursivizações sobre a mulher produzidas a partir do aumento do tamanho do seio (re)significado pela cirurgia cosmética de implante mamário de prótese de silicone, veiculadas pela mídia impressa nacional, voltada ao público feminino, que apostam em recursos biotecnológicos (ginástica, tratamentos estéticos, próteses), de modo especial, na “siliconização¹” dos seios, como prática de (re)configuração identitária do sujeito feminino. Interessa-nos, neste estudo, observar a construção discursiva dos sujeitos femininos que têm interpelado o sujeito-mulher a se identificar com certas características físicas e comportamentais nesse momento histórico; uma vez que, muitas vezes, essas discursivizações, sob a aparência de mudança, podem vir reforçar e alimentar a desigualdade entre os gêneros² feminino/masculino.

¹ “Siliconização”: implante cosmético de prótese de silicone nos seios.

² O gênero é aqui definido como uma categoria sociocultural que distingue o feminino e o masculino a partir de relações econômicas e culturais oriundas das diferenças entre os sexos, construídas e determinadas em posições hierárquicas durante os séculos, afetando toda a vida dos indivíduos, sejam homens ou mulheres. (SCOTT, 1990); (SAFFIOTI, 1990).

Pesquisas sobre o tema ainda se concentram em áreas como História, Sociologia e Antropologia. Abordar questões de gênero, na perspectiva discursiva, é uma forma de ressaltar a relevância política e social do tema, uma vez que entendemos que se trata de uma tentativa de compreender, em alguma medida, o modo pelo qual a sociedade se “re-configura” nesse momento histórico de ascensão feminina.

O interesse pelo tema surgiu quando a mídia noticiou em revistas, jornais impressos e *on-line* – que, às vésperas do carnaval do ano de 2003, as próteses de silicone haviam acabado no mercado em razão da sua grande demanda. Concomitantemente, a essas discursividades as imagens dos corpos femininos difundidos pela mídia passaram a apresentar seios significativamente maiores, apontando assim a uma (re) definição na estética feminina das brasileiras. Celebidades midiáticas que se submeteram ao implante cosmético de prótese de silicone: Joana Prado, Danielle Winitis, Xuxa, Ivete Sangalo, entre outras, passaram a ser apresentadas aos brasileiros como os novos referenciais de beleza. Desde então, este tipo de implante³ começou a ser incorporado cada vez mais pelas brasileiras, tornando-se a segunda cirurgia plástica mais procurada, superando até mesmo as expectativas do comércio. No início deste século, na mídia nacional, tornaram-se cada vez mais comuns formulações como:

R⁴ 01- As próteses antigas tinham 180 ml. Ele colocou 280 ml. Para minha surpresa ficaram 200% mais lindas (*P.B.*⁵ 41⁶, p.51).

R 02 - Mas a orientação que recebeu dos profissionais, para sua surpresa, foi a de colocar prótese de silicone nos seios, o que tornaria o corpo mais harmonioso e daria as formas que ela desejava. Dito e feito, depois dos implantes de 190 ml, está feliz da vida com a silhueta (*P.B.* 82, p.30).

R 03 – O silicone deixa seus seios com um contorno rejuvenescido (*P.B.* 31, p. 30).

R 04 - Dona de seios fartos e naturais, Cida passou a representar o novo padrão de beleza nacional (*P.B.*32, p.25).

R 05 - Seios turbinados em qualquer idade (*P.B.*64.,p.52).

³ Segundo dados fornecidos pela Associação Brasileira de Cirurgias Plástica Estética, o implante mamário de prótese de silicone já é a segunda cirurgia plástica mais realizada, no Brasil.

⁴ Para fins metodológicos adotamos o sistema R1 (recorte) acompanhando respectivamente de algum número (01,02...), com o qual se diferencia cada recorte.

⁵ *P.B.* – Revista *Plástica e Beleza*.

⁶ Número do fascículo.

Essas discursivizações causaram inquietações que foram determinantes para a definição do tema: já que o que está em jogo nessas discursividades é o aumento de uma parte do corpo distintiva de gênero feminino e fetichizada, na cultura Ocidental. Gênero entendido, neste estudo, como construção cultural do que a sociedade entende que seja homem ou do que seja mulher, consistindo, nas palavras de Bourdieu (1999, p.8), como a “mais fundada das ilusões coletivas”. Essa divisão social, relacionada nas diferenças biológicas, demarcou (e tem demarcado) lugares sociais diferenciados para homens e mulheres ao instituírem, pela/na linguagem, modos de ser e de pensar ou de representar enunciativamente distintos a cada sexo. Tal construção produzida, em relações de poder desiguais, naturalizou e evidenciou uma suposta superioridade do masculino sobre o feminino, mas que vem, aos poucos, sendo desnaturalizada, em alguns setores, a partir de algumas conquistas femininas alcançadas no terreno social, de forma especial, nas últimas décadas: espaço e direitos sociais reconhecidos.

Dentre as obras disponíveis para consulta, encontra-se a *História do seio*, desenvolvida pela historiadora Yalom (1997); *Cirurgia Plástica estética em corpos femininos: a medicalização da diferença*, texto elaborado por Ribeiro (2003); *Hipertrofia mamaria ¿una deformidad estética? Cuándo debe sufragarse por la Seguridad Social*, trabalho realizado por Rioja Torrejón (2006); *A oncopsiquiatria no câncer de mama – considerações a respeito de questões do feminino*, escrito por Cantinelli, Camacho, Smaletz, Gonsales, Braguittoni e Rennó Jr; *Amarras da liberdade: representações maternas do processo de amamentação – desmame de crianças com idade superior a dois anos*, discussão realizada por Hames (2006), entre outras. Constatou-se que pesquisas sobre o tema ainda se concentram em áreas como a história, a antropologia, a medicina (estética e psiquiátrica) e áreas afins (enfermagem).

As discussões presentes nessas discursividades mostram-nos temáticas referentes ao gênero masculino/feminino imbricadas na definição do tamanho dos seios e a relação estabelecida entre o tamanho das mamas com o comportamento (que se espera) do feminino em diferentes momentos históricos; também nos mostram o seio como *locus* de construção de diferença entre os gêneros pelo/no discurso médico; o discurso da medicina estética na instituição de parâmetros de normalidade no tamanho dos seios; efeitos produzidos pelo câncer de mama na psiquê feminina; a política da amamentação e os efeitos sobre o feminino produzidos pelas representações maternas construídas por estas discursividades.

De um modo geral, esses estudos mostram que a estética dos seios foi controlada, no decorrer da história, na cultura Ocidental, na maior parte do tempo, pelos homens e pelas instituições de dominação masculinas, tais como a Igreja, o Estado, a medicina e, mais recentemente pela mídia, em discursos que vieram a transformar esta parte do corpo feminino num marcador identitário, em potencial: de gênero, de cultura, de beleza, de classe.

As obras consultadas apontam para a necessidade de abordagens lingüístico-discursivas sobre o tema, uma vez que, mediante toda carga histórica e “ideológica” discursivamente depositada nos seios, torna-se relevante tentar entender, em alguma medida, os sentidos sobre o feminino (re) produzidos pelo discurso do aumento dos seios, viabilizado no/pelo discurso da mídia, de modo particular pela imprensa feminina. Interessa-nos saber o modo como a “memória discursiva” (PÊCHEUX, 1999, p. 52) é acionada nesses discursos, as atualizações e silenciamentos sobre o feminino produzidos por essas discursividades, buscando prever os interesses mercadológicos que perpassam esse processo de (re)configuração identitária. No entanto, é importante dizer que, embora a “memória discursiva”⁷ seja acionada nesses enunciados, os sentidos sobre o feminino poderão ser outros, em razão do momento histórico em que emergem essas discursivizações, entendendo que a memória opera uma certa tensão entre a estabilização e a produção de “novos” sentidos.

Definido o tema, chegou o momento de eleger o local de onde seria retirado o *corpus* de análise. Pelo fato de a interpelação pelo tema ter-se dado a partir de discursos veiculados pela mídia nacional, já havia uma certa predisposição em tomá-los como objeto de estudo. No entanto, a decisão por esses discursos realmente se deu no momento em que se passou a entendê-los como discursos potencialmente fundadores. Segundo Orlandi (2001c), os discursos fundadores, em razão do seu caráter multiplicador, funcionam como referência básica no imaginário constitutivo desse país, à medida que instauram possibilidades de novos discursos, ao mesmo tempo em que interferem na construção do cotidiano e no modo como se configuram as relações sociais e a memória.

Diante da ampla oferta de material para análise, (imprensa jornalística, imprensa feminina, imprensa masculina, imprensa *gay*), havia ainda a necessidade de uma maior delimitação. Nesse momento, optou-se por publicações impressas nacionais voltadas ao

⁷“Memória discursiva” é um conceito-chave nessa pesquisa; e, por essa razão, ele voltará a ser abordado, de forma mais aprofundada, na fundamentação teórica.

público feminino, em razão da sua grande circulação entre as mulheres. Diante da variedade de publicações existentes no mercado editorial brasileiro, destinadas especificamente ao feminino – *Claudia, Nova, Corpo a Corpo, Boa Forma, Plástica e Beleza*, dentre outras, elegeram-se a *Revista Plástica e Beleza*. A escolha por essa revista não foi aleatória, uma vez que os enunciados aí presentes não apenas apresentam uma ruptura do padrão estético que vigorava no Brasil, até finais da década de 90, (seios pequenos) como também apresentam uma “nova” discursividade (de caráter não-moralizante) sobre a cirurgia plástica cosmética de implante mamário de prótese de silicone.

Entendemos assim, que essa mudança no padrão estético dos seios inscrita em corpos femininos, presentes, nessas discursividades, consiste necessariamente, num descolamento identitário (HALL, 2000) ou de “identificação” da mulher brasileira (ORLANDI, 2001b) com as práticas discursivas, ou seja, um acontecimento discursivo-estético no contexto sócio-histórico nacional, que tem produzido desestabilização no padrão discursivo de até então, operando como “política dos corpos” (FOUCAULT, 1999).

Essas discursivizações sobre a mulher produzidas a partir do aumento do tamanho dos seios vêm provocar um “furo nas redes de memória” (PÊCHEUX, 2002) para se inscrever na ordem estética, disputando espaço com a ordem já estabilizada historicamente. Essa irrupção requer e reivindica sentidos, desestabiliza outros, compete com outros, a partir de uma estética feminina que se pressupunha fixa, marcada e inscrita nos corpos e para os corpos.

Para Pêcheux (1999, p. 52), o *acontecimento* precisa “perturbar a memória”, isto é, precisa impor-se perante ela; se o acontecimento não desestabilizar a memória, será absorvido por ela como se nunca tivesse ocorrido ou existido. Produzidos a partir de um contexto histórico-social, tomados como acontecimento, os enunciados sobre o tamanho dos seios constituem efeitos de demanda histórica, ao abrirem uma brecha na memória discursiva e nas redes de filiação histórica e reivindicarem sentidos.

De acordo com Hall (2000, p.7):

as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada ‘crise de identidade’ é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais

das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL,2000, p.7).

Ainda para Hall (2000, p. 12) “dentro de nós coexistem identidades contraditórias, pressionadas em direções diversas, de modo que nossas identificações estão sendo continuamente mudadas [...] a identidade totalmente segura, completa, unificada e coerente é uma fantasia. Assim, pressupõe-se que a *identidade* não é esse algo sempre lá, em algum lugar, mas é (re)construída, adaptada, significada, de acordo com as circunstâncias sócio-históricas. Dessa forma, de acordo com Pêcheux (2002, p. 54), para se enunciar de forma nova e diferente, precisa-se enunciar de uma identidade, ou “forma- sujeito” (PECHÊUX, 1999), na linguagem da AD, que nunca antes fora enunciada e esse novo se dá nas “redes de memória dando lugar a filiações identificadoras” (PECHÊUX, 2002, p.54). Essa nova identidade precisa constituir-se numa tensão de relações, negociando relações diante da(s) outra(s), por oposição ou aliança, sendo considerada como uma construção histórica no bojo da luta de classe e das relações de poder.

Diante do exposto, a irrupção histórica desses *acontecimentos discursivos* suscitou alguns questionamentos que nortearão a discussão no decorrer deste estudo. Como se dá o funcionamento dos discursos de gênero na (re)configuração da estética dos seios, assim como o processo de produção desses discurso na constituição do sujeito feminino? Quais formações discursivas concorrem entre si nesta polêmica? Quais discursos apresentam-se mascarados na instituição deste “novo” ideal estético dos seios? Que efeitos de sentidos sobre o feminino podem ser resgatados a partir destas discursividades?

Parte-se da hipótese de que essas discursividades sobre a mulher produzidas a partir do aumento do tamanho dos seios operam numa certa tensão entre o instituído e o que supõe subverter.

Três acontecimentos discursivos importantes podem ter contribuído de modo especial para essa (re)configuração da(s) identidade(s) feminina(s) das mulheres brasileiras a partir de sua corporeidade: discurso da globalização⁸, discurso da “democratização” da cirurgia plástica estética alavancado por questões mercadológicas e a ascensão social da mulher. Para pensar tais questões, é relevante considerar a demanda de sentidos dos filmes norte-americanos que, de uma forma ou de outra, não

⁸ Globalização entendida, neste estudo, como intercâmbio cultural promovido pelas redes discursivas midiáticas.

apenas dominam o mercado mundial cinematográfico, como também impõem padrões estéticos de beleza e de comportamento, que acabam por produzir uma demanda de sentidos, a partir de sua cultura, influenciando e constituindo padrões discursivos estéticos em outros povos e culturas.

Para realizarmos a nossa abordagem, situamos o corpo como “o lugar material em que acontece a significação, lugar de inscrição, manifestação do grafismo. Pintura. Texto”. Toda “profusão de textos [tatuagem, *piercing* etc.] que se avolumam – seja pelas novas tecnologias, ou pelas distintas superfícies que exploram, em novas formas de significar o corpo – apontam para diferentes modos do sujeito (se) viver o social” (ORLANDI, 2001b, p.6). Embora Orlandi esteja se referindo a outras inscrições, nos corpos, de forma geral, interessa aqui considerar a prótese de silicone como um tipo de tecnologia e medicação, como forma de inscrição no corpo feminino interna a ele, mas que deixa sua escrita na superfície ao tornar os seios maiores do que eram, ou seja, proeminentes. O objetivo geral deste estudo desdobra-se nos seguintes objetivos específicos:

- 1) analisar a materialidade discursiva, contribuindo para a manifestação dos efeitos de sentido e ideologia presentes, por meio da categoria de referenciação, tomando como base os demonstrativos, considerando esses pronomes mais dêiticos, ou que nos dão mais acesso ao real, ao mesmo tempo privilegiando uma abordagem equilibrada entre as materialidades discursivas e a abordagem histórica.
- 2) analisar o funcionamento discursivo em publicações impressas nacionais destinadas ao público feminino, mais especificamente, na revista *Plástica e Beleza*, a fim de compreender as relações interdiscursivas que constituem os sentidos dos corpos femininos nesse momento histórico.
- 3) analisar como essa discursividade re-significa a identidade da mulher que se submete à cirurgia cosmética de prótese de silicone nos seios;
- 4) analisar os discursos da própria posição sujeito da mulher nessa nova ordem dos seios proeminentes;
- 5) analisar discursividades sobre a mulher a partir do tamanho dos seios, alguns aspectos do quadro histórico das práticas discursivas no momento em que esse discurso se constitui e sua inscrição na memória social, bem como a manifestação de ideologias veiculadas pela revista *Plástica e Beleza* enquanto constituição dessa discursividade;

- 6) detectar marcas discursivas que levem à normatização do tamanho dos seios e do comportamento feminino, na revista *Plástica e Beleza*, especializada em cirurgias plásticas estéticas;
- 7) analisar o discurso do outro (ou seja: do sujeito homem, do sujeito mulher, especialistas, da revista etc.) sobre o tamanho dos seios;

Nesse sentido, de forma geral, o objetivo é analisar, no dizer de Foucault, como se constitui a política de “normatizações” dos corpos, quais os efeitos que se constituem neles, considerando as condições de produção do modo capitalista de reprodução social.

Para a AD a análise consiste num desdobrar-se na relação entre descrição e interpretação. De acordo com Pêcheux (2002, p. 54), “toda descrição abre sobre a interpretação”, para que “através das descrições regulares de montagens discursivas, se possam detectar os momentos de interpretações enquanto atos que surgem como tomadas de posição reconhecidas como tais, isto é, como efeitos de identificação assumidos e não negados” (PECHEUX, 2002, p. 57). Para Pêcheux (PECHEUX, 2002, p. 57), a interpretação é “uma questão de ética e política: uma questão de responsabilidade”.

Na perspectiva discursiva, o *corpus* é constituído a partir de um “recorte⁹” de discursos determinados pelas condições de produção, levando-se em consideração os objetivos teóricos que nortearão as análises, possibilitando, deste modo, uma leitura não subjetiva dos discursos.

Outro aspecto que diz respeito à questão metodológica é a competência do analista face aos instrumentos teóricos e ao conhecimento sobre o objeto de pesquisa.

Assim, a proposta metodológica deste trabalho é constituída de vários procedimentos que vão desde as leituras teóricas que nortearam todo o trajeto da pesquisa até as etapas de análises que se refere ao modo *como* organizamos o conjunto dos procedimentos analíticos. Definido o *corpus*, realizamos o recorte de enunciados que atendiam às indagações levantadas, considerando, neste processo de seleção, os objetivos a serem atingidos, neste estudo. Em seguida, agrupamos os enunciados segundo suas especificidades, fizemos à classificação destes, em discursos, atribuímos-lhes uma configuração; para, finalmente, realizarmos as análises dos discursos e as filiações histórica dos sujeitos bem como dos seus dizeres.

⁹ Recorte aqui entendido como “unidade discursiva; fragmento correlacionado de linguagem e situação” (ORLANDI, 1987, p. 139).

O material discursivo que constitui o *corpus* desta pesquisa é composto por 66 enunciados selecionados conforme a coerência do tema, veiculados pela revista *Plástica e Beleza*, em fascículos que compreendem a seqüência numérica de 31 a 96, publicados entre os anos de 2002 e 2008. A escolha, desses recortes, se dá em virtude de conterem, em seu aspecto e em seu formato material, de forma “objetiva” e assumida, as orientações, as propostas, os objetivos, as reflexões em torno desse “novo” perfil de mulher. Além disso, a revista se constitui um lugar em que os discursos e as ideologias se materializam com certo efeito, força e poder. Os enunciados da revista *Plástica e Beleza* foram o primeiro recorte de universo de possibilidade ou de “universo discursivo” (MAINGUENEAU, 1993, p. 116) e a escolha desses enunciados na revista se justifica por constituírem-se num espaço privilegiado de orientação “programática”. Entendemos a revista em questão como o espaço que melhor expressa as orientações ideológicas assumidas ou não como posições ideológicas.

O momento para a discussão dessas discursivizações não poderia ser mais oportuno, já que a mulher vive uma fase histórica de ascensão social que lhe permite exercer um papel ativo na constituição da própria representação. Os recursos biotecnológicos, de modo específico, neste estudo, o implante de prótese de silicone nos seios, parecem potencializar na mulher contemporânea a “idéia” de insubmissão aos discursos masculinos. Entretanto, para uma discussão profícua é relevante não esquecer que a “voz” sempre foi cedida aquele que detém o poder e, até há pouco tempo, cabia exclusivamente ao homem discursivamente estabelecer os padrões estéticos (e de comportamento) que a mulher deveria ter - seja na música, na poesia, ou nas artes, em geral. Isso porque, segundo Beauvoir (1980), relegada à esfera doméstica pelo determinismo de sua condição biológica (reprodução, amamentação), a mulher não assumiu, por um longo período da história, a sua condição de também produtora de racionalidade. Diante disso, um questionamento parece impor-se: como construir um lugar próprio para o feminino se o homem é o “dono da voz”?

Entender a feminilidade como uma construção histórica e cultural pressupõe compreender que não há dons, virtudes e defeitos intrínsecos do feminino, mas processos de efeminação da mulher que intentam inscrevê-la em lugares sociais historicamente estabelecidos, propondo um conflito político entre os gêneros. O sentido maternal e erótico dos seios atende a uma ideologia masculina e faz parte do processo de essencialização do feminino, à medida que se atribuem à natureza características produzidas pela cultura.

Além das questões de gênero, é preciso também considerar, na irrupção deste novo ideal estético feminino, a influência dos discursos e de cultura globalizada, à medida que se observa que os seios proeminentes são um ícone da cultura norte-americana, já cristalizados no imaginário social, desde 1941, com o surgimento da “Mulher Maravilha”, das revistas em quadrinhos e dos filmes dos mais variados gêneros, principalmente erótico-pornográficos, presentes no cotidiano dos brasileiros, nas redes de canais televisivos, uma vez que os Estados Unidos da América dominam a indústria cinematográfica.

O entendimento das relações de poder que perpassam essas discursividades fortalece a relevância do estudo que se propõe, uma vez que a abordagem discursiva do tema permitirá compreender, em alguma medida, as lutas de forças que estão sendo postas em jogo nesses discursos de (re)definição estética, perpassados por questões de gênero e de discursos e cultura globalizada.

Essa mudança no âmbito do discurso revela uma mudança na própria cultura e na(s) identidade(s) do(s) sujeito(s) feminino(s) na busca de (re) significar suas identidades por intermédio do implante mamário de prótese de silicone. Essas mudanças mostram como os sujeitos sociais são afetados pela linguagem, pois é por intermédio desse objeto simbólico que o imaginário é construído.

Esta pesquisa inscreve-se no campo teórico da AD, que trabalha a análise no limite do lingüístico com o social, visando analisar discursividades sobre a mulher produzidas a partir do tamanho dos seios femininos, no início deste século, período em que as discursivizações sobre os seios denunciam certo deslocamento no padrão estético feminino das brasileiras, ou seja, de pequenos para fartos. Sendo a forma material do discurso ao mesmo tempo lingüístico-histórica, enraizada na história para produzir sentidos, necessário se faz situar a AD dentro dos estudos lingüísticos e, ao mesmo tempo, fora deles, ou seja, o objeto de suas reflexões não é a materialidade lingüística, mas a constituição dos discursos e a possibilidade de serem enunciados. Porém só é possível fazer uma análise dos discursos porque eles têm uma existência material, porque eles contêm regras da língua de um lado, e aquilo que foi efetivamente dito, de outro.

Assim, a AD entende o discurso não como dado empírico, mas também diferente de enunciado e do conceito de texto. O discurso, para Pêcheux (1997), é entendido como *discurso em processo*, indagando sobre as condições de sua produção, a partir do pressuposto de que o discurso é determinado pelo tecido histórico social que o constitui.

Tendo formalizado a nossa opção pela AD, bem como a descrição de objetos, objetivos, metodologia e *corpus* de nossa pesquisa e a efetivação do recorte do nosso *corpus*, convém assinalarmos que a nossa pesquisa está assim constituída: no Capítulo I, intitulado CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO: UMA BREVE HISTÓRIA DO SEIO, focalizamos uma breve história desta parte do corpo feminino, tentando compreender a dinâmica das relações históricas e, como forma de fundamentação de nosso objeto de estudo, tentamos estabelecer uma confrontação entre os seios e seus sentidos ao longo a história.

No Capítulo II, DOS FUNDAMENTOS E CONCEITOS DA AD, elencamos e discutimos alguns conceitos da AD que se relacionam com o nosso objeto, essenciais para alcançar os objetivos propostos, além de discutir questões de gênero, identidade, consumo e mídia.

No Capítulo III, OUTROS SENTIDOS: A POLÊMICA DOS SEIOS, articulamos a polêmica dos seios e alguns efeitos de sentidos, subdividindo as análises em três tópicos. No primeiro, discurso(s) da imprensa voltada ao feminino: o caso *Plástica e Beleza*, abordamos a relação estabelecida entre o referente “mulher (de seios fartos)” e os sentidos de feminino (re)produzidos, nessas discursividades, após o acontecimento estético/discursivo promovido pelo implante cosmético de prótese de silicone, neste momento histórico. Já no segundo tópico, analisamos discurso(s) da fetichização dos seios: a essencialização do feminino: tensão entre o sentido maternal e erótico que perpassam o discurso do suplício, o discurso da sensualidade: a (inter)relação entre o tamanho dos seios e a indumentária feminina, o discurso da publicidade e o discurso dos seios enquanto objeto do desejo masculino. E no terceiro, intitulado discursividades sobre a estética dos seios: o (de) controle de si, analisamos o discurso da autonomia, o discurso da estética dos seios: beleza enquanto simetria entre as formas; o discurso da indústria, o discurso da democratização da beleza; o discurso econômico: investimentos em si: os seios enquanto mercadoria e o discurso do padrão de beleza norte-americano.

Entendemos que, a partir dessa disposição e organização de nossa pesquisa, temos condições de analisar discursividades sobre a mulher, produzidas a partir do tamanho dos seios, sobre alguns aspectos do quadro histórico das práticas discursivas, no momento em que esse discurso se constitui, bem como sua inscrição na memória social, além da manifestação de ideologias veiculadas pela revista *Plástica e Beleza* como constituição desses enunciados.

CAPÍTULO I

CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO: UMA BREVE HISTÓRIA DO SEIO

Os homens fazem sua história, mas não a fazem como querem; não a fazem sob circunstâncias de suas escolhas e sim sob aquelas com que se defrontam diretamente, legadas e transmitidas pelo passado. A tradição de todas as gerações mortas oprime como um pesadelo o cérebro dos vivos. E justamente quando parecem empenhados em revolucionar-se a si e às coisas, em criar algo que jamais existiu, precisamente nesses períodos de crise revolucionária, os homens conjuram ansiosamente em seu auxílio os espíritos do passado, tomando-lhes emprestado os nomes, os gritos de guerra e as roupagens, a fim de apresentar-se nessa linguagem emprestada.

(Karl Marx, *O 18 Brumário e cartas a Kugelmann*)

1.1 - Confrontando formulações: seios e sentidos ao longo da história

Tendo como base os pressupostos teóricos da AD e os objetivos deste estudo, pretende-se a trazer à baila certas ideologias materializadas em discursos produzidos ao longo da história, numa tentativa de dar visibilidade a alguns sentidos sobre o feminino construídos a partir da estética dos seios, a fim de compreender questões ideológicas que envolvem esses sentidos, que auxiliarão, em alguma medida, a pensar o “porquê” do ideal estético apresentado nessas discursividades desta e não de outra maneira. O objetivo deste tópico não é, no entanto, o de realizar uma análise dos discursos aqui apresentados, mas de apresentar um breve histórico que auxiliará no processo analítico, à medida que possibilitará vislumbrar, nas discursividades que serão analisadas, continuidades, deslocamentos ou mesmo estabilização de sentidos. Isso porque se parte do princípio de que todo discurso tem uma história, uma memória e que sua problematização implica investigar os processos de origem, construção e funcionamento. A proposta é abordar de forma muito breve um pouco do desenvolvimento histórico sobre a representação discursiva dos seios, seus sentidos e funções.

Para revisitar alguns pontos da história dessa parte do corpo feminino, a fundamentação dá-se em textos de autores que abordam o tema da perspectiva histórica,

articulando questões de saúde, raça, gênero e classe. Essa breve história do seio, ampara-se pelos textos de Yalom (1997) e Del Priore (2000).

De acordo com Yalom (1997, p. 13-4), desde que há registro, em Gênese, os seios foram codificados com conotações “boas” e “más”: maternidade e pecado, porém, apenas na cultura Ocidental, o “seio assumiu um significado predominantemente erótico” (YALOM, 1997, p.13). Conforme a autora:

As culturas não-ocidentais têm seus próprios fetiches - pés pequenos na China, a parte posterior do pescoço no Japão, as nádegas em África e nas Caraíbas. Em cada um destes casos, a parte do corpo sexualmente investida – o que o poeta francês Mallarmé designa por “erotismo velado”, – deve muito do seu fascínio à ocultação completa ou parcial (YALOM, 1997, p. 13).

Ela comenta que, a princípio, a sacralização dos seios esteve presente tanto na tradição judaica quanto na cristã, uma vez que essa parte do corpo feminino era dignificada por produzir o leite necessário à sobrevivência do povo hebraico, os seguidores de Jesus (YALOM, 1997, p.15).

Já na Idade Média (YALOM, 1997, p. 46-7), essa parte do corpo feminino foi silenciada na Arte não havendo grande diferença entre os corpos masculinos e femininos. O silenciamento dos seios, nesse período, é entendido pela autora como um reflexo da visão negativa da Igreja em relação à corporeidade. A carne, especialmente a feminina, é concebida como um adversário a ser vencido, como um empecilho para se chegar à santidade. Sobre a Arte Medieval, Yalom (1997, p. 47) faz a seguinte observação:

[...] nos exemplos em que o peito das mulheres era exibido sem roupa, geralmente havia conotações negativas. Mulheres nuas e homens nus eram empurrados para as bocas do Inferno por cima dos portais das igrejas Romanescas e Góticas, ao passo que as almas salvas que vestiam túnicas que cobriam as suas formas assexuais eram conduzidas para o Paraíso. Os demônios machos exibiam por vezes enormes seios caídos para simbolizar a sua natureza corrupta, tal como nos murais pintados na igreja francesa de Santa Cecília de Alvi. Embora os seios tenham sido um dos traços dominantes do sagrado na Antiguidade, a arte cristã sugeriu que a ausência de seios era um sinal mais segura de santidade.

Durante os séculos XV, XVI e XVII, na Itália, França, Inglaterra e pelos países do norte da Europa, quadros e poemas começaram a explorar o potencial erótico do seio que veio assombrar seu significado maternal e sagrado (YALOM, 1997, p. 16). Essa

erotização do seio levou muitas mulheres da elite, na Renascença, ou seja, 10% da população, a deixarem de amamentar seus filhos, por vontade “própria” ou por imposição dos maridos (YALOM, 1997, p.113).

As cortesãs, em especial, passaram a se preocupar com a altura dos seios uma vez que o descaimento de suas mamas “determinava o fim do seu valor comercial” (YALOM, 1997, p.74). Na visão da autora, esse seria um efeito da fixação renascentista à carne jovem e do seu horror ao declínio vital: os artistas contrapunham muitas vezes os encantos dos dezoito à devastação dos oitenta. O contraste entre os seios empinados da juventude e dos úberes caídos da velhice tornou-se, no emblema, da ascensão e queda da cortesã ao longo da vida (YALOM, 1997, p.75).

Nesse período, poucas mulheres, com exceção das amas de leite, das camponesas e das bruxas, são retratadas com seios muito grandes ou pendentes. “É como se os seios ideais não estivessem sujeitos às leis da gravidade” (YALOM, 1997, p. 96).

No Brasil, na arte do século XIII, segundo Del Priore (2000, p. 42), índias e negras eram retratadas por Gilberto Freire com peitos pequenos e duros; com nádegas arrebitadas para trás, empinadas e salientes, ou seja, com a “bunda grande”. A pesquisadora em questão constata que os peitos pequenos e duros eram valorizados também na cultura africana. Para validar a sua tese ela traz, em seu texto, uma lenda recolhida por Nina Rodrigues, sobre o assunto: uma mulher muito grande e valente tinha os peitos tão grandes que caíam no chão.

Segundo a lenda, a gigante de peitos caídos foi despedaçada e cozida pelas mulheres da mesma tribo e cada qual tratou de apoderar-se de um pedaço do peito; as que puderam apanhar um pedaço grande tiveram os peitos muito grandes: as que só alcançaram um pedacinho ficaram com peito pequeno, e é por isso que as mulheres não têm os peitos do mesmo tamanho. Os seios grandes e caídos constituíam-se em critério de feiúra também na cultura africana, ao serem associados à gigante, consideradas por eles como uma entidade maléfica.

Embora os sentidos predominantes sobre os seios não tenham sido os mesmos, na Idade Média e na Renascença, “o sistema de avaliação dos seios manteve-se ao longo de todo esse período: pequenos, brancos, redondos como maçã, duros, firmes e muito afastados” (YALOM, 1997, p. 71-72), exceto na Holanda e nos países baixos.

Em meados do século XII, na República holandesa, os artistas começaram a expandir as dimensões mamárias de seus modelos. A moda das mulheres robustas

lançada pelo pintor flamengo Rubens (1577-1640) ganhou prestígio após a sua morte. As mulheres holandesas e flamengas, que tinham fama de ter seios muito grandes, passaram então a inspirar um ideal de seio totalmente novo entre os artistas. Desde as deusas antigas, era a primeira vez na história da arte que os seios grandes passaram a estar na moda (YALOM, 1997, p. 128). Na arte holandesa, “prostitutas mais jovens eram geralmente descritas como mulheres licenciosas, de grandes seios a transbordar para fora de corpetes decotados, e com um desejo sexual equivalente ao dos clientes” (YALOM, 2007, p.124).

Além disso, “a literatura popular também avisava que o seio podia ser pervertido com intuitos carnavais. As futuras prostitutas eram representadas como criadas na suas vidas anteriores, expondo astutamente o peito enquanto faziam a lida da casa, para excitarem os homens da casa” (YALOM, 1997, p. 128).

A princípio, os seios, na cultura holandesa, eram desprovidos de todas as “memórias de santuários pagãos e igrejas católicas, jardins alegóricos e toucadores erotizados” (YALOM, 1997, p. 115). O sentido maternal era predominante nas obras de arte: a mãe amamentando era sujeito de poemas e quadros. A amamentação era concebida pelos holandeses como um ato de responsabilidade civil. A mãe que alimentava o seu filho com o leite que saía de seus seios era vista como alguém que dava um “contributo importante para o bem-estar geral do seu lar e da comunidade” (YALOM, 1997, p. 16).

Em contraposição, na Inglaterra, França e na Itália, a prática de enviar os filhos para a ama de leite amamentar tornou-se cada vez mais comum no século XVIII, com a ascensão da burguesia. Esse comportamento feminino da elite começou a preocupar o Estado, em razão do alto índice de mortalidade infantil. O Estado veio a intervir, instaurando uma nova ideologia, que tornou o ato de amamentar em responsabilidade civil, constituindo-se em parte fundamental da Revolução Francesa (ideal esse importado da cultura holandesa). Nesse momento, foi feita a seguinte analogia:

Individualmente, a obrigação de uma mulher amamentar uniu-se à responsabilidade colectiva da Nação de ‘amamentar’ os seus cidadãos – uma idéia traduzida em inúmeras imagens da República representada como uma mulher de seios nus. Assim, os seios “democratizaram-se” na passagem do poder absoluto para o poder representativo. (YALOM, 1997, p.16).

O aleitamento já era, no entanto, tema abordado pela literatura médica desde a Antigüidade Grega e Romana. No século XIII, multiplicam-se os artigos destinados a

prescreverem instruções sobre a maneira adequada de amamentar, a pormenorizar sobre as modificações que ocorrem nos seios durante a gravidez, dietas e exercícios, como tratar o abscesso no processo do desmame; embora os médicos atribuíssem uma “conotação moral ao aleitamento”. Somente no século XIX, com o surgimento da psicologia e da psicanálise, passou-se a enfatizar o papel crucial do seio na vida emocional da criança. No século XX, a atenção médica volta-se cada vez mais ao cancro de mama (YALOM, 1997, p. 16-17).

Ao longo do século XIX e XX, conotações sexuais e cívicas passaram então a ser atribuídas à mãe aleitadora. Este seio maternal com cambiantes eróticas foi solicitado a servir a diversos interesses nacionais. Na França, a figura alegórica com um ou os dois seios descobertos, nomeada por volta de 1850 de Marianne, continuou a representar “uma vasta gama de ideais republicanos como a liberdade, igualdade, patriotismo, coragem, justiça, generosidade e abundância” (YALOM, 1997, p. 148-149). Segundo a autora, outras nações por vezes adaptaram aspectos da figura de Marianne em seus emblemas nacionais: na Colúmbia Americana, na Grã-Bretanha e na Alemanha Prussiana.

De acordo com Yalom (1997, p.136), os seios foram politizados, ao longo do séc. XX por vários governos por uma grande variedade de causas, principalmente em tempos de guerra. Na Segunda Guerra Mundial, a velha imagem da Colúmbia ou da Liberdade a personificar a nação havia desaparecido.

Ainda de acordo com Yalom (1997, p. 136), os seios é que não desapareceram dos esforços bélicos: os americanos haviam aprendido que mulheres “escassamente vestidas promoviam a causa que quisessem vender ao público, quer se tratasse de Fundo da Liberdade, do serviço militar ou da própria guerra”. Eles surgiram nos “narizes dos aviões em imagens de mulheres sensuais identificadas como ‘Ligeiramente-Perigosa’, ‘Mal-comportada’” e na proa dos navios, assim como na publicidade de um modo geral (YALOM, 1997, p. 166-167). Na perspectiva da historiadora Yalom, essa iconização da figura feminina tinha por objetivo produzir alguns efeitos, dentre os quais simbolizar a pátria como mãe e impregnar os combatentes de “uma sensação de potência sexual e destruição (YALOM, 1997, p. 169)”:

Os homens em combate no ultramar viam o peito feminino como uma lembrança dos valores que a guerra destrói: amor, intimidade, alimento. As funções maternal e erótica dos seios ganharam um sentido acrescentado para uma geração inteira de soldados durante a guerra e muito depois dela, quando regressaram à “normalidade”. [...] A ênfase nos seios também

transmitia uma mensagem clara às mulheres: o vosso papel é prover o seio, e não o pão. (YALOM, 1997, p. 169).

Yalom (1997, p.169-170) observa que durante a maior parte do século XX, os seios serviram a uma multiplicidade de interesses racionais - no período das guerras, como símbolos femininos que despertam a valentia dos homens; logo depois, como emblemas sexuais e maternais ligados às políticas pró-natalidade. No entanto, a autora ressalta que embora não se deva confundir a representação gráfica com a vida de mulheres de carne e osso, não há como ignorar a influência ou mesmo o intercâmbio dessas representações com a realidade: ora como objetos sexuais, *pin-up*; ora como aleitadoras – contribuindo, efetivamente, para a divulgação de ideologias nacionais “estadunidense”.

Em 1941 os norte-americanos já haviam lançado, nas revistas em quadrinhos, a super-heroína “Mulher-Maravilha”. Nessa mesma década, no cinema, Marilyn Monroe, Gina Lollobrigida, Jayne Mansfield e de Anita Ekberg encarnaram as *pin-up* de peito grande (YALOM, 1997, p. 169). Em decorrência da disseminação dessas imagens pelo cinema em todo o Ocidente, há uma certa tendência em se associarem os seios fartos a estética da mulher norte-americana, embora se possa constatar que o tamanho dos seios femininos, nos E.U.A, também tenha sofrido alterações, no decorrer do século XX; mudanças essas promovidas por diferentes modismos.

Reapropriando-se, em alguma medida, das considerações de Bicalho, (*apud* DEL PRIORE 2000, p. 74), a moda será entendida como uma das principais articuladoras de “novos” ideais estéticos impostos pela indústria cinematográfica americana. Por interessarem, nesta pesquisa, apenas os discursos que moldam, levantam, comprimem e atravessam os seios, apenas um segmento da moda será abordado: o da roupa interior, uma vez que se entende que esse tipo de peça é produzido de modo a “adaptar-se ao ideal de físico predominante” (YALOM, 1997, p.17).

Nessa perspectiva, torna-se possível apresentar um panorama geral dos discursos que alavancaram os modismos presentes em cada época: ora subestimando, ora enfatizando esta parte do corpo feminino.

Embora “gregos e romanos” já usassem peças destinadas a “revestir os seios” (YALOM, 1997, p.17), a história da roupa interior tem início na Idade Média, com a invenção do espartilho. Entretanto, essa peça do vestuário feminino era comum, no final desse período, apenas aos mais abastados. Tal artefato, segundo Perrot, (*apud* DEL PRIORE, 2000, p.52), correspondia:

a uma nova sensibilidade voltada para ausência de sinuosidades a linha plana e reta. A estranha couraça [...] encerrava o tronco ajustando as formas convencionais a uma forma inflexível. A postura, tal qual a haste do lírio, impunha uma posição teatral, imponente, altaneira, manifestando igualmente as qualidades da alma e as virtudes de um certo caráter feminino. Inicia-se, assim, toda uma severa estética da compostura, uma ética da contração. A vida nas cortes européias, ou na nossa, iria controlar todas as possíveis turbulências do corpo, sua expansão ou vacilações. O envelope em couro ou pano duro, que cobria dos joelhos aos ombros, servia também para conter a moleza intrínseca do corpo feminino, corrigindo a sua fragilidade natural e constitutiva. Vitória da razão sobre a natureza, da fixidez contra os movimentos intempestivos, da impassibilidade sobre a emoção, o espartilho – junto com a luva, as plumas do chapéu e o salto alto no sapato – remetia aos signos nobres da improdutividade. (*apud* DEL PRIORE, 2000, p.52).

No século XIX, com o surgimento dos espartilhos industriais, essa peça íntima começou a se popularizar tornando-se acessível às mulheres de todas as classes (YALOM, 1997, p.17). Diferentemente dos espartilhos anteriores, esses buscavam realçar as sinuosidades de determinadas partes do corpo feminino, seios e ancas: comprimiam “ventres e costas, projetando seios e nádegas” (DEL PRIORE, 2000, p.59). Nesse período, “os espartilhos estavam em todas as partes, não apenas nos corpos de mulheres e raparigas, ou nas prateleiras dos armazéns e lojas de roupas íntimas, ou representados em catálogos e revistas. Estavam nas fantasias dos poetas e amantes e na língua dos oradores e reformadores” (YALOM, 1997, p. 207). O uso do espartilho foi fortemente criticado, principalmente por profissionais da área médica, oradores e reformadores.

Essa peça íntima do vestuário feminino foi responsabilizada pela deterioração dos músculos torácicos, por interferir na ação dos músculos abdominais e do diafragma provocando hemorragias internas e dificuldades para respirar, tornando a mulher, na visão de alguns, inapta para o trabalho (YALOM, 1997, p. 206-208). As feministas da época lutavam contra o uso do espartilho, falavam de uma nova mulher “‘formada, empreendedora, ambiciosa’ que foi ‘feita para trabalhar, para ser vista, mas também para gozar a vida, vivendo não apenas para os outros, mas para si, e tanto mais útil quanto fiel às suas necessidades’” (YALOM, 1997, p. 207).

A transição do espartilho para o sutiã marca um momento de mudança importante na vida das mulheres: “pela primeira vez, uma peça de roupa era desenhada exclusivamente para os seios” (YALOM, 1997, p.209): o objetivo desta peça íntima era o conforto e não a elevação dos seios. Aos poucos o corpo ampulheta foi substituído por corpos cada vez mais magros, dada a necessidade da demanda de corpos ágeis

promovida pelo desenvolvimento industrial. Nos anos 20, o desejo das mulheres era o de assemelharem-se aos rapazes (YALOM, 1997, p. 211). Os sutiãs em forma de faixa (que comprimiam os seios), lançados no mercado pela indústria da época, contribuíram para a invenção da silhueta arrapazada. A “ênfase recaía sobre a simplicidade, liberdade e abandono estilizado” (YALOM, 1997, p. 211), favorecendo a mobilidade.

Em 1949, foram lançados os sutiãs em forma de cone, torpedo, semelhante a projéteis “prontos para serem lançados” (YALOM, 1997, p. 214). As mulheres de seios pequenos buscavam obter um busto maior por meio de sutiãs acolchoados e outros recursos. No pós-guerra, a “figura ampulheta, cintura de vespa e busto completamente realçado” dominou a moda ocidental durante a maior parte da década de 1950” (YALOM, 1997, p. 214).

No início da década de 60, os sutiãs começaram a afastar-se das formas rígidas dos anos 50. Considerado como um símbolo de opressão feminina, o sutiã foi deixado de lado na revolução sexual de finais dos anos 60 e início dos anos 70. Os *designers* de *lingerie* eram acusados pelas feministas por acomodarem os seios conforme a vontade dos homens, não das mulheres. A fim de atenderem ao desejo político de abolir o sutiã, os fabricantes de peças íntimas investiram na criação de sutiãs leves e discretos, contribuindo na instituição de um novo ideal unissexo (YALOM, 1997, p. 215-216).

Nos anos 60, a modelo macérrima Twiggy foi lançada no mundo da moda como “ícone” de perfeição. Para Yalom, os anos 60 fazem uma retomada dos ideais dos anos 20: “a forma arrapazada popularizada por modelos como Twiggy na Inglaterra e Penélope Tree na América exigia apenas um mínimo de roupa íntima – ou seja, que a mulher fosse magra e de peito liso para começar” (YALOM, 1997, p. 216). Embora esses modelos não fossem, de modo algum, políticos, a “popularização do visual assexuado” foi francamente associada às mulheres feministas (YALOM, 1997, p. 217).

Essa associação entre o padrão estético andrógeno aos ideais das feministas é, em alguma medida, justificável, uma vez que o silenciamento desta parte do corpo feminino proposto por este visual estético, em alguma medida, rompiam com as formações imaginárias construídas ao longo da história: mulher-objeto, mulher-mãe, mulher dona-de-casa.

Tanto na década de 60 quanto na década de 20, a aparência andrógena é marcada por um maior desejo de liberdade social e política. “O seu desejo de ‘queimar soutien’ tornou-se um grito simbólico para banir todas as formas de opressão interna. Mesmo as mulheres que rejeitavam a palavra ‘feminista’ viriam, a seu tempo, a gozar os benefícios

da libertação feminina” (YALOM, 1997, p.217). No entanto, como é possível observar, a história não foi bem assim, pois, à medida que se tornaram libertas de determinadas opressões, foram submetidas a outra: a de um ideal de beleza inesgotável.

Em finais dos anos 70, outro mercado foi descoberto: o da roupa interior para atletas, tornando-se, pouco tempo depois, numa subcategoria da indústria de *lingerie* (YALOM, 1997, p. 218).

No final da década de 70 e em meados da década de 80, as formas tradicionais de *lingerie* foram regressando lentamente ao mercado. Novos modelos de sutiãs altamente femininos - produzidos em algodão, rendas, cetim, *naylon* e *Lycra* rivalizavam com a velha indústria de sutiã (YALOM, 1997, p. 218).

Em dezembro de 1988, conforme Yalom (1997, p.218), jornais e revistas anunciavam que o modismo dos seios grandes havia retornado nos E.U.A.. Segundo um desses artigos, a cirurgia de aumento dos seios havia se tornado a “A Nova Obsessão Americana”:

O fim dos anos 80 foi o apogeu do que a *Self* [conhecida revista americana] designou “as novas Amazonas”, com os seus “seios surpreendentemente firmes, redondos, perfeitos”. Uma psicóloga feminina referiu-se aos implantes mamários como um “símbolo de status”, sugerindo que uma mulher pode comprar um corpo perfeito, “do mesmo modo que pode comprar o que quiser”. A crença americana na perfectibilidade comercializável tinha chegado ao seio. (YALOM, 1997, p. 218).

No Brasil, nesse período, até em finais dos anos 90, os seios diminutos ainda eram, no entanto, considerados como a preferência nacional. Na opinião do cirurgião plástico David Spiegel (*apud* YALOM, 1997, p.281), o discurso de classe foi preponderante, na cultura nacional, na difusão desse ideal estético, pois, segundo ele, as brasileiras “em ascensão social”, nesse período, buscavam por meio da mamoplastia de redução “distanciar-se dos seios grandes” que eram “associados à população negra de baixo estatuto”. Ele comenta que “as famílias das classes mais elevadas” optavam “pela redução dos seios – chegando ao ponto de as operações desse tipo servirem de presente quando as filhas fazem quinze anos!”. Este cirurgião plástico considerou estas práticas como (*apud* YALOM, 1997, p. 281):

[...] um reflexo das diferentes normas nacionais e de classe: enquanto os brasileiros em ascensão social pretendem distanciar-se dos seios grandes associados à população negra de baixo estatuto, os argentinos – muitos deles de origem espanhola, com homens altamente machistas – preferem acentuar a diferença social a qualquer preço.

Os estudos realizados por Del Priore (2000, p.76), no Brasil, em alguma medida, corroboram a opinião do cirurgião plástico David Spiegel sobre o tamanho de seios preferido pelos brasileiros, neste período: pequenos. Esta pesquisadora baseou o seu estudo a partir da observação de charges e ilustrações. Segundo a autora, durante o século XX, predominou o gosto masculino sobre as formas femininas: formas arredondadas, quadris e nádegas enfatizados, seios pequenos e pouco salientes. A partir de suas análises ela conclui que o padrão “ideal” estético das brasileiras resistia “bravamente aos modelos importados e aos avanços das beldades escandinavas, ditadas pelo higienismo, ou hollywoodianas, impostas pelo cinema” (DEL PRIORE, 2000, p. 76).

As análises realizadas por esses estudiosos vêm fortalecer a relevância do tema posto em discussão, nesta pesquisa, neste momento de (re) definição do tamanho dos seios das brasileiras, uma vez que entendemos que esse acontecimento (estético, discursivo e identitário) promovido pelo implante mamário de prótese de silicone nos seios é alavancado pela (re)configuração dos sentidos produzidos pelas discursivizações veiculadas pela mídia. Entendemos esta prática como um efeito de sentido do discurso, no modo de afetação e posição do sujeito feminino, na busca de (re) significar sua identidade, pois é por meio da linguagem que o imaginário é constituído e continuamente reinventado.

Os processos de produção de sentidos pelos quais os seios têm sido discursivizados e que buscamos mostrar, neste capítulo, permitem-nos compreendê-los como, essencialmente, culturais e históricos. Como pudemos constatar, essa parte do corpo feminino foi ora louvada e admirada, enfatizada, por poetas, cantores, pintores, escultores, publicitários, no discurso da Arte, em geral, em discursos políticos pró-natalidades, em discursos publicitários; ora encoberta e silenciada, em discursos religiosos “moralistas” presentes, na Idade Média, em discursos feministas, em discursos de classes.

Por meio dessas discursivizações, é possível depreender o caráter essencialmente produtor dos sentidos, levando-nos a entender que não há nos seios nenhum significado que lhe seja intrínseco. Entendemos assim, que todos os sentidos atribuídos a essa parte do corpo feminino foram estrategicamente elaborados a partir de discursivizações produzidas em meio a relações de poder visando exercer certo controle sobre a identidade feminina.

Diante do exposto, no capítulo seguinte apontamos os fundamentos teóricos e metodológicos a partir dos quais analisamos as discursivizações sobre a mulher produzidas a partir do tamanho dos seios, que nos permitiram vislumbrá-las como um campo de batalha por imposição de sentidos e de sujeitos.

CAPÍTULO - II

DOS FUNDAMENTOS E CONCEITOS DA AD

A AD, como é conhecida, é um campo teórico da Lingüística, transdisciplinar, que introduz reflexões sobre a linguagem a partir das Ciências Humanas, concebendo o “discurso” e sua materialidade como objeto de análise histórico-social. Esse campo teórico constituído pela tríade Lingüística (releitura de Saussure proposta por Pêcheux), Psicanálise (releitura de Freud feita por Lacan) e Marxismo (releitura que foge da vulgata marxista proposta por Althusser) surgiu com o objetivo de criar uma teoria crítica da “interpretação” que superasse a hermenêutica que desconsiderava o sujeito e a sua historicidade bem com as condições de enunciação. Embora a AD se constitua na relação desses três “campos do saber” (POSSENTI, 2004), ela não se submete a nenhum deles. De acordo com Orlandi (2001a, p. 19):

- a) a língua tem sua ordem própria, mas só é relativamente autônoma (distinguindo-se da lingüística, ela reintroduziu a noção de sujeito e de situação na análise da linguagem);
- b) a história tem seu real afetado pelo simbólico (os fatos reclamam sentidos);
- c) o sujeito de linguagem é descentrado pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história não tendo controle sobre o modo como elas o afetam. Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia.

Ao abordar a língua como processo ou como movimento, ou seja, como ato discursivo, a AD abriu a possibilidade de atuar no limite do social com o discursivo; nas palavras de Orlandi (2001a, p. 15), a AD atua:

como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que vive. O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana.

Iniciada na década de 60, do século XX, a AD sofreu uma profunda evolução teórica que pode ser demarcada em três períodos. De forma sucinta, pode-se dizer que a “primeira geração” preocupou-se em evidenciar as particularidades das “formações discursivas”. Já a “segunda”, em reação aos pressupostos anteriores, deu relevância às teorias da enunciação. A “terceira”, ainda em definição, conduz suas reflexões aos benefícios que a AD pode trazer ao estudo do vocabulário, ou seja, “às palavras do

discurso” dando ênfase ao processo de interação e argumentação; e é, por esse motivo, segundo Maingueneau (1993, p. 22) que a enunciação e a pragmática têm se revelado como as novas tendências que prometem trazer substanciais contribuições ao campo da linguagem.

Segundo Orlandi (2001b, p. 99), a negação da transparência de sujeito e de sentido é um princípio elementar na AD. Essa afirmação apóia-se na articulação das três áreas do conhecimento já citadas anteriormente: Marxismo, Psicanálise e Lingüística que, respectivamente, fundam seus pressupostos na opacidade existente na história, no sujeito e na língua. Tudo isso porque a re-configuração de indivíduo para sujeito se dá no discurso – materialização da ideologia, responsável pela ilusão de evidência de sentido e de sujeito – e na relação da língua com a história ocorrendo num deslocamento de sentidos. Para a AD, o sujeito é descentrado pelo inconsciente e pela ideologia na sua relação com o simbólico, uma posição entre outras, projetada a partir do seu lugar no mundo para sua posição no discurso: “situação social (empírica)” transformada em “posição sujeito discursiva”. Porém, a condição de existência de sentido e de sujeito é a submissão deste à língua (ORLANDI, 2001b, p.100).

A AD, ao se constituir em um campo teórico, elabora um arcabouço instrumental-teórico que considera as condições históricas de enunciação, a historicidade dos “sujeitos” (PÊCHEUX, 1997, p. 149), destacando que “só há práticas através de e sob *uma* ideologia; 2) só há ideologia pelo sujeito e para os sujeitos”, e dos “discursos” (PECHEUX, 2002, p. 56) enquanto “índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação, na medida em que ele constitui ao mesmo tempo um efeito dessas filiações”.

Ao enunciar, o sujeito o faz a partir de uma conjuntura específica em que estão em jogo, não apenas o que discursa, mas as tensões sócio-históricas e ideológicas, pois o espaço da enunciação é fortemente marcado pelas tensões dos “aparelhos ideológicos do estado” (ALTHUSSER, 1985, p. 68). Cardoso (1999, p. 38) reelabora alguns conceitos da teoria da comunicação e outras teorias lingüísticas, (re) significando-os a partir do quadro teórico da AD, apresentando, com base nas considerações de Pêcheux, uma síntese de alguns elementos constitutivos das condições de produção dos discursos que, relacionados ao nosso objeto de estudo, pode ser assim reformulada:

- um locutor: o sujeito mulher de seios proeminentes na sua posição sócio-histórica de mulher contemporânea nos últimos 10 anos (mais ou menos). Sua enunciação diz respeito a uma posição de identificação de mulher de seios pequenos (típico da média da

mulher brasileira). É aquele sujeito mulher de seios proeminentes que tem algo a dizer de si para seu interlocutor.

- um alocutário: a enunciação desse sujeito se faz a partir de dois movimentos: o interno, que é voltado para si, no jogo das “formações imaginárias” (PÊCHEUX, 1997, p.82), a discursividade que esse sujeito constrói de si; o outro movimento abrange a dimensão externa, para o seu outro, é “aquele para quem se diz o que se tem a dizer”.

- um referente: uma enunciação significativa sobre o tamanho dos seios enquanto objeto discursivo de identificação, considerando os sentidos e os sistemas de significação de coerção e restrições dos sujeitos, dos discursos e dos objetos.

- uma forma de dizer: discurso estético, na modalidade escrita, considerando a revista feminina como suporte material e como “gênero discursivo” (MAINGUENEAU, 1993). A revista é, nesse sentido, “manifestação” da materialidade dos discursos dos seios proeminentes.

- um contexto em sentido estrito: as edições publicadas entre 2002 (nº. 31) a 2008 (nº. 96) como forma de enunciação das mulheres de seios proeminentes.

- um contexto em sentido lato: o discurso sobre os seios marca sua posição de objeto e modalidade enunciativa, constituindo-se a partir de certos sistemas de restrições no quadro das instituições que tratam do corpo como medicina, estética, em alguma medida a publicidade e, por último, as agências de moda.

Maingueneau (1998) e Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 392) postulam que por meio do emprego das palavras, do vocabulário, das construções ou gêneros de discurso, o locutor indica o seu *posicionamento*, revela a sua “identidade enunciativa”, ou seja, o modo como ele se situa, num espaço conflituoso, marcando a sua identidade em relação com as demais. No entanto, ao mesmo tempo em que o locutor mostra a sua identidade social e ideológica, pelos valores que defende ao enunciar a partir de uma determinada posição, no confronto com o discursivo, há outros posicionamentos possíveis, outras formações discursivas desestabilizando a unidade enunciativa. Logo, não há um posicionamento (ou que se diga identidade) fechado em si, ele se mantém por meio do interdiscurso e por um trabalho constante de re-configuração com outras formações discursivas.

Assim, em relação à discursividades sobre a mulher produzidas a partir do aumento do tamanho dos seios, analisamos essa conjuntura sócio-histórica bem como o lugar de onde se fala, tendo em vista que um dos objetivos da revista *Plástica e Beleza* é o de que, em torno dela, os sujeitos promovam discussões, debates, façam um trabalho

de “esclarecimento” político-social e de representação que parta de uma posição social ou ideológica. É notório que os meios de comunicação possuem uma roupagem ideológica, mesmo negando-a sob o signo da neutralidade de informação.

A comunicação social aponta para objetivos e interesses específicos a partir de seus interlocutores ou grupos, considerando que a forma de interação entre os meios de comunicação e seus interlocutores varia conforme a categoria ou grupo social para, assim, atender (constituir) a certas demandas que representam os interesses mútuos, mas não no mesmo nível. O conjunto de idéias, de práticas, de estratégias, de modalidades enunciativas e, no entanto, posto como signo da neutralidade da “informação social” nos espaços específicos. Desse modo, a revista *Plástica e Beleza*, em certa medida, constitui-se num instrumento lingüístico que atende a objetivos explícitos e/ou implícitos para satisfazer a necessidades e interesses sociais.

Convém ressaltar que os interesses e necessidades são heterogêneos, embora possuam algo em comum, que permite a identificação de seu pertencimento a uma categoria específica. Nessa complexa relação entre interesses sociais e instrumentos lingüísticos de massa e de comunicação, o que está, em alguma instância, na base dessas proposições, é a configuração do formato, sempre inacabado, de identidades que se reatualizam cotidianamente.

Pêcheux (2002, p. 29-32) faz uma distinção do *discurso* como “estrutura” e do discurso como “acontecimento”. O discurso como estrutura constitui-se em espaços “logicamente estabilizados” por suas características estruturais próprias das ciências exatas, biológicas. Já o discurso como acontecimento pode apresentar uma estabilidade relativa ou simplesmente não as apresentar, uma vez que se constitui num espaço estrutural das humanidades, ou seja, “todo discurso marca a possibilidade de uma desestruturação-reestruturação dessas redes e trajetos: todo discurso é o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação” (PECHÊUX, 1997, p.56).

Para Pêcheux (1997, p. 160), a evidência de “sentido” na linguagem é um efeito ideológico determinado pela *formação discursiva* (FD) que o sujeito se identifica ao enunciar, ouvir, ler, escrever. A FD constitui-se na “matriz” do sentido. Assim, uma seqüência verbal poderá ter mais de um sentido se for inscrita em FDs diferenciadas. Por configurarem-se em marcas das contradições sócio-ideológicas, as FDs são heterogêneas, resultando num emaranhado de dizeres e de sentidos. Não há uma delimitação rígida entre as FDs, mas, sim, uma intersecção constante entre elas, ou seja,

uma FD é atravessada e constituída pelo seu “efeito de sentido” em maior ou menor preponderância. Assim, o sentido:

de uma mesma palavra, uma expressão e uma proposição podem receber sentidos diferentes – todos igualmente “evidentes” – conforme se refiram a esta ou aquela formação discursiva, é porque – vamos repetir uma palavra, uma expressão ou uma proposição não tem um sentido que lhe seria “próprio”, vinculado a sua literalidade. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras, expressões ou proposições mantêm com outras palavras, expressões ou proposições da mesma formação discursiva. (PÊCHEUX, 1997, p. 164).

Pêcheux (1997, p. 92), para referir-se ao mecanismo de produção dos discursos, cunha o conceito *processos discursivos*. Conforme esse teórico, processos discursivos diferenciados têm como base comum a língua e se desenvolvem a partir das leis internas de um determinado sistema lingüístico. Indiferentemente da classe social a qual o “indivíduo” pertença e das crenças que possua, o sistema lingüístico é o mesmo utilizado por “indivíduos” situados em diferentes estratos sociais. Porém, o que acaba por distinguir e revelar a “formação social” (PECHÊUX, 1997, p. 92), à qual o sujeito pertence, é a FD na qual ele se filia no processo da enunciação, pois, “todo processo discursivo se inscreve numa relação ideológica de classes” (PECHEUX, 1997, p. 92) e emerge de um “sistema de relações de substituição, paráfrases, sinonímias, etc., que funcionam entre elementos lingüísticos – significantes – em uma formação discursiva dada” (PECHÊUX, 1997, p.161).

Assim, Pêcheux (1997, p.172) considera as *formações discursivas* (FD) como o “espaço de reformulação-paráfrase”: lugar onde os sujeitos e os sentidos são constituídos. A FD é vista por ele como um modo de ser do sujeito que, ao ser interpelado, revela sua visão de mundo. O assujeitamento ocorre no momento em que o indivíduo produz o seu enunciado, pois, para produzi-lo o enunciador obrigatoriamente se inscreve em uma determinada FD. É a FD que determinará o sentido do enunciado, uma vez que ela “representa na linguagem” as formações ideológicas que lhes são correspondentes.

O conceito de *formação ideológica* (FI) foi elaborado por Pêcheux (1997, p. 146) a fim de determinar o posicionamento das diferentes classes sociais em face da realidade, à medida que se considera o sentido como um efeito ideológico determinado pelo lugar social de onde o sujeito fala. Cada FI remete a uma FD, constituindo-se num palco onde acontecem às relações de confrontos ideológicos presentes nas formações sociais.

Nesse sentido, todo discurso encontra sustentação em “já-ditos” produzidos anterior e exteriormente ao que está sendo dito. Esse pressuposto é base da noção de *interdiscurso* (PÊCHEUX, 1997, p. 162-164), que representa as FIs presentes no interior das FDs. A interpelação do sujeito pela ideologia acontece, no interdiscurso, no momento em que o sujeito da enunciação se identifica com o “sujeito universal”.

Já a materialização lingüística da “fala” do sujeito se dá no *intradiscurso*, ou seja, no “funcionamento do discurso, em relação a si mesmo”, sendo este “um efeito reflexivo, no interior do próprio interdiscurso (PECHEUX, 1997, p. 167)”, pois, ao falar, o sujeito deixa “rastros” lingüísticos a partir dos quais se constrói uma aparente evidência de sentido. É no intradiscurso, “fio discursivo”, que se obtêm as condições para as análises discursivas.

Outro conceito relevante neste estudo é o de *formações imaginárias*, “que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a ‘si’ no discurso e ao ‘outro’, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do ‘outro’”, uma vez que se entende que tais lugares são “representados nos processos discursivos em que são colocados em jogo” (PÊCHEUX, 1997, p. 82).

Fuchs (1982) vem “falar” sobre o processo parafrástico que estuda certa relação de equivalência de sentidos entre um conjunto de enunciados. Esses sentidos não se encontram, no entanto, de forma latente nas enunciações, mas são produzidos pelo discurso, no momento da sua produção, significando diferentemente por/para sujeitos. O conceito de *paráfrase* é diferente para lingüistas e teóricos do discurso: enquanto os primeiros tomam o referente como ponto de partida para a constituição dos sentidos, os segundos partem em busca da “identidade de sentido” (FUCHS, 1992, p. 29), embora ambos alcancem seus objetivos a partir da materialidade lingüística.

Os efeitos da história na língua promovem um deslocamento semântico constante na constituição dos sentidos, fazendo-os apenas próximos, mas nunca idênticos ao original - isso porque o momento histórico de sua produção é sempre outro. Assim, esse processo discursivo se dá numa tensão constante entre o “Mesmo e o Outro” (FUCHS, 1992, p. 29).

Já o conceito de *pré-construído*, ainda de Pêcheux (1997, p. 102), foi elaborado para referir-se ao elemento que “pré-existe” ao sujeito. Elaborado no interior do “interdiscurso”, o pré-construído aproxima-se da noção de senso comum, ou seja, àquilo “que todo mundo sabe”. Apresentando-se sob a forma de evidência de um “contexto situacional”, encontra-se presente no interior das formações discursivas e atua como

uma espécie de “sujeito universal” - que seria o “Outro” do discurso, em termos lacanianos (PECHÊUX, 1997, p. 133), aquele que serve de referência para o sujeito enunciador no processo de identificação, resultando, na sua interpelação.

Pêcheux (1999, p. 59-71), em *Papel da memória*, relata uma discussão entre lingüistas, teóricos do discurso e semioticistas sobre o papel da memória nos discursos. Esse debate levou-o a observar que a imagem apresenta-se como ponto de convergência entre texto/discurso e imagens, nesses diferentes campos teóricos, exercendo um papel fundamental na memória discursiva. Isso ocorre porque um acontecimento histórico (enunciado) pode vir a se inscrever no interior das FDs (interdiscurso ou memória) funcionando como um ícone, que permite aos sujeitos falantes projetarem as suas falas. Ou seja, a imagem funciona como um “operador de memória social”, à medida que descreve “um percurso escrito discursivamente em outro lugar” (PECHÊUX, 1999, p. 51), oferecendo aos sujeitos um “trajeto” de leitura, que pode romper-se ao choque de um fato de discurso, dando margem a outras leituras. No entanto, este teórico refere-se à memória de sentidos, inscrita em práticas sociais, e à memória histórica; não à memória neurobiológica:

da memória como estruturação de materialidade discursiva complexa, estendida em uma dialética da repetição e da regularização: a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os “implícitos” (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc). (PECHÊUX, 1999, p.53).

A *memória discursiva* é então: um espaço tenso, movediço, de deslizos e retomadas, confrontos e regularização, polêmicas e contra-discursos e encontra-se em constante processo, pois pode tanto recuperar um enunciado num discurso como rejeitá-lo, num determinado momento histórico (PECHÊUX, 1999, p. 56). Entre atualizações e apagamentos, interessa(m) ao analista o(s) efeito(s) produzido(s) por tal mecanismo.

Para Orlandi, (1999, p. 59-71), a memória é constituída por silêncios, silenciamentos, sentidos não ditos e silêncios a não dizer. Por seu caráter simbólico, o discurso age politicamente nos indivíduos, interferindo diretamente em suas crenças e práticas cotidianas. A irrupção de um novo acontecimento discursivo pode vir a desencadear, numa sociedade, novos modos de ser e agir. Porém, o sentido não é dado pelo sujeito de forma deliberada, pelo contrário, é delimitado e regido pelas instituições, conforme os interesses do momento.

Assim, as diferentes formas de poder agenciam as identidades e as controlam, instituindo os sentidos. Trata-se de um “processo histórico-político-silenciador” (ORLANDI, 1999, p. 62) que apaga as significações que já foram possíveis, designificadas; como também interdita, censura (silencia) aquelas que não se fazem convenientes aos interesses dessas instituições num determinado contexto sócio-histórico. O que se mantém do passado não é inexpressivo, mas trazido pela dinâmica do sentido, das identidades sexuais e da autonomia subjetiva. Se as mulheres continuam mantendo relações privilegiadas com a ordem doméstica, sentimental ou estética, não é por simples razão social, mas porque estas se ordenam de tal sorte que já não entram o princípio de livre posse de si e funcionam como vetores de identidade, de sentido e de poderes privados.

Para o sociólogo e filósofo Lipovetsky (2000, p. 13), “é a partir do próprio interior da cultura individualista-democrática que se recompõem os percursos diferenciais de homens e mulheres.” Não há nenhuma dúvida de que na base dessa inversão de tendência encontra-se o formidável impulso histórico do direito das pessoas a dispor de si, a conduzir livremente sua vida privada. A cultura do consumo e do bem-estar, a socialização psicológica relacional, a emancipação sexual das mulheres, o progresso das qualificações escolares e profissionais das mulheres, todos esses fatores impulsionaram um direito novo à vida privada, uma exigência maior de respeito à autonomia feminina, uma intolerância crescente para com as formas de usurpação exercidas pelo outro.

Simultaneamente, os progressos da sensibilidade igualitária dão início a uma rejeição ou um recuo dos papéis subordinados da mulher e da idéia de supremacia do masculino sobre o feminino. Nesse contexto marcado pela desvalorização das demonstrações machistas e pela erosão das identidades sociais tradicionais que condenam as mulheres aos papéis de obediência e passividade, as solicitações masculinas não desejadas deixaram de ser tornadas como naturais.

Como foi dito, a AD no Brasil encontrou um terreno fértil de aplicabilidade e reflexão, não um dispositivo apenas para analisar discursos na ordem do estritamente imbricadas com o poder. Uma dessas reflexões diz respeito a Possenti (2004), que concebe a AD como “gestos de rupturas”, marcando dois momentos: um antes e outro depois do surgimento dessa linha de análise.

Conforme Possenti (2004), é importante ressaltar, que nem tudo está “resolvido”, mas da forma que se apresenta hoje, foi um desenvolvimento notável. Sua

primeira reflexão recai sobre as condições de surgimento da AD, propõe pensar a concepção de discurso introduzida por esse campo teórico sob a ótica da ruptura, a qual se constitui num modo de analisar a história do conhecimento. O autor explica que o “conhecimento não se produz por acumulação, mas por saltos e mudanças de rumo em relação a etapas anteriores” (POSSENTI, 2004, p. 355) uma vez que:

as novas teorias não são vistas como desenvolvimento e sofisticação das anteriores, mas como efeito, em boa medida, de seu abandono, seja por estarem “esgotadas”, seja porque novas problemáticas, novas vontades de verdade tomam seu lugar tanto teórica quanto politicamente. (POSSENTI, 2004, p. 355).

Possenti (2004, p. 353-392) expõe de maneira bastante objetiva os “gestos de rupturas” sob os quais a AD constituiu seus fundamentos teóricos. Dentre esses gestos torna-se pertinente apresentar concisamente algumas dessas rupturas.

Na perspectiva de Possenti (2004, p.360), a noção de *interpretação* é ressignificada na AD, no momento em que esse campo teórico “rompe com a concepção de sentido, como projeto do autor”, descartando a “idéia” de que há um sentido originário a ser descoberto. A *língua*, para esse campo teórico, “não é transparente, mas tem uma ordem própria (que a lingüística descreve)” (POSSENTI, 2004, p.361). Ao considerar como relevantes às *condições de produção*, contexto histórico amplo, a AD assinala a sua “ruptura com a pragmática em um de seus fundamentos”. Já o *sentido* é concebido pela AD numa “versão peculiar: o sentido de uma palavra (ou expressão mais ou menos equivalente) se resolve quando uma delas pode ser substituída por outra [...] o sentido é um efeito de substituíbilidade das expressões” (POSSENTI, 2004, p. 367).

A noção de *acontecimento* “permite romper, em primeiro lugar, com uma história que procurasse, em tudo, o sentido. Em segundo lugar, com a relação discurso-enunciação com evento singular. Esta concepção está situada claramente na ruptura com qualquer concepção de história linear e teleológica” (POSSENTI, 2004, 361). Já a noção de *interdiscurso*, “rompe com conceitos que, de alguma forma, fundamentam-se sobre os pressupostos da homogeneidade e do centramento, seja do discurso, seja do sujeito: para a AD, os discursos não são independentes uns dos outros e não são elaborados por um sujeito” (POSSENTI, 2004, p. 386). Falante, locutor¹⁰ e emissor são concepções de sujeito descartadas pela AD. Para este campo teórico “há sujeitos (alternativamente, enunciador), mas estes não são unos, livres, caracterizados pela

¹⁰ Como já se encontra expresso na página 31, o conceito de locutor que trazemos, neste estudo, é reconfigurado por Cardoso (1999), a partir do quadro teórico da AD.

consciência (isto é, sem inconsciente, sem ideologia) e tomados como origem” (POSSENTI, 2004, p. 387).

Para Guerra (2006), o quadro epistemológico da AD é complexo e mantém uma relação tensa entre as noções que o integram. A natureza de certos conceitos é questionada e seus limites redefinidos a cada atividade de análise. A AD constrói seu objeto teórico e estabelece seus procedimentos analíticos na imbricação com as demais áreas vizinhas.

Tendo como objeto de estudo discursos impressos veiculados pela imprensa feminina, torna-se importante evocar as considerações de Maingueneau (2001, p.72-83) sobre a dimensão essencial do *midium* no processo de produção do discurso. Segundo o autor, o próprio “suporte” “imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos” que se podem fazer dele, modificando o “conjunto de um gênero de discurso” (MAINGUENEAU, 2001, p.72-73). “O modo de transporte e de recepção do enunciado condiciona a própria constituição do texto, modela o gênero de discurso” (MAINGUENEAU, 2001, p.72). O importante, no caso, não é tanto o caráter oral ou gráfico dos enunciados, mas sua inscrição em formas que assegurem a sua preservação. Na concepção do autor, os “regimes” que regem a produção do discurso oral, escrito e impresso, pressupõem civilizações distintas (MAINGUENEAU, 2001, p.79). O *gênero*, nessa perspectiva, supõe uma forma modular do discurso.

Passaremos, a seguir, a discutir alguns conceitos teóricos que nos auxiliarão, nas análises, a pensar questões relativas a uma outra concepção de gênero a de feminino/masculino, assim como de identidade, consumo e mídia.

2.1 Questões de gênero, identidade, consumo e mídia

Na investigação proposta é preciso debruçar-se sobre a questão de gêneros que permeia as relações entre homens e mulheres. Gênero aqui entendido como construção cultural de feminino/masculino, compreendido como uma produção social e histórica que tem demarcado lugares sociais diferenciados para homens e mulheres ao instituir pela/na linguagem modos de ser e pensar ou representar enunciativamente distintos a cada sexo. De acordo com Coutinho (1994, p.52) a relação entre os sexos:

[...] é socialmente construída, é uma estratégia de poder, articulada a partir de um discurso que tenta encobrir desigualdades entre os sexos naturalizando-as. Isto é, as desigualdades não são visíveis, ou, pelo menos

passíveis de questionamentos, uma vez que se constrói um consenso por meio do qual o que foi produzido pela cultura é atribuído à natureza. (COUTINHO, 1994, p.52).

O termo “gênero”, utilizado para designar as relações sociais entre os sexos, possibilita prever o caráter essencialmente produzido das identidades femininas/masculinas à medida que estabelece uma distinção entre a prática sexual dos papéis atribuídos aos homens e às mulheres. Essa conceituação instaura um terreno de definição que permite desnaturalizar as desigualdades existentes entre homens e mulheres, possibilitando entendê-las como fruto de um longo processo histórico e social, promovidas e produzidas por meio da linguagem a partir de um discurso do senso comum. Por essa razão, o conceito de gênero aqui debatido será fundamental neste estudo.

A fim de mostrar o caráter artificial das identidades de gênero, muitos estudiosos - em especial as feministas - têm voltado o olhar às práticas de embelezamento feminino. Esses estudos revelam que tais práticas funcionam como uma espécie de “controle social” instituído, já que podem vir reforçar certos modelos de feminilidade, num processo de produção e reprodução dos papéis de gênero. Na concepção de Wolf (1992, p. 13), a ideologia da beleza feminina tem se fortalecido e exercido o papel de “coerção social” que os “mitos da maternidade, domesticidade, castidade e passividade não conseguem mais realizar”. Para Wolf (1992, p.15):

A “beleza” é um sistema monetário semelhante ao padrão ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino. Ao atribuir valor às mulheres numa hierarquia vertical, de acordo com um padrão físico imposto culturalmente, ele expressa relações de poder segundo os quais as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriam.

Já a “biomedicina” como forma de “controle social” é um pressuposto foucaultiano incorporado por muitos teóricos contemporâneos (FOUCAULT, 2002, p. 117). Segundo Foucault (2002, p.117), o “saber médico sobre o corpo” tem contribuído para a “docilização” do corpo, ou seja: um “saber” que tem orientado e disciplinado o corpo - determinando seus “gestos” e suas “posturas” de modo conveniente à sociedade. Para corroborar a sua tese, em *Vigiar e Punir* o autor mostra que, durante a época clássica, houve “uma descoberta do corpo como objeto e alvo do poder”.

Em *História da sexualidade I*, Foucault (1988, p. 41) observa que o “controle social” exercido sobre o corpo pelo discurso moral começou a perder espaço para o discurso médico no momento em que esse discurso passou a inventar “toda uma patologia orgânica, funcional, mental, originada nas práticas sexuais ‘incompletas’; classificou com desvelo todas as formas de prazeres anexos; integrou-os ao ‘desenvolvimento’ e às ‘perturbações’ do instinto; empreendeu gestão de todos eles”.

Foucault, em *Microfísica do Poder*, (1999, p.145-7), vem falar da transição da sociedade disciplinar – presente na primeira fase do capitalismo – para a sociedade de controle – que se desenvolve na modernidade. Na “sociedade disciplinar”, o comando social é realizado pelas instituições (prisão, asilo, clínica psiquiátrica, escola etc.) que oferecem justificativas “plausíveis” para a disciplina; a “eliminação” por meio do “suplício” é substituída por um método de “asepsia”, que busca isolar da sociedade os indivíduos que apresentam uma “ameaça” à ordem social. Já na “sociedade de controle” o poder se desloca e não age mais sob o corpo como forma de “controle-repressão”, mas de “controle-estimulação”, ou seja, o sujeito é estimulado, por intermédio das redes de informações, a deixar o seu corpo sempre à mostra, mas, para tanto, faz a ele uma série de exigências, que vão ao encontro dos interesses das sociedades de consumo: “Fique nu... mas seja magro, bonito, bronzeado!” (FOUCAULT, 1999, p. 146).

Nesse novo paradigma começa a haver, segundo Foucault, a “exploração econômica” do erotismo pelo “poder”, e os investimentos no corpo, na ideologia do bem-estar social, entram na ordem do discurso do dia (FOUCAULT, 1999, p.147). Dos pressupostos foucaultianos interessa, neste estudo, a questão do “biopoder” promovido pela sociedade de controle, ou seja, o efeito de autonomia produzido nos sujeitos pelos discursos e recursos biotecnológicos, mais especificamente pela cirurgia plástica estética ou da possibilidade ilusória oferecida aos sujeitos de reconstruírem suas próprias identidades.

E na contemporaneidade, mesmo as identidades que se pressupõem fixas, como as de gênero, vêm sendo abaladas - de certa forma - em razão do próprio artefato que as constituem: o discurso. Quanto a esse processo de produção de identidades, Silva (2000, p. 84) comenta que:

O processo de produção da identidade oscila entre dois movimentos: de um lado, estão aqueles processos que tendem a fixar e a estabilizar a identidade; de outro, os processos que tendem a subvertê-la e a desestabilizá-la. É um processo semelhante ao que ocorre com os mecanismos discursivos e lingüísticos nos quais se sustenta a produção da identidade. Tal como a

linguagem, a tendência da identidade é para a fixação. Entretanto, tal como ocorre com a linguagem, a identidade está sempre escapando. A fixação é uma tendência e, ao mesmo tempo, uma impossibilidade. (SILVA, 2000, p. 84).

Entretanto, conforme Moita Lopes (2002, p. 36) “os processos discursivos constroem certas identidades para terem voz na sociedade embora estas possam se alterar em épocas diferentes”. Ainda para o autor, “as pessoas têm identidades múltiplas na sociedade. As mesmas pessoas são inscritas em práticas discursivas diferentes por meio de identidades sociais diferentes e contraditórias”:

as identidades sociais de classe, gênero, sexualidade, raça, idade, profissão etc. são simultaneamente exercidas pelas mesmas pessoas [...] as identidades sociais não estão nos indivíduos, mas emergem na interação entre indivíduos agindo em práticas particulares nas quais estão posicionando.

O corpo serve de fundamento para a identidade à medida que se constitui num dos “locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras” que produzem definições de sujeito (WOODWARD, 2000, p. 15). É por meio do discurso que a história e a cultura inscrevem-se no corpo e é por meio desse objeto simbólico - a linguagem - que o corpo se faz representação, passando a ser produzido e (re)produzido de múltiplas formas em cada momento histórico. Conforme Orlandi (2001b, p. 20): “[...] um discurso que se faz prática na corporeidade. Um discurso que vai para o corpo: uma prática simbólica que se faz materialidade histórica”.

Na perspectiva de Foucault (1999, p. 22) o corpo é a “superfície de inscrição dos acontecimentos”, o local privilegiado de ação do poder e do controle social trazendo impressos marcas da cultura, não da natureza. Na perspectiva foucaultiana, o discurso é um elemento de poder que penetra no corpo e acaba funcionando como um organizador de sistemas de classificação (social, cultural, político, econômico) que ordena, agrupa, diferencia, exclui os sujeitos, auxiliando-os a ocupar - ou impondo-lhes - seus devidos lugares nas representações que estão em jogo.

Na visão de Baudrillard (1970), o corpo foi capitalizado e fetichizado para fins de consumo. Para esse sociólogo, as estruturas atuais de produção/consumo induzem, nos sujeitos, uma prática dupla, ligada a uma representação desunida (mas profundamente solidária) de seu próprio corpo: aquela do corpo como CAPITAL (autogestão/ local de investimento) e aquela do corpo como FETICHE de ou objeto de

consumo (promotor de práticas de consumo)¹¹. Ele fala do caráter funcional do corpo, o qual não é nem carne, como na visão religiosa, nem força de trabalho como na lógica industrial, mas ele está preso à materialidade (ou em seu “ideal” visível) como objeto de culto narcísico ou elemento de tática e de ritual social – a beleza e o erotismo são seus principais temas – que, amalgamados, instituem uma nova ética em relação ao corpo¹².

Ao comparar a ética tradicional com a ética moderna Baudrillard pressupõe que: na primeira fase o corpo servia ao indivíduo, na segunda é o indivíduo que se coloca a serviço de seu corpo¹³. Pois, segundo o autor, é preciso que o indivíduo se considere objeto, como o mais belo dos objetos, como o mais precioso material de troca, para que possa instaurar, no nível do corpo desconstruído, da sexualidade desconstruída, um processo econômico e rentável¹⁴. Ele diz que, desse modo, é possível observar que o corpo está estreitamente associado às finalidades da produção como suporte (econômico), como princípio de integração (psicológica) dirigida ao indivíduo, e como estratégia (política) de controle social¹⁵.

Nesta investigação é importante entender o corpo a partir destas perspectivas, à medida que nos permitem vislumbrá-lo como construto social e cultural, alvo de diferentes marcadores identitários que têm por função posicionar os sujeitos de diferentes modos na escala social. Conforme Veiga-Neto (2002, p. 35), quem pertence ou não a certas classificações de corpo: corpo magro, alto, belo, branco, jovem, malhado, saudável, (reformado). Tais marcadores identitários não são definitivos, eles se encontram em constante processo, construídos e reconstruídos continuamente nos discursos.

Na visão de Veiga-Neto (2002, p.35):

¹¹ “*les structures actuelles de la production/consommation induisent chez le sujet une pratique doublée, liée à une représentation désunie (mais profondément solidaire) de son propre corps: celle du corps comme CAPITAL, celle du corps comme FETICHE (ou objet de consommation)*” (BAUDRILLARD, 1970, p. 200).

¹² “*(...) corps fonctionnel, c’ est-à-dire qui n’ est plus ni « chair » comme dans la vision religieuse, ni force de travail comme dans la logique industrielle, mais repris dans sa matérialité (ou dans son « idéalité » visible) comme objet de culte narcissique ou élément de tactique et de rituel social – la beauté et l’ erotisme sont deux leitmotifs majeurs*” (BAUDRILLARD, 1970, p. 205).

¹³ *Ceci selon une éthique toute moderne, qui, à l’ inverse de l’ éthique traditionnelle qui veut que le corps serve, enjoint à chaque individu de se mettre au service de son propre corps (...)*. (BAUDRILLARD, 1970, p.220)

¹⁴ *Il faut que l’ individu se prenne lui-même comme objet, comme le plus beau des objets, comme le plus précieux matériel d’ échange, pour que puisse s’ instituer ou neveau du corps déconstruit, de la sexualité déconstruite, un processus économique de rentabilité.* (BAUDRILLARD, 1970, p.211)

¹⁵ *On voit bien comme le corps est étroitement mêlé aux finalités de la production comme support (économique) comme principe d’ intégration (psychologique) dirigée de l’ individu, et comme stratégie (politique) de contrôle social* (BAUDRILLARD, 1970, p.213).

Vivemos numa época em que somos contínua e intensamente interpelados por marcadores identitários; vivemos numa época de proliferação de diferenças, em que os sentimentos de pertença são cambiantes e complexos, difíceis de capturar, descrever e analisar. (VEIGA-NETO, 2002, p.35).

Entende-se, desse modo, que as discursivizações tratadas neste estudo não são aleatórias e nem desinteressadas, uma vez que elas envolvem questões de consumo e acabam exercendo um certo controle sobre as identidades sociais, contribuindo na manutenção dos papéis masculino/feminino. Na cultura Ocidental, o seio feminino é um dos locais onde a sexualidade feminina é particularmente pontuada. Trata-se, então, de analisar nestas discursividades toda uma relação que efeminiza e masculiniza. O ideal de feminino e de masculino produzidos em discursos imemoriais e em textos de diversos gêneros, representa uma memória que estabelece os lugares a serem ocupados por homens e mulheres. O tema dessa investigação - corporeidade/estética dos seios femininos/ sujeito feminino - conclama, inevitavelmente, as questões que regulam esse “poder dizer sobre”.

O modo como a mulher é representada na atualidade, no discurso da mídia, não condiz com a posição social que a mulher ocupa. O interdiscurso que (re)produz essas representações guarda espectros de um reforçamento binário assimétrico, de uma divisão “generalizada” do humano, que relaciona o homem a certos conceitos: ciência, razão, objetividade; e a mulher a outros: magia, domesticidade, emoção, sensualidade e subjetividade. Apesar de a mulher não ter sucumbido aos estereótipos que a representam, escapando dos lugares sociais historicamente determinados a ela, a estereotipação do feminino ainda persiste. Assim, procuramos no capítulo seguinte, analisar o processo discursivo bem como os efeitos de sentidos produzidos por essa discursividade, procurando estabelecer um discurso ideológico advindo desses enunciados.

Espera-se, desse modo, articular um diálogo interdisciplinar entre estes dois campos de estudos: a análise do discurso francesa e a análise cultural com postulações de Jameson (2004) e de Lipovetsky (2000), em especial, que discute o feminino na pós-modernidade. Tal interlocução torna-se possível, em razão da perspectiva teórica aqui adotada, já que ambos os campos teóricos partem de uma abordagem pós-estruturalista, identificam-se pela abertura a diversas áreas do conhecimento e concebem a linguagem como artefato por intermédio do qual se constroem o(s) sentido(s) e a realidade.

As considerações destes teóricos são importantes, nesta pesquisa, para se pensar os efeitos da globalização produzidos no imaginário pelo/no discurso da estética nos

processos de construção de identidades, produzidos pela revista *Plástica e Beleza*, à medida que possibilitam vislumbrar a “beleza” como mercadoria, ligada aos mecanismos de produção. Tendo por objeto de investigação um tipo de discurso que envolve a re-engenharia do corpo propiciada pelas “novas” biotecnologias (próteses, tratamentos estéticos), considera-se necessário prever, em alguma medida, os interesses mercadológicos envolvidos na construção destas representações. O tema proposto convoca, inevitavelmente, questões sobre cultura e identidade, uma vez que, nessa cultura imagética, a pretensa busca pela “individualidade” instigada pela profusão de estilos e possibilitada pelas biotecnologias se faz na diferença.

CAPÍTULO – III

OUTROS SENTIDOS: A POLÊMICA DOS SEIOS

Ao contrário de um dispositivo arcaico, o oculto contemporâneo da beleza deve ser compreendido sob o signo moderno da não aceitação da fatalidade, da ascensão ao poder dos valores conquistadores de apropriação do mundo e de si. (Guilles Lipovetsky, *A terceira mulher*).

3 . A unicidade do discurso e a multiplicidade de sentidos

O discurso é uma prática, o discurso e as práticas são constitutivos, no entanto, o que vai constituído no discurso necessariamente não precisa “corresponder” à referência externa a ele, “importando”, de acordo com o complexo discursivo, uma relação de efeito de sentido. Quando há um tipo de “sintonia” entre a prática do discurso e seu exterior, o efeito de sentido que aí demanda pode atingir certos limiares entre o “enunciar e o fazer”, e isso, na luta de classe, é marcar uma posição discursiva incisiva. Assim, o que segue são “leituras” advindas da relação entre a linguagem (um dizer) e sua exterioridade (um não dizer).

Os enunciados trazidos para a análise foram recortados da revista *Plástica e Beleza*, primeira a ter como enfoque principal a cirurgia plástica, começou a circular em cenário nacional no ano de 1997, com publicações trimestrais¹⁶. Hoje a revista já conta com uma publicação mensal, firmou-se num mercado editorial competitivo e tem interpelado fortemente a mulher brasileira, constituindo-se num campo discursivo rico para análise, à medida que tais discursos envolvem discursos e recursos biotecnológicos na (re)produção de identidades.

Esse tipo de publicação, impressa nacional, voltada ao público feminino, ao efetuar um recorte da realidade, (re) significa a construção da “verdade” para uma importante parcela da sociedade brasileira. Analisar a discursividade da revista é ter acesso a um modo de ver e viver de uma camada de mulheres que, só por ter acesso a um meio impresso, já pode ser considerada como elite, ou formadora de opinião.

¹⁶ Dados fornecidos pela editora, via *e-mail*.

É evidente que o discurso da revista não é monofônico. Há diversas outras “vozes” que contribuem para a construção de sentidos. No entanto, em um nível mais apurado das discursividades, acreditamos que existam características que sejam comuns à totalidade dos textos da publicação. Em outras palavras, sob a multiplicidade de “vozes”, uma mesma visão de mundo ressoa. Pretendemos, com a análise discursiva, levantar algumas dessas bases ideológicas que, obviamente, precisam ser confirmadas por meio de enunciados.

Para tratar do tema proposto, agrupamos as análises em três tópicos: Discurso da imprensa voltada ao feminino: o caso *Plástica e Beleza*, Discurso da fetichização dos seios: a essencialização do feminino: tensão entre os sentidos maternal e erótico; Discursividades sobre a estética dos seios: o (des)controle de si.

3. 1 Discurso(s) da imprensa voltada ao feminino: o caso *Plástica e Beleza*

Com o apoio dos pressupostos teóricos da AD, analisamos, neste tópico, a relação estabelecida entre o referente “mulher (de seios fartos)” e os sentidos de feminino (re)produzidos, nessas discursividades, após o acontecimento estético/discursivo promovido pelo implante cosmético de prótese de silicone, neste momento histórico.

Entende-se por referenciação a relação entre a linguagem (um dizer) e uma exterioridade (um não dizer), relação necessária para que a linguagem tenha o seu valor e não se encerre em si própria. Para Cardoso (2003), referente é o objeto a que a linguagem visa, enquanto para Possenti, prefaciando e parafraseando Cardoso, afirma que “o referente do discurso não é a realidade, mas aquilo que o discurso institui como realidade” e que, portanto, os referentes são construídos pelos sujeitos locutores na interação, estes responsáveis pela descrição, transformação, ou mesmo de constituição do sentido. Assim, tomamos como objeto os recortes a seguir:

R 06 - Seios de diva. É possível remodelar a glândula mamária de forma a dar um novo contorno e altura aos seios (*P.B.* 95, p.50)

R 07 - [...] faça da medicina uma aliada para ficar mais sedutora. Conheça as técnicas cirúrgicas para aumentar o volume dos seios ou deixá-los empinadinhos (*P.B.* 86, p.80).

R 08 - Turbinada em qualquer idade (*P.B.* 64, capa).

Pelos recortes efetuados, tendo como referente a “mulher (de seios fartos)”, os efeitos de sentido oscilam para sentidos sinônimos de: “diva”, “sedutora” e “turbinada”, a partir da posição-sujeito discursivo da revista *Plástica e Beleza*, lugar ocupado singularmente. Tal posição-sujeito é significativa se for possível considerar o deslocamento da posição dos sujeitos: a revista *versus* a mulher (sujeito locutor institucional e sujeito leitor). Se, para Cardoso (1999, p. 38) “usar a linguagem de maneira significativa é produzir discursos”, analisá-los é considerar, de forma indispensável, as *condições de sua produção* (PÊCHEUX; FUCHS, 1997, p. 77). Convém assinalar que a revista em questão se diz endereçada a mulher “moderna”, “multimídia” (*P.B.* 36, p. 12) aquela que desempenha várias funções ao mesmo tempo: mãe, esposa, profissional, dona-de-casa, amiga e ainda dá um jeito de “driblar os limites que a vida tão corrida impõe para malhar e cuidar da beleza”.

No R 06, o vocábulo **diva**¹⁷ associado ao restante do enunciado, contribui para a construção do discurso midiático, que trata de “dizeres” ou discursos a serem enunciados por um sujeito que detém uma determinada posição, e que, à medida que enuncia esses discursos, exclui outros discursos/sujeitos da esfera da enunciação. O termo “seios de diva” já nos induz a um complexo efeito de sentido: ao mesmo tempo em que interpela o seu referente, “a mulher”, ele a conclama a dar um “novo contorno e relevo aos seios” para transforma-se em *deusa, notável*.

Ao utilizar o referente “diva” para se referir à mulher de seios fartos, o sujeito-institucional revista faz remissão pelo interdiscurso das práticas discursivas cinematográficas a mulheres sedutoras e irresistíveis, tais como Marilyn Moroe, Gina Lolo brigida, dentre tantos outros ícones recentes, Angelina Jolie, Pamela Anderson.

O referente “sedutora”, no R 07, concorre para o mesmo sentido e remete ao interdiscurso das cortesãs de seios fartos, da Renascença, descritas pelos discursos produzidos, neste período (atualizados em tantos outros), como mulheres sensuais e licenciosas.

O vocábulo “turbinada”, no R 08, constitui-se num neologismo de sentidos, uma vez que é recentemente¹⁸ utilizado para referir-se a mulher de seios fartos. Porém, os sentidos produzidos pelo referente “turbinada”, induzem-nos a sentidos muito próximos aos produzidos pelo referente “diva” e “sedutora”, à medida que se trata de aumentar o

¹⁷ Grifos nossos.

Diva: deusa, notável (FERREIRA, 2000, p. 242)

¹⁸ Constatamos por meio de consultas a diversos dicionários que apenas edições recentes utilizam o vocábulo turbinar a mulher de seios fartos.

tamanho - compreendido como “potência” na FD da indústria - de uma parte do corpo feminino investida de sexualidade. Assim, unindo este referente ao restante da enunciação “em qualquer idade”, torna-se possível realizar a seguinte leitura: sexualmente potente a vida toda. Isso porque se o falo ereto é associado à virilidade masculina, a firmeza dos seios pode igualmente estar carregada destes sentidos.

Os processos de interpelação construídos, nesses recortes, a partir desses referentes manifestam sujeitos que partilham elementos de saber comuns, ligados a formações discursivas compatíveis entre si, à medida que têm como pano de fundo, bases patriarcais, que exploram o antigo estereótipo de mulher-objeto.

Entretanto, entendemos que as condições históricas de produção dos discursos (re)significam os sentidos e, conseqüentemente, as identidades. Se os referentes discutidos anteriormente têm interpelados o sujeito mulher é porque a “sensualidade” parece ter sido destituída de toda valoração negativa produzida pelos discursos feministas e pelos discursos moralistas da Idade Média. Diferentemente de outros períodos da história, o lugar do feminino não é mais preordenado e conduzido de ponta a ponta pela ordem social e natural. Conforme Lipovetsky (2000, p.12):

O mundo fechado de antigamente foi substituído por um mundo aberto ou aleatório, estruturado por uma lógica de indeterminação social e de livre governo individual, análoga em seu princípio à que organiza o universo masculino. Se há sentido em falar de revolução democrática a respeito da construção social dos gêneros, é, antes de tudo, por eles agora se encontrarem consagrados ao mesmo “destino”, marcado pelo poder de livre disposição de si pela exigência de inventar a si próprio fora de qualquer imperatividade social.

No R 07, temos, explicitamente, enunciado, o verbo no imperativo “faça” seguido da expressão “para ficar mais sedutora”. A expressão assim construída permite abranger o conjunto das mulheres, considerando-as “apenas uma”, “façam todas” “para ficarem mais sedutoras”, indicando que “as técnicas cirúrgicas para aumentar o volume dos seios” são o caminho “para ficar mais sedutora e com “seios [...] empinadinhos”, funcionando, nestas enunciações, como forma de aconselhamento. Observa-se, também, que o destinatário é qualquer um – homem ou mulher – e que esse apagamento é significativo tendo em vista que o discurso produzido é para todos os leitores, mulheres ou não. Entendemos este apagamento como uma estratégia discursiva utilizada para atingir a adesão do implante próteses para qualquer sujeito que se sinta feminino, independente do sexo que possua.

Ainda no R 07, podemos observar a interpelação da posição sujeito por meio da presença de verbos no imperativo como demandadora de discursividade: “faça”, “conheça”. A revista *Plástica e Beleza*, como sujeito, reivindica uma posição por parte do sujeito enunciatário. Há um sutil deslocamento de sentido e mudança de posição: passar de sujeito histórico para sujeito reivindicador é permanecer na ordem da legalidade, posição conquistada pela revista *Plástica e Beleza*; no entanto, é um sujeito que lança mão de aspectos históricos na questão da discursividade dos seios retratados na literatura brasileira de ficção, no cinema e no senso comum. Para a constituição de um sujeito reivindicador, implica-se a posse dos direitos e o poder legitimado de reivindicá-los a partir de determinado lugar social.

A revista *Plástica e Beleza* surge assim como representante dessa posição-sujeito. Importa considerar que reivindicar uma “nova” identidade à mulher de seios fartos (de diva/de mais sedutora/ de turbinada) mesmo que autorizado, pode ser significado à medida que o sujeito está se constituindo como representação identitária. Ao se reivindicar uma identidade, faz-se por haver uma lacuna nos processos de construção identitária, um vazio que precisa ser preenchido. Assim, o efeito de sentido construído diz respeito a uma posição que se estabiliza para reivindicar outra, pois não há posição vazia de sentido ou de identidade. As condições políticas e as filiações históricas exigem outra relação com a estética dos seios, uma relação de luta porque dela foram e/ou estão sendo excluídas.

Não é por acaso que a revista se denomina *Plástica e Beleza*, estabelecendo, no próprio nome, uma relação de interdiscursividade com o discurso que enuncia. Esse tipo de relação discursiva não corresponde a um simples “ajuntamento”, mas, sobretudo, a um posicionamento ideológico como estratégia discursiva e de ação, condição que garante a existência da revista. Reivindicar algumas questões sociais sem estar organizado pode conduzir ao isolamento, ao esvaziamento, condição que enfraquece a sua relevância social e discursiva.

Assim, a revista *Plástica e Beleza* se firma como porta-voz da mulher contemporânea, da mulher preocupada com as mudanças e com seu tempo. Em “[...] dar um novo contorno e altura aos seios [...]” e “[...] uma aliada para ficar mais sedutora [...]” o sujeito que enuncia produz a imagem da sua leitora, justificando a sua posição como vanguarda. Esses enunciados marcam uma posição importante, ao instituir-se num instrumento discursivo. Esse posicionamento é efeito de uma posição que reafirma sua importância política e seus propósitos ao consumidor – a mulher; posicionamento

discursivo de crítica ao corpo da mulher e de “reforma” que a plástica pode proporcionar para “ficar mais sedutora” e “dar um novo contorno” ao corpo.

Os enunciados apontam para a demanda de sentido de marco divisório do que terá sido uma identidade e para o que possivelmente será essa identidade. Os enunciados parecem constituir-se numa “busca” de regularidade, uma referência estabilizada como identidade que possa recobrir um determinado grupo ou categoria, em que seja possível identificar a mulher “multimídia” após as “técnicas cirúrgicas para aumentar o volume dos seios e deixá-los empinadinhos”, “em qualquer idade”, “de forma a dar um novo contorno e altura aos seios”; enunciados que funcionam como “marca/elemento” discursivo da diversidade de identidades, associados aos adjetivos “sedutora” e “turbinada” e ao substantivo adjetivado “diva”.

Essas referências identitárias no interior do discurso do tamanho dos seios indicam um tipo de relação de poder (sujeito locutor e interlocutor – sujeito institucional revista x sujeito leitor) de quem detém o direito de opinar sobre o corpo feminino, já que o enunciador se apodera em seu intradiscurso do discurso da medicina estética, “remodelar as glândulas mamárias”, conclamando a mulher a conhecer as técnicas cirúrgicas, a fazer da “medicina estética uma aliada” e a se enquadrar no perfil de feminino construído pela revista; no entanto, essa relação não acontece sem conflito. Essa “arena de lutas” de posição identitária, seja em decorrência do seu enunciador, seja a partir das condições materiais de existência em que se enuncia e reivindica, emerge dos enunciados. Isso produz um complexo efeito de sentidos, uma vez que já estão investidos na construção de uma identidade, ainda que instável em relação às condições materiais de enunciação, seja como mulher, seja como sujeito do discurso, reivindicando esse espaço de enunciação.

Nos recortes analisados expomos diversos mecanismos de produção de sentido que permitem apreender um tipo comum de representação da mulher e para a mulher, que determinam um dever-ser e um querer-ser feminino, um modo afirmado como “normal e desejável” de pensar, de se comportar, de pensar o futuro, relacionar-se com o próprio corpo, com o mundo e com os homens.

Podemos constatar, nestes recortes, um movimento de “adesão” do sujeito feminino aos sentidos produzidos pelos referenciais “diva”, “sedutora”, “turbinada”, que entra para a deriva da história: a mulher, investindo-se de certa posição social e discursiva e, a partir dessa posição, apresenta-se, também, como capaz de representar

essa “nova” identidade, ou forma sujeito. Nos recortes de enunciados a seguir, podemos apreender tais sentidos:

R 09 - Uma mulher com seios grandes, com um belo decote recheado, sempre chama mais atenção do que outra menos voluptuosa. (*P.B.* 90, p.38).

R 10 - Hoje [depois do implante de silicone nos seios] sou uma mulher *power* (*P.B.* 91, p.36)

R 11- Após seis dias, colocou o sutiã pós-cirúrgico e viu pela primeira vez o peito. “Nossa, é uma sensação muito boa. Acho que e foi a primeira vez que me senti realmente mulher!” (*P.B.* 91, p.32).

R 12 - Agora [depois do implante de silicone nas mamas] me sinto mais feminina e minha auto-estima foi lá em cima! (*P.B.* 62, p.26).

R 13 - Agora [depois do implante de silicone nas mamas], posso dizer que me sinto realizada e uma mulher muito bonita (*P.B.* 89, p.36).

R 14 - Agora [depois do implante de silicone nas mamas], estou me sentindo muito mais feminina, confiante e *sexy* (*P.B.* 38, p. 49).

R 15 - Agora [depois do implante de silicone nas mamas], sinto-me mais segura e sensual. (*P.B.* 38, p. 49).

Há uma estabilização e uma adesão nessa “nova” representação identitária que recobre ou que procura recobrir o acontecimento. Cumpre ressaltar que essa “adesão” não se deu de uma hora para outra ou de uma enunciação para outra, mas já vem trazendo em si as marcas históricas, políticas e sociais nas diferentes significações do tamanho dos seios, no decorrer dos tempos, conforme exposto em itens anteriores.

Essa “nova” identidade, que recobre ou que procura recobrir o acontecimento, estabilizando-se, constitui-se numa forma de “cercar”, em alguns aspectos, o sentido no discurso, pois é uma forma de se colocar no rol dos acontecimentos, comprometendo-se com as mudanças de seu tempo, representando, também, uma forma de se enunciar, como mulher, o que pode indicar um assumir-se. Os adjetivos “voluptuosa” e “poderosa”, assim como, as locuções adverbiais de modo “realmente mulher”, “mais feminina”, “uma mulher muito mais bonita”, “muito mais feminina” e “mais segura e sensual”, conferem a mulher características positivas, representam algo que pode ser identificado, significando o próprio movimento, especificando esse movimento como único, o que implica, também, impor o reconhecimento dessa identidade pelo outro.

É necessário que o outro – o homem – identifique-a como tal. Assim, essas adjetivações que têm como referente o substantivo mulher, conferem o efeito de sentido de mais “estabilizado”, mais “reivindicador”, mais “impositivo” (de aumento), tendo em

vista que a mulher – de seios proeminentes – não é qualquer uma. Aqui não ocorre um efeito de indeterminação; pelo contrário, traz à tona a figura da mulher que sabe o que e de quem está falando ou enunciando, como também sua posição social, empírica e ideológica.

Temos, assim, no R 09 “uma mulher” [...] outra (menos) voluptuosa”, em que **uma** é um artigo indefinido e seu sentido é genérico, enquanto **outra** é um pronome indefinido variável, capaz de indicar um ser humano que seguramente existe, mas cuja identidade é diferente. Sendo o artigo a classe de palavra que acompanha o substantivo determinando-o ou indeterminando-o, no caso em questão temos o artigo indefinido em que **uma** adquire um valor expressivo em relação à **outra**, (qualquer outra) mulher. Tanto o artigo **uma** quanto o pronome **outra** têm como referente o substantivo **mulher**, e o enunciado, tal como é evocado, já constitui uma outra forma de reatualização tensa, numa estratégia de marcar uma identidade, tendo em vista a presença do pronome **outra**, que pressupõe uma identidade diferente.

Tal dispositivo de enunciação se apresenta como um trabalho de “elaboração”, de estabilização, com possíveis sentidos de aceitação, condição que diminui o caráter indeterminado do artigo. Ainda no enunciado em questão, o adjetivo **voluptuosa**, justaposto ao substantivo **mulher**, vem caracterizar esse substantivo, atribuindo-lhe modos de ser, imprimindo um sentido diferenciado ao substantivo ao qual se justapõe, apresentando-se como um trabalho de “elaboração” e estabilização do discurso veiculado pela revista *Plástica e Beleza*, sem se deixar absorver por ele.

No R 10 temos “hoje sou uma mulher *power*”, em que o artigo **uma** desempenha aí a mesma função que a anterior, relacionado ao mesmo referente **mulher**, seguido do adjetivo *power* (poderosa). O artigo, na perspectiva discursiva, tal como se apresenta, vem mostrar como se constitui esse lugar privilegiado de contato, que o discurso constrói na interlocução com o seu exterior específico, ou o seu interdiscurso. Constituindo-se numa anáfora indireta, o significado não é determinado por um mecanismo estritamente lingüístico, mas por um processo discursivo, como um sistema de relações de substituição dentro de uma mesma formação discursiva. Ao mesmo tempo, o vocábulo *power* acrescenta o tom de *status*, pelo uso do estrangeirismo, o que provoca um sentido inverso, à medida que denuncia, na mulher brasileira, a busca da palavra de origem inglesa para se auto-afirmar, para se identificar (identidade norte-americana).

Voluptuosa¹⁹, **volúpia**²⁰ e **poderosa**²¹ são três vocábulos que provocam efeitos de sentidos que concorrem entre si para a manutenção discursiva da questão da identidade, no que se refere à questão do tamanho dos seios, comportando “substituições, paráfrases e sinonímias” (PÊCHEUX, 1997, p. 161) no processo discursivo de sua materialização, pois essas posições discursivas não estão nem à deriva, nem fora das “redes de memória e filiações históricas” (PÊCHEUX, 2002, p. 54).

Pelo contrário, se essas posições significam e comportam essas relações de discursividade é porque são elas que se constituem na “adesão” das condições materiais de produção no acontecimento discursivo. Essas formas de marcar a identidade no bojo das condições materiais e discursivas da enunciação, ou a enunciação como mulher, provoca deslocamentos de sentido. Essas modalidades enunciativas materializadas na revista *Plástica e Beleza* por meio da fala (depoimento) de suas leitoras, ou de qualquer outro material discursivo, constroem certos *limites com sentidos* (ORLANDI, 1999, p. 59), à medida que esses *limites* já contêm/trazem consigo a reivindicação de uma identidade em (re)construção, que podem abranger as demais. Nos recortes, temos as seguintes configurações: “a primeira vez que me senti realmente mulher!”; “agora me sinto mais feminina”; “agora posso dizer que me sinto realizada e uma mulher mais bonita”; “agora estou me sentindo muito mais feminina, confiante e *sexy*”; e, “agora sinto-me mais segura e sensual”.

Pode-se verificar que o uso do advérbio **agora**, repetidamente configurado na fala dos enunciadores, instaura um tempo presente, tendo em vista que a função do advérbio parte, basicamente, da capacidade de caracterizar o processo verbal, indicando circunstâncias em que esse processo se desenvolve. Para Benveniste (1996, p. 74), “o *agora* é reinventado a cada vez que o enunciador enuncia, é a cada ato de fala um tempo novo, ainda não vivido”. Ora, se o *agora* é gerado pelo ato de linguagem, desloca-se ao longo do fio do discurso permanecendo sempre *agora*. Como o *agora* é o tempo em que um *eu* toma a palavra, o *agora* do enunciador é o *agora* do enunciatário. O advérbio *agora*, trazendo o tempo do enunciador e do enunciatário, faz emergirem enunciados

¹⁹ Voluptuosa (adjetivo): cheio de, ou em que há volúpia, ou que a inspira (FERREIRA, 2000, p. 716)

²⁰ Volúpia (substantivo): grande prazer dos sentidos sobretudo o prazer sexual; voluptuosidade (FERREIRA, 2000, p. 716)

²¹ Poderosa (adjetivo): que tem ou exerce poder; de grande efeito, energético. (FERREIRA, 2000, p. 541)

que colocam em jogo complexos efeitos de sentido, atribuindo ao enunciatário o estar-lá, o já-lá da enunciação.

Ao mesmo tempo em que o advérbio **realmente** deixa de ter papel descritivo e passa a traduzir os sentimentos e os julgamentos de valor, de quem escreve ou fala, transmitindo forte carga emocional, é possível verificar o uso de advérbios de intensidade, tais como “**mais** feminina”, “**muito** bonita”, “**muito mais** feminina e sexy” e “**mais** segura e sensual”, produzindo aí os sentidos que intensificam o referente **mulher** de seios proeminentes. Adquire-se, assim, um efeito de sentido que se caracteriza pela contraposição de um antes marcado pela falta, e um agora, marcado pela presença, isto é, o que se era antes da cirurgia plástica e o que **realmente** se é agora com a realização da cirurgia plástica. Isso porque, conforme Hall (2000, p.39) “A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de **uma falta** de inteireza que é ‘preenchida’ a partir de nosso **exterior** pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por **outro**” (grifos do autor).

Ao se enunciar a partir de onde se enuncia, já ocupando um lugar legitimado, uma identidade específica, uma história e uma posição espaço-material, ficam evidentes as relações de poder. Essa reivindicação implica um *efeito de poder* (FOUCAULT, 1999) que, além de reconhecer e legitimar essa identidade, também oferece amparo aos discursos daí emanados e é a opinião pública que, de forma geral, contribui para a legitimação desse discurso, tendo em vista que a revista *Plástica e Beleza* ressignifica a construção da “verdade” para uma importante parcela da sociedade brasileira.

No discurso das leitoras da revista *Plástica e Beleza*, os adjetivos: “voluptuosa”, “poderosa”, “mulher”, “feminina”, “bonita”, “confiante”, “segura”, “sensual”, constituem-se em unidades de uma memória discursiva que as levam a se identificarem com o discurso veiculado pela revista *Plástica e Beleza*, produzindo o efeito de se inscreverem e de inscrever o acontecimento no espaço da memória. A presença de advérbios de tempo “hoje”, “agora”, e da locução adverbial de tempo “primeira vez” (R 11), nesses recortes, apontam uma transição da posição sujeito- mulher, uma mudança no modo de enunciar, após a cirurgia cosmética de próteses de silicone, consistindo no imaginário desses sujeitos, na sua elevação na escala social. Isso vem corroborar a afirmação de Orlandi (1999, p.40) de que “na relação discursiva são as imagens que constituem as diferentes posições”, uma vez que “as identidades resultam desses processos de identificação, em que o imaginário tem sua eficácia”.

O R 16 toma a forma de um depoimento, seguido do R 17 que apresenta a opinião da revista dando-nos algumas construções de sentido sobre o modo de pensar que a revista quer afirmar como “feminino”. A narradora representa bem o perfil de parte do público da revista: alguém de classe média, com bom nível educacional, formadora de opinião, tal como a revista:

R 16 - Interpretei uma prostituta no filme “Até que a vida nos separe”, de José Zaragoza. Foi um papel pequeno, mas valeu a experiência. (*P.B.* 32, p.24).

R 17 -A grande virada na carreira de Cida Marques ocorreu em 1997. O auge de seu sucesso coincidiu justamente com o “boom” do silicone no Brasil. Dona de seios fartos e naturais, Cida passou a representar o novo padrão de beleza nacional. Tanto que se tornou presença constante na lista das 100 mulheres mais *sexy* do mundo pela revista *Vip*. (*P.B.* 32, p.25).

Inicialmente, um depoimento já apresenta uma série de coerções de gênero (HERNANDES, 2006): é escrito em primeira pessoa, tem forte efeito de verdade, intimidade, subjetividade. A linguagem é, muitas vezes, coloquial, com marcas típicas encontradas na fala, na tentativa de simular um bate-papo descontraído. O depoimento, para despertar a curiosidade na direção do consumo, apresenta situações que fogem do senso comum, tais como: “interpretei uma prostituta”.

No R 17 o sujeito-institucional revista vem imprimir seu ponto de vista a respeito da mulher de seios fartos e das vantagens em tê-los maiores, no momento em que este padrão estético passa a ser valorizado pelos brasileiros: “a grande virada na carreira”, “o auge de seu sucesso coincidiu com o ‘boom’ do silicone no Brasil”, “dona de seios fartos e naturais”, “novo padrão de beleza nacional” e “tornou presença constante na lista das 100 mulheres mais *sexy* do mundo pela revista *Vip*”.

Por meio do gênero depoimento, o R 16 constrói um recurso para simular um afastamento de idéias e de situações que podem chocar um público mais conservador. Ao mesmo tempo, com essa estratégia, o depoimento vem quebrar a normalidade que acaba por gerar. A curiosidade motiva a leitura, o consumo da revista. Em outras palavras, ao mostrar um depoimento de uma leitora para obter um efeito de conversa íntima (como quem diz: “alguém igual a você que fez algo inusitado”), provocando um efeito de sentido que busca *status* de “verdade”, de “fato”, a revista parece apagar ou diminuir o peso da própria enunciação em favor de uma outra voz “independente”.

A publicação, assim, transfere totalmente a responsabilidade do que é dito ao sujeito do discurso. Não é a *Plástica e Beleza* quem afirma um ponto de vista inusitado, mas a “enunciadora-leitora/depoente”. Trata-se, no entanto, de outra estratégia de

construção de sentido. Quem escolheu o depoimento, em meio a tantos outros, e diagramou-o, dando-lhe destaque, foram os editores da *Plástica e Beleza*. O depoimento, bem como os enunciados analisados anteriormente, constituem, portanto, produtos de uma seleção cuidadosa, editoração, a partir dos efeitos de sentido que se espera obter. Essa triagem criteriosa expõe a ideologia da revista. A novidade e a surpresa só fazem sentido porque se “escoram” no velho, no já conhecido, no já-dito.

Há outros pontos a serem considerados: geralmente os depoimentos precisam ser “edificantes”. Devem mostrar que a autora, de alguma forma, “deu a volta por cima”, aprendeu com os próprios erros, ou com a própria situação, assumiu os próprios desejos, deu um passo além, em relação a outras mulheres. Em suma, a revista investe numa relação do tipo: “se ela pode, você, leitora, também pode”, uma versão branda, individualista, de viés comportamental, da idéia pregada por muitas feministas de “*empowerment*” (empoderamento), ou seja, de tomada de consciência da própria capacidade de agir diante de problemas, inclusive sociais e políticos. E essa é uma questão importante para se avaliar. A revista *Plástica e Beleza* expõe formas de poder da mulher; entretanto, é importante discutir o tipo de poder feminino que está sendo valorizado pela revista em questão. Passaremos a discuti-lo, nas análises do tópico a seguir.

3.2 Discurso da fetichização dos seios: a essencialização do feminino: tensão entre o sentido maternal e erótico

Como pudemos constatar, no Capítulo I, os seios femininos, no Ocidente, sempre exerceram uma significativa influência, na formação imaginária feita da mulher. Consideramos essa influência como um efeito da forte carga ideológica e cultural discursivamente depositada nas mamas no processo histórico de fetichização dessa parte do corpo feminino. Por constituírem-se numa parte do corpo feminino distintiva de gênero, as discursividades sobre os seios acabam, de certo modo, essencializando o feminino, mascarando o caráter, essencialmente, produzido da feminilidade. Noções de feminilidade já cristalizadas no imaginário social pela memória discursiva são atualizadas nestas enunciações (re)produzindo estereótipos e produzindo estigmatizações, instituindo não apenas padrões estéticos, mas de comportamento:

R 18 - Mas, seja por um ou por outro o padrão vigente, o que toda mulher sonha em ter são os seios bem torneados, firmes, em harmonia com o seu tipo físico, prontos a afirmar o seu poder de sedução (*P.B.* 38, p. 44).

R 19 - Nos seios, o poder da mulher (*P.B.* 38, p. 44).

R 20 – Bem que você merece valorizar sua beleza com essa dupla [os seios] poderosa e sedutora... (*P.B.* 96, p. 38)

Na memória discursiva dos discursos de gênero masculino/feminino, o lexema “poder” produz efeitos de sentidos diferenciados quando inscrito nos discursos de gênero feminino/masculino. De um modo geral, esse lexema quando inscrito em FDs de gênero masculino remete ao sistema patriarcal, à soberania do macho, ligando a imagem masculina à ordem, à razão; quando se inscreve em FDs de gênero feminino remete um tipo de poder atribuído ao feminino pelo interdiscurso bíblico - poder de sedução - cuja a figura feminina emblemática Eva, liga a representação da mulher à origem do mal e da infelicidade.

Compreendemos assim que, desde eras remotas, na tradição judaico-cristã, o feminino personifica a sedução, não permitindo assim augurar aí nenhuma mudança na constituição identitária feminina produzida, nessas enunciações, uma vez que constatamos, tanto no R 18, quanto no R 19 e no R 20, a atualização do poder de sedução instituído ao feminino. Como podemos constatar a “idéia” de que as sociedades igualitárias constituídas de sujeitos autônomos tende a masculinizar a mulher não resiste ao exame das discursivizações veiculadas pela revista *Plástica e Beleza* “seu poder de sedução”, “bem que você merece valorizar a sua beleza com essa dupla poderosa e sedutora”.

Entretanto, é pertinente considerar que essas enunciações, encontram-se presente, numa revista feminina especializada em cirurgia plástica estética, e são alavancadas por questões mercadológicas. Nesses recortes, o sujeito institucional que enuncia é atravessado pelo discurso da publicidade que se encontra em congruência com os discursos masculinos lançando mão de estereótipos, que em alguma medida, direcionam o processo de produção de sentidos. Esse tipo de estratégia discursiva utilizado pelo discurso publicitário presentes nos suportes midiáticos visam promover uma maior adesão do leitor ao seu discurso, uma vez que o seu interlocutor se constitui num consumidor em potencial.

No R 18 “seu poder de sedução”, no R 20 “bem que você merece valorizar sua beleza com essa dupla poderosa e sedutora”, o pronome possessivo estabelece relação

de posse entre seres e conceitos e as pessoas do discurso. “Beleza” e “sedução” são produzidas por essas justaposições lingüístico-discursivas como qualidades intrínsecas do sujeito feminino; os seios “bem torneados”, “duplas poderosas e sedutoras” são considerados nessas enunciações como artífices da sedução. Esses são os temas, na visão de Baudrillard (1970), que amalgamados instituem nos sujeitos uma nova relação com o corpo – do corpo capitalizado e fetichizado para fins de consumo.

A expressão “aumentar seu poder de sedução” produz, no R 18, efeitos de sentidos muito próximos aos produzidos pelo lexema “beleza”, uma vez que “seios bem torneados, firmes, em harmonia com o seu tipo físico” são sinónimas do ideal de beleza construído pela revista, constituindo-se, assim, em paráfrases de sentido.

Constatamos, então, que, tanto no R 18 quanto no R 20, os sujeitos correlacionam “beleza” a feminilidade. Porém, os estudos realizados por Lipovetsky (2000, p. 102) desmitificam a articulação produzida por/nessas enunciações uma vez que se trata de construção histórica, uma instituição social produzida não muito além dos tempos modernos, pois, na história da humanidade o homem era a encarnação suprema da beleza, não a mulher.

No R7, “nos seios, o poder da mulher”, o sentido de poder não é especificado e abre-se a polissemia podendo tanto referir-se ao poder de sedução quanto ao poder da mulher de criar e amamentar: ou de ambos.

Neste outro recorte, como podemos constatar, a tensão entre o sentido maternal e erótico é mais marcada, isto é, apresenta-se mais evidente:

R 21 -Tornar-se mãe é uma das maiores emoções na vida de uma mulher, no entanto, a natureza pode cobrar um preço bastante alto para lhe proporcionar essa satisfação: a perda da forma física(..). A barriga flácida, as estrias, a gordura localizada, os seios murchos. (*P.B.* 31, p. 28).

A tensão se instala entre o “tornar-se mãe” – que recupera o sentido romântico da vida que é “uma das maiores emoções na vida de uma mulher”, seguida de uma conjunção conclusiva “no entanto”. As conjunções, além de conectar partes de oração ou unir orações, podem atribuir um sentido à relação que estabelecem, indicando noções como “adição” ou “exclusão”. No caso em questão, ao inserir a conjunção “no entanto” temos uma noção de exclusão em que “a natureza pode cobrar um preço bastante alto”, ou, em outras palavras, a mulher pode ser excluída do “ideal” de beleza, ao adquirir “(..). A barriga flácida, as estrias, a gordura localizada, os seios murchos”. O que é interpelado pelo sujeito que fala, no caso a revista *Plástica e Beleza*, utilizando-se da

“voz”de um especialista (cirurgião plástico), sugerindo que “através da cirurgia plástica, o problema pode ser corrigido e a mulher volta a ter um corpo lindo.” Assim, a revista *Plástica e Beleza* vai adquirindo configurações trabalhadas que correspondem, também, à constituição tensa da identidade e de posicionamento discursivo e organizativamente firme: ao estabelecer um jogo entre questões culturais – a mulher como mãe – e o discurso midiático moderno.

Ainda, nos recortes referentes à tensão entre o sentido maternal e erótico dos seios, temos as seguintes discursividades:

R 22 - A gestação é uma dádiva e é bela, porém, agride a silhueta da mulher. A cirurgia plástica devolve a sedução do corpo bonito (*P.B.* 32, p.63).

R 23 - As próteses passaram a ser socialmente aceitas e difundidas, permitindo a um grande número de mulheres realizar o sonho de ter um corpo sensual e bem delineado – o que, muitas vezes, eram características naturais delas, que foram desfiguradas pela gestação seguida de amamentação (*P.B.* 38, p.44).

R 24 -Muitas mulheres ficam em dúvida se devem amamentar ou não os seus bebês. Elas temem que a produção de leite deforme os seios (*P.B.* 31, p. 31).

Nesta série de recortes o sujeito discursivo preconiza que “a gestação [...] agride a silhueta da mulher”, e que o “corpo sensual e bem delineado” foi “desfigurado(s) pela gestação seguida de amamentação”, também que as mulheres “temem que a produção de leite deforme seus seios”, mas que tudo isso tem uma solução: “a cirurgia plástica devolve a sedução do corpo bonito”.

A utilização do verbo no presente do indicativo, no R 22 “agride”, conforme Fiorin (2002), instaura um *agora*, momento da enunciação, produzido, pelo efeito de sentido, de um *então*. Tendo em vista que o tempo presente indica uma contemporaneidade esse *agora* é reatualizado a cada vez que o enunciador enuncia, estabelecendo, a cada ato de leitura, um tempo novo, de forma que o discurso se atualiza sempre que um novo leitor surge. Ao mesmo tempo, esse *agora* estabelece uma articulação entre a *anterioridade* e a *posterioridade*. Dessa forma, em “agride” o sujeito locutor (eu) toma a palavra e, ao mesmo tempo, o enunciatário *agora* é o enunciador, isto é, passa a ser o *eu* da enunciação, pois a temporalidade do enunciador passa a ser aceita pelo enunciatário; o *agora* - “agride” – é o mesmo para ambos – enunciador e enunciatário. O mesmo efeito se aplica ao recorte: “Elas temem que a produção de leite deforme os seios”, recuperando, aqui, o temor das mulheres da elite da Renascença que

enviavam os seus filhos para as amas de leite amamentarem; temor promovido pelo processo de erotização desta parte do corpo feminino.

Vale ressaltar que a revista *Plástica e Beleza* utiliza, no R 23, no R 24 e no R 25, “voz” de um especialista e que por meio das marcas discursivas, é possível constatar que os enunciadores estabelecem uma relação negativa do sujeito mulher com a gestação e com a amamentação uma vez que essas fases na vida da mulher são acusadas como responsáveis pela destituição do “poder” de sedução. O posicionamento destes enunciadores, atualizado constantemente, na “voz” de especialistas, pelo/no discurso da mídia, acaba por fortalecer e naturalizar esta negatividade ao repetirem que tais fases na vida da mulher “deformam” o corpo feminino, principalmente as mamas, parte do corpo feminino, investida de sexualidade aos ocidentais.

Essas discursivizações ao mesmo tempo em que apregoam o “ideal” de beleza produzindo imagens superlativas do feminino acentuam o terror produzidos pelos arranhões da idade, da gestação, da amamentação. A tensão entre o sentido erótico e maternal dos seios, instala-se nas seguintes enunciações “a gestação é uma dádiva e é bela, porém, agride a silhueta da mulher”, “corpo sensual e bem delineado – o que, muitas vezes, eram características naturais delas desfiguradas pela gestação” e “a produção de leite deforma os seios”.

Em contrapartida, conforme constatamos no R 22 e no R 23 a cirurgia plástica de implante de prótese é apresentada ao leitor, como prática salvacionista capaz devolver a mulher “a sedução do corpo bonito” e a realizar o “sonho de ter um corpo sensual e bem delineado”. Desse modo fica evidente que o fortalecimento do mito da beleza, nesses enunciados, alavancam o comércio da beleza.

Assim, a “imperfectibilidade” dos seios prometida pelas práticas de embelezamento promovidas e produzidas pelo/no discurso da medicina estética é reforçada, nestas discursividades, pelo discurso da mídia e vai ao encontro da FD presente no ideário masculino. No entanto, os dois discursos são conservadores à medida que têm como parâmetro ideológico a estereotipização da mulher a antigos moldes, seja como mulher-fêmea ou como mulher-mãe.

Entendemos assim, que não é sem propósito que essas representações de feminino são reatualizadas pela revista *Plástica e Beleza*. A memória discursiva é “filtrada” na elaboração dessas discursividades veiculando, por meio da objetificação do

feminino, ideologias masculinas que buscam estimular o consumo e manter a hierarquia dos papéis tradicionais a serem desempenhados por homens e mulheres.

Nos recortes de enunciados analisados, a discussão sobre os seios faz pensar sobre a sobreposição do mito da beleza em relação ao mito da maternidade. Se no decorrer da história, em decorrência da função biológica dos seios, essa parte do corpo feminino veiculava a imagem da mulher à maternidade, hoje, essa articulação parece ter sido suplantada pela erotização dos seios: na sociedade vigente, essa parte do corpo feminino adquiriu caráter puramente estético e decorativo na representação feminina, ligada muito mais à sensualidade e ao erotismo, assim como ocorreu na fase histórica da Renascença. Para Lipovetsky (2000, p.122): “a beleza entra na era moderna quando aparece como uma propriedade física pura, aliviada da significação moral, no momento em que a mulher é posta nas nuvens como a encarnação suprema da beleza”.

No entanto, seria redutor pensar o sujeito mulher como um sujeito receptáculo produzido por moldes fabricados em outro lugar. As identidades são construídas e (re)construídas tensivamente nos discursos em processos de (des)identificação constantes e, por esse motivo, conforme Gregolin (2005, p.11), não há um agenciamento coletivo completo das subjetividades pelo poder, pois, se assim houvesse, não haveria a necessidade da repetição.

Dessa ótica, se tais mitos como o da maternidade e o da passividade não têm mais a força que um dia tiveram no processo de identificação feminina, a concepção feminina greco-romana do mito da beleza parece estar mais atual do que nunca, revestida e re-significada pela ideologia do sujeito narcísico que “cuida de si” porque se ama. Entretanto, conforme ensina Foucault (1999, p.49), é preciso ter um pouco de cuidado nessa “cultura de si”.

Wolf (1992) põe em questionamento a suposta liberdade feminina alcançada: uma vez que a mulher acaba sendo aprisionada pelo ideal de beleza imposto. Para Wolf (1992, p. 12) existe “uma subvida secreta” que envenena a liberdade feminina, fazendo a mulher refém de conceitos de beleza, tornando-se um escuro “filão de ódio” a si própria, obsessões com o físico, pânico em envelhecer e pavor de perder o controle. A “ideologia” - presente nas práticas discursivas midiáticas - impele o sujeito mulher à “cuidar de si” de acordo com os interesses da indústria beleza e do comércio, a submissão a essa ideologia faz com que a “maternidade” seja concebida de forma negativa pelo sujeito feminino à medida que abala a sua beleza ao “deformar” o corpo,

os seios. Observa-se então um deslocamento da noção de feminilidade que não se traduz mais pela maternidade, mas, sim, pela “beleza”.

Segundo Wolf (1992, p. 17), o mito da beleza, por ser cultural, fala a “respeito” das instituições masculinas e do poder institucional dos homens” e quer determinar “o comportamento” e “não a aparência” da mulher. Para a autora, representações femininas figuradas do “belo”, censuram “corpos”, ao mesmo tempo em que deslocam (ou deturpam) noções cristalizadas de feminilidade. A comercialização da beleza confere ao sujeito feminino *status* o que permite dizer que esse mito é sócio-econômico-político e ideológico.

Entretanto, embora a visão de Wolf (1992) seja pertinente para se pensar o tema desta investigação, considera-se o seu posicionamento um tanto sexista, à medida que acaba, do mesmo modo, excluindo a alteridade (ao definir a mulher como vítima indefesa do estereótipo: submissa apenas ao olhar masculino), assim como, seus pressupostos descartam os efeitos que a cultura imagética midiática têm produzido nos sujeitos sociais, de um modo geral. A irrupção do “novo” homem, o metrossexual, a objetificação do corpo masculino, nas revistas gays, o fato de 30% das cirurgias plásticas no Brasil serem realizadas em homens são acontecimentos que têm ultrapassado as barreiras de gêneros, configurando-se em questões que devem ser repensadas para além do universo feminino.

3.2.1 Discurso do suplício

Neste recortes, analisamos o discurso do “sofrimento” pós-operatório proferido por mulheres que submeteram ao implante de prótese de silicone nos seios, presentes na revista *Plástica e Beleza*:

R 25 - Não tive tempo de sentir dor no pós-operatório, a felicidade [depois do implante] era maior que o sofrimento. (*P.B.* 62, p.28).

R 26 - Não achei que doeu muito. No dia eu fiquei nervosa, mas depois deu tudo certo. (*P.B.* 62, p.68).

R 27 – No peito senti um pouco de dor no pós-operatório. Também fiquei bastante inchada e roxa e fiquei pensando se o resultado ficaria bom. Com o tempo fui desinchando e ficou ótimo. Todo esforço e a angústia valeram a pena. (*P.B.* 64, p.30).

Os recortes, por si só, já trazem inscritos a marca da personalidade; em forma de “depoimento” dão ao leitor um simulacro da realidade: “não tive tempo de sentir dor”,

“não achei que doeu muito” e “senti um pouco de dor” sendo todas essas “falas” recobertas pela “felicidade maior que o sofrimento”, “tudo deu certo” e “nada insuportável”. O suplício, nestes recortes, é anulado pelo prazer de seios “novos”, conquistado por meio do implante de silicone.

Entretanto, supliciar-se para fazer-se “bela” ou para se enquadrar num determinado padrão de beleza que regula o tamanho dos seios que uma mulher deve ter para ser inserida nesse “rol”, não é “privilegio” apenas da mulher contemporânea; embora, nas últimas décadas, as exigências com a aparência e os tratamentos estéticos tenham se multiplicado, na mesma proporção, com o crescimento da indústria da beleza: cirurgias plásticas estéticas para cada parte do corpo, depilação, tratamentos para celulite, estrias, rugas.

Esse padrão de comportamento feminino é freqüente, pelos menos para as mulheres da elite, desde a Idade Média: pela memória discursiva é possível resgatar o sofrimento causado pelo uso do espartilho as que essas se submetiam. Lipovetsky (2000, p.161) comenta que desde a Renascença já não é condenável “sofrer pra ficar bonita”, cabendo a todas as mulheres trabalhar, sem descanso, para a conservação e o aperfeiçoamento de seus atrativos.

Entretanto, não se trata de entender esses recortes como simples relatos à medida que observamos que o sofrimento pela causa em questão (o aumento dos seios a fim de atender um ideal de beleza) é tornado natural, nessas discursividades, e acabam contribuindo na manutenção de um discurso bastante presente no senso comum veiculado com grande freqüência nas revistas voltadas ao público feminino: “é necessário sofrer para fazer-se bela”, “a beleza tem seu preço”.

Em todos esses recortes, a dor produzida pelo processo cirúrgico de implante de mamas é suplantada pela felicidade de se obter seios maiores. Entretanto, é necessário atentarmos que esses discursos “proferidos” por sujeitos femininos, veiculados pela revista *Plástica e Beleza*, são previamente selecionados, no momento da editoração, e acabam funcionando como uma estratégia discursiva poderosa que visa por meio da “naturalização” da dor enfatizar as vantagens da cirurgia plástica estética e encorajar o seu interlocutor a submeter-se ao implante de próteses nos seios.

3.2.2 Discurso da sensualidade: a (inter)relação entre o tamanho dos seios e a indumentária feminina

Em um certo discurso da sensualidade feminina produzido pela mídia, uma série de requisitos é solicitada na composição (ou construção) da sensualidade feminina: corpo (nesse caso específico seios fartos e firmes), indumentária/decotes e atitude/ousadia são alguns exemplos. Entretanto, quando o corpo e a roupa não correspondem aos imperativos produzidos pelo discurso da sensualidade, esse discurso acaba funcionando como um discurso que exclui e restringe: uma vez que a quebra dessa tríade (ex: ter seios pequenos ou caídos, usar decotes grandes e ter atitudes ousadas) poderá resultar, no imaginário social, construído e cristalizado por meio de discursos produzidos pelo senso comum, numa falta de senso do ridículo; uma vez que, nessa FD, só é “permitido” mostrar e só seduz aquilo que é construído como belo.

Como podemos constatar, nestes recortes, os sujeitos estabelecem uma relação entre a sensualidade e a indumentária feminina, tornando-se possível traçar por meio dos rastros lingüístico/discursivos, as marcas ideológicas que perpassam e (re)produzem o perfil de feminino produzido por/nessas discursividades.

R 28 - O pré-requisito para que o tomara-que-caia vista maravilhosamente bem é ter um colo bonito, certo? Entretanto, se os seios forem muito pequenos a cirurgia pode resolver o problema com a colocação de prótese (*P.B.* 88, p. 48).

R 29 - Roupas como blusinhas e biquínis, que não caiam bem. Sempre faltava algo e isso me incomodava (*P.B.* 92, p. 38).

R 30 - Blusinhas muito decotadas são peças proibidas para Juliana. Cansada de usar sutiã com enchimento para disfarçar, decidiu colocar próteses de silicone (*P.B.* 88, p. 29).

Acrescenta-se o fato de que homens e mulheres não dispõem das mesmas armas para conduzir a empresa da sedução. Para Lipovetsky (2000), no feminino, a sedução se apóia essencialmente na aparência e nas estratégias de valorização estética. No masculino, a paleta dos meios é muito mais ampla: a posição social, o poder, o dinheiro, o prestígio, a notoriedade, o humor podem funcionar como instrumentos que seduzem.[...] Apesar de todas as mudanças observáveis, é na verdade a assimetria dos papéis entre os sexos que continua prevalecer. Conforme se pode constatar nos enunciados analisados, nestes recortes, o “tomara-que-caia” exige um “colo bonito” para que se “vista maravilhosamente bem”, ao passo que, dependendo do corpo que se tenha, “blusinhas muito decotadas são peças proibidas” e, “cansada de usar sutiã com enchimento para disfarçar” os “problemas” do corpo “decidiu colocar próteses de silicone”.

A revista *Plástica e Beleza* promete que a “nova” mulher trafegará no “melhor dos mundos”, mas precisa ser uma verdadeira estrategista em benefício de si própria, e isso, nos recortes analisados, significa um complexo jogo de aparências e de manipulação. Para exercer seu poder e chegar ao objetivo proposto, deve se submeter ao discurso da beleza.

A anuência a um jogo machista, de submissão à vontade do macho não é mais apenas aparente. Tem como objetivo dar a idéia de que a mulher domina, como se esse traço da feminilidade não pudesse ser enfrentado e denunciado sem acabar com o jogo da sedução e, obviamente, com o “equilíbrio de poderes”. Dito de outro modo, o homem precisa pensar que domina, que conduz, mas é verdadeiramente conduzido nesse jogo de sedução. O poder de sedução feminina, por meio da manipulação do corpo, só funciona se não se impuser. Exemplo desse artifício sedutor é Cleópatra: para que lutar contra os romanos – fadar-se ao fracasso – se é possível seduzir o comandante de seus exércitos? Assim, a mulher, por meio desse discurso sensual se impõe. Quem tem, efetivamente, nessa situação, o verdadeiro poder? E será que o bem-estar apregoado por *Plástica e Beleza* é realmente fruto das conquistas femininas, ou o exercício desse sutil poder? Para que buscar igualdade se a revista promete receitas para dominar o dominador?

Ainda, nos recortes a seguir, observamos esse discurso sensual:

R 31 - Tinha vergonha de usar certos tipos de roupa e decotes (*P.B.* 62, p. 26).

R 32 - Na consulta médica, ficou decidido que o melhor para mim seria uma prótese de 260 ml. Posso afirmar que depois da plástica, sou outra pessoa, minha auto-estima melhorou e hoje me sinto mais segura e à vontade com os decotes e blusas (*P.B.* 89, p. 40).

R 33 - Aliás, com meus novos seios, mudei totalmente meu estilo. Minhas roupas agora são mais ousadas, uso tudo, sem medo de ser feliz (*P.B.* 89, p. 40).

R 34 – “Agora tem o que realçar nas blusas decotadas” – que adora usar, diga-se de passagem – após o implante de 175 ml de silicone em cada mama (*P.B.* 36, p. 44).

R 35 – “Este ano [depois do implante de silicone] o biquíni estará recheado”, brinca contentíssima. (*P.B.* 91, p. 52).

R 36 - Hoje, [depois do implante de silicone nos seios] abuso dos decotes que sempre quis usar, me sinto mais segura no dia-a-dia e com certeza também no sambódromo (*P.B.* 91, p. 51).

R 37 - Realmente, as minhas mamas são tão pequenas que, quando coloco uma blusinha, ninguém olha, não chama a atenção (*P.B.* 88, p. 38).

É essa a representação de mulher que esses sujeitos acabam por vender e alardear. Todos os elementos conservadores – bastante comuns em outros textos de revistas

femininas, e com os quais os recortes dialogam interdiscursivamente -, permanecem intactos, ancorando-se no discurso religioso, de auto-aceitação, de conservação e autocontrole, tal como prescrito na carta do apóstolo Paulo aos Romanos (12:1): “Portanto, rogo-vos, irmãos, pela compaixão de Deus, que apresenteis os vossos corpos como sacrifício vivo, santo e agradável a Deus, que é o vosso culto racional” (THOMPSON, 1994), mobilizando aí a abnegação, o auto-sacrifício e a consagração do corpo ao Senhor. À mulher, basta habilidade para seduzir, mostrar-se mais capaz que o homem e manipulá-lo por meio da sensualidade. Nesse sentido, tudo o que é vinculado à busca da beleza, dos “comportamentos aceitáveis”, apregoado nas publicidades e em outras revistas, não é insignificante e nem fútil. Trata-se da construção de um efeito de sentido do poder-fazer sensual. Nesse caminho, porém, é preciso “remodelar” o corpo, tornar-se escrava do próprio corpo.

Para Lipovetsky (2000, p. 68):

O pessoal é político: esse é, sem dúvida, um dos credos mais significativos do feminismo da segunda metade do século XX. Ao longo dos anos 60, instala-se uma nova problemática que já não pensa a sexualidade como o lugar fechado de um domínio privado, mas como uma relação de poder entre os gêneros, um dispositivo de essência política: longe de se reduzir uma função natural, o sexo aparece como efeito e instrumento do poder falocrático, como um ponto de passagem para as relações de dominação exercidas pelos homens sobre as mulheres. As leis, as representações, a moral, a psicologia, os papéis relativos à sexualidade, tudo converge para assegurar a supremacia viril e a subordinação das mulheres.

As novas liberdades de que as mulheres dispõem em seu comércio com os homens reinscrevem de uma outra maneira sua identificação tradicional no pólo da sedução (LIPOVETSKY, 2000, p. 67).

No entanto, como podemos constatar, no R 32, no R 36 e no R 37, na fala dos enunciadores, a sedução atribuída ao feminino, ancorada na estética, principalmente dos seios, considerando-se a fetichização desta parte do corpo feminino, tem produzido na mulher contemporânea sentimentos de vergonha, de baixa auto-estima e de insegurança corporal. O fortalecimento desta ideologia promove processos de exclusão e é rentável a indústria da beleza, à medida que impulsiona a adequação dos sujeitos a determinados padrões estéticos difundidos pelas práticas discursivas midiáticas.

Em contrapartida, as benesses desta adequação possibilitada pela cirurgia plástica estética, de modo específico pelo implante de próteses de silicone dos seios, são relatadas no R 32, no R 33, no R 34, no R 35 e no R 36, e amplamente divulgadas pela

revista *Plástica e Beleza*. Constatamos então, que o discurso da beleza aliado ao discurso da beleza conferem à mulher uma auto-satisfação: “abuso dos decotes que sempre quis usar, me sinto mais segura no dia-a-dia”, “o biquíni estará recheado”, brinca contentíssima”, “com meus novos seios, mudei totalmente meu estilo”, “sem medo de ser feliz”, “sou outra pessoa, minha auto-estima melhorou e hoje me sinto mais segura e à vontade”. Os enunciados expõem o que é “ser mulher”, quais são os macro-valores desejáveis da condição feminina, do meio ao topo da pirâmide social. Apesar dos temas-clichês das narrativas femininas, o perfil idealizado pela revista, por meio de suas leitoras, é o exercício de sua liberdade como mulher.

Para Lipovetsky (2000) a sedução é uma lógica marcada pela divisão social dos sexos, mais ainda que a relação com o sentimento amoroso. Toda a ordem da sedução se construiu em função de um sistema permanente de oposições distintivas entre o masculino e o feminino: mais radicalmente que outros dispositivos, as estruturas elementares da sedução pertencem ao domínio de uma história imóvel.

Mesmo o núcleo do dispositivo de sedução, a saber, a oposição masculina/passividade feminina, sofre um trabalho de erosão. Desde os anos 40, o cinema vem pondo em cena novas atitudes femininas que invertem o esquema tradicional da sedução. Ela, a mulher, toma a iniciativa do encontro consigo por meio dessa “nova” forma de “ser mulher”, na cultura de massa, afirma-se o papel ativo da mulher. O que era estigmatizado como um comportamento “estranho” ganhou uma relativa legitimidade social: não se consideram mais inqualificáveis ou inadmissíveis os “primeiros passos femininos”, na busca da liberdade sobre o seu corpo e sobre si. A dinâmica da questão da igualdade conseguiu embaralhar, ainda que parcialmente, o esquema central do comércio gentil, a saber, a oposição distintiva entre a atividade masculina e a passividade feminina.

Para aguçar a curiosidade, a revista *Plástica e Beleza* não pode apenas reprisar conceitos antigos, mas (re)atualizá-los e ampliá-los em função de novas expectativas sociais. As leitoras/depoentes mostram que fizeram cirurgia plástica ou implante de mama: trata-se de um comportamento indiscutível e impensável décadas atrás; hoje, essas antigas e novas expectativas sociais aparecem contempladas. Tamanho desejo é justificável: de tantas lutas, a cirurgia plástica é hoje um direito legalizado e sacramentado.

3.2.3 Discurso da publicidade

Analizamos, nesses recortes, o modo como o sujeito feminino vem sendo retratado pelo discurso da publicidade, buscando observar as estratégias lingüísticas e discursivas utilizadas por esse tipo de discurso na manipulação da consciência dos sujeitos sociais.

R 38 - Recheie o decote. Se você acha que o seu anda meio 'sem conteúdo', estufe o peito e faça da medicina uma aliada para ficar mais sedutora. (*P.B.* 86, p.80).

R 39 -Seios naturais com silicone. Acabe com suas dúvidas (e com truques!) e aposte no visual turbinado (*P.B.* 87, p. 67).

R 40 - “Cansada de passar *blush* entre os seios para ‘ganhar volume’? Então aposte nas próteses de silicone” (*P.B.* 87, p. 63).

Com verbos no imperativo “recheie”, “estufe”, “faça” e “conheça”, “acabe” e “aposte” é possível considerar uma postura de exigência, de imposição, uma certa relação discursiva com a “nova” ordem discursiva. A exigência, em alguma instância, implica estar em algum tipo de organização estruturada, estar investido de algum poder. Isso é significativo no âmbito dos conflitos identitários e sociais, pois ser o outro do discurso não é “pouca coisa”, não é ocupar uma posição qualquer, confortável. Essa posição atrai não somente a atenção dos leitores, mas, sobretudo, os procedimentos de interdição tanto dos sujeitos quanto dos discursos, isto porque não é um outro apenas “inconveniente”, mas um outro que possa abalar a ordem social, querendo “ditar” o que a mulher deve e não deve fazer com relação ao seu corpo.

Assim, o R 38 interpela o sujeito mulher a recheiar o decote. O vocábulo recheiar é utilizado com grande freqüência no discurso da culinária: o recheio, geralmente, constitui-se na parte mais gostosa de um bolo, de uma torta, de um pão. Diante do exposto, a expressão “recheie o decote” se inserida na FD da culinária, quando referida a mulher, como neste caso, pode ser substituída pela paráfrase “aumente os seios e fique gostosa”. A mulher gostosa, geralmente, é descrita no discurso do senso comum como possuidora de seios e nádegas fartos. Por constituírem-se em partes do corpo investidas de sexualidade, no imaginário social dos brasileiros, a mulher com estas características físicas seria capaz de propiciar um maior prazer sexual aos seus parceiros. A presença da palavra sedutora no fio do discurso do sujeito-locutor possibilita esta leitura.

O R 39 e o R 40 concorrem para o mesmo sentido e a representação de feminino produzida, nessas enunciações, é de um sujeito dissimulado que se utiliza de artifícios

para dar mais volumes aos seios e, conseqüentemente, seduzir o outro: “truques”, “*blush* entre os seios”. Entretanto, o sujeito-locutor apresenta ao seu interlocutor a solução para sair desta condição: o implante de próteses nos seios. Não interessa ao sujeito-locutor se as próteses também se constituem num meio de dissimulação, mas o efeito de naturalidade produzido por esta técnica construído por estas discursividades “seios naturais com silicone”.

Constamos assim, que o preconceito à beleza artificial, é assim, em alguma medida, atualizado no discurso da publicidade, nesses recortes. A prática de dissimular beleza pelo uso recursos artificiais para aumentar os seios já foi condenada, em discursos moralistas presentes, na Idade Média, e em outros períodos da história, porque era associada às cortesãs. Assim como por um certo discurso feminista pelo fato de revelar a submissão do feminino ao masculino. Porém, entendemos que, na atualidade, não é a dissimulação da beleza (o aumento dos seios por recursos antinaturais) que adquire negatividade, mas a classe social a que se associa a mulher que aumentam os seios com técnicas antigas; geralmente, àquela que não tem condições econômicas para realizar o implante. Os “truques” - tais como o uso de espartilhos, sutiãs acolchoados – aos quais o sujeito-locutor adverte ao uso a mulher contemporânea, no R 39, já foram legitimados quando associados a mulheres da elite.

3.2.4 Discurso dos seios enquanto objeto do desejo masculino

A revista *Plástica e Beleza* cria um simulacro de “mulher ideal”, capaz de se impor perante o outro – o homem. Uma das questões relevantes é determinar a posição preponderante que a mulher ocupa, principalmente como protagonista de sua própria história. Porém, o sujeito, para obter valores, tenta “agradar” o outro. A revista *Plástica e Beleza* maneja com bastante cuidado esse poder-fazer feminino. Assim, estes recortes deixam apreender os seios enquanto objeto de desejo masculino:

R 41 - Descobri que ele gostava de seios volumosos. O resultado foi superior ao que esperávamos. Hoje, sou uma outra pessoa e o nosso relacionamento [amoroso/sexual] melhorou muito, vivemos em constante lua-de-mel (*P.B.* 88, p.38.)

R 42 - Por amor, vale a pena fazer tudo. Até plástica! Eu tenho os seios pequenos e meu namorado sempre me incentivou a colocar silicone (*P.B.* 88, p.38).

R 43 -Depois da plástica, também passei a atrair mais os olhares masculinos. Tudo isso mexe com a sensualidade da mulher e o relacionamento [amoroso/sexual] com meu marido deu uma incrementada” (*P.B.* 83, p. 40).

No R 41, a partir de “ele gostava”, constata-se pelos rastros discursivos que interessa o gosto dele, não o dela, bem como, no R 42, “meu namorado sempre me incentivou” e no R 43, “passei a atrair mais os olhares masculinos”, possibilitando a leitura de que o outro é sempre o motivo maior para a realização da cirurgia plástica, ao mesmo tempo em que se evidencia, nesses recortes, a submissão da mulher aos desejos masculinos”, provocando assim um efeito de sentido de que a “campanha” não é apenas para elas, não pertence apenas a elas, mas é para eles. O pronome pessoal “ele” presente no R 41 sempre pressupõe o outro, sendo os pronomes pessoais indicativos das pessoas do discurso eles fazem referência à pessoa de quem se fala. Assim, “ele” é o outro, o predicativo do sujeito, o que inteira ou completa a significação expressa pelo verbo. Ao passo que “meu” presente no R 42 é um pronome possessivo de primeira pessoa que produz aí outros sentidos, tais como: “pertencente a mim”, isto é, à pessoa que fala. Depreende-se daí que expressões diferentes no sistema da língua podem, no interior de uma formação discursiva dada, terem o mesmo efeito de sentido, ou outros dependendo dos processos discursivos que constituem os interlectores enquanto sujeitos.

No R 43, em que se lê “Tudo isso mexe com a sensualidade da mulher”, o **tudo** – pronome indefinido invariável – pressupõe todas as coisas, o essencial, o fundamento, ao mesmo tempo em que se referem uma totalidade afirmativa. A mesma leitura decorre do R 42, “Por amor, vale a pena fazer tudo. Até plástica!” acrescido do advérbio máximo “até” que indica um limite de tempo, no espaço ou nas ações. Assim, é ao universo discursivo dos interlocutores que as palavras encontram eco e produzem sentidos. O que está sendo trazido para o acontecimento discursivo, para ser reavaliado, são avaliações ideológicas situadas nesse eixo vertical da memória do discurso, ou no seu processo discursivo. As expressões analisadas “tudo”, “até”, “ele”, “meu” não constitui um signo lingüístico como um elemento de dicionário, mas um verdadeiro signo sujeito a avaliações ideológicas. Observa-se, portanto, por meio destes rastros lingüísticos que essa satisfação da mulher nessas FDs encontra-se condicionada à obtenção de um ideal estético, subjugada ao olhar do(s) outro(s).

O que fica evidenciado, também, é o discurso da autonomia feminina, que pode ser explicado pelas observações de Lipovetsky (2000), ao sugerir que as visões tradicionais da mulher como ser de excesso e de desmedida, assim como as ideologias modernas, que se recusam a considerar a mulher como um indivíduo autônomo vivendo para e por si, mesmo, contribuíram para conjugar estreitamente identidade feminina e

vocação para o amor. Quanto menos há teatralidade indumentária, mais há práticas corporais com pretensão estética; quanto mais se afirmam os ideais de personalidade e de autenticidade, mais a cultura torna-se técnica e voluntarista; quanto mais se impõe o ideal de autonomia individual, mais aumenta a exigência de conformidade aos modelos sociais do corpo.

Observa-se, nos recortes realizados, principalmente, uma atenção voltada para o outro – o homem –, objeto de desejo. Segundo Lipovetsky (2000, p. 23): “nas sociedades modernas, o amor se impõe como um pólo constitutivo da identidade feminina”. A necessidade de amar, a ternura, a sensibilidade, aparecem cada vez mais como atributos mais especificamente femininos, conforme podemos constatar, nestes discursos: “Descobri que ele gostava de seios volumosos [...] vivemos em constante lua-de-mel”, “Eu tenho os seios pequenos e meu namorado sempre me incentivou a colocar silicone”, “passei a atrair mais os olhares masculinos”.

É notável a “naturalização” das diferenças entre homem e mulher, mostradas na forma de um sistema de compensação, nestas discursivizações. A idéia de igualdade entre os sexos, de direitos e deveres, tão cara a um certo discurso feminista, passa longe do discurso destes enunciadores. Por um lado temos o homem, que, por razões histórico-sociais, já detém em si um certo poder econômico e social. Temos, assim, um sutil equilíbrio de poderes. De um lado, o poder de fêmea, natural ou constituído pela indústria da beleza, que desperta o desejo de posse do homem. Do outro lado, o poder do macho, de base social e financeira, que o faz também objeto de desejo da mulher. Se o relacionamento é o objetivo de ambos, cada um busca valores distintos.

As enunciatórias utilizam um eufemismo para apresentar esse grande valor almejado: “imposição de si”. O discurso da igualdade não tem sentido nessa concepção de relacionamento. O que os discursos deixam implícitos nos recortes é que a igualdade não tem sentido nessa concepção de relacionamento e que o “bom relacionamento” é uma forma de “equilíbrio de forças”. A relação é apresentada como um jogo delicado entre sujeitos que têm, no fundo, desejos distintos, já que os valores mais superficiais são díspares.

Também, o emprego de verbos na primeira pessoa, tais como: “descobri”, “esperávamos”, “sou uma outra pessoa”, “vivemos”, “eu tenho”, “passei”, bem como dos pronomes em primeira pessoa como: “meu namorado”, “nosso relacionamento”, e “meu marido” induzem a um complexo efeito de sentido, tendo em vista que, tanto os verbos quanto os pronomes em primeira pessoa inserem o sujeito como responsável por

essa enunciação, como sujeito determinado ou como um sujeito do querer e do poder-fazer, culminando com o aparente encontro entre a idealização com o que pode ser descrito como uma realidade de aparências. Essas variantes dos pronomes pessoais, empregadas quando se expressa uma relação de apropriação entre uma pessoa e uma “coisa”, induz-nos a um outro efeito de sentido: o possessivo acompanha nome concreto comprável, significando posse. No caso em questão, a “mulher moderna” propagada pela revista *Plástica e Beleza* pode dar-se a esse luxo, pois é dona de si e tem poder para isso.

Conforme Lipovetsky (2000, p.195), o amar a si mesmo, agradar-se e agradar aos outros, melhorar-se fisicamente tornaram-se atitudes e aspirações legítimas. Em nossas sociedades, as normas do corpo exacerbam as paixões narcísicas de auto-vigilância, de auto-conservação e de otimização da aparência, todos os nossos valores tecnoprometéicos, individualistas e consumistas levam a querer o que há de melhor para si, a menos que se aceite o recebido, a recusar a fatalidade dos desfavores físicos e os estigmas da idade. A partir disso, o investimento feminino na aparência deve ser pensado menos como uma sobrevivência do que como resultado das normas contemporâneas do corpo e do ego, do maior bem-estar e da soberania de si.

3. 3 DISCURSIVIDADES SOBRE A ESTÉTICA DOS SEIOS FEMININOS: O (DES)CONTROLE DE SI

Nas análises desses recortes buscamos enfatizar os processos de estimulação e de controle aos quais os sujeitos femininos são submetidos, pelas discursividades que envolvem os discursos e recursos biotecnológicos (nesse caso específico à prótese mamária). Buscamos mostrar, neste tópico, o paradoxo construído por essas discursivizações que ostensivamente estimulam o sujeito feminino a buscar a própria “identidade”, ao mesmo tempo em que normatizam padrões estéticos e de comportamento, potencializando na mulher a “idéia” de livre disposição do próprio corpo.

3.3.1 Discurso da autonomia: o controle de si

Nesses recortes, discute-se um certo efeito de autonomia produzido nos sujeitos por meio dos discursos e recursos biotecnológicos.

Para Benveniste (1996), as três pessoas do discurso não têm o mesmo estatuto. Nas diferentes línguas, sempre é a terceira pessoa que é empregada quando não se designa a pessoa, ao passo que, em relação à primeira e à segunda pessoa, há traços comuns entre elas. O *eu* e o *tu* são cada vez únicos, enquanto o *ela* pode ser uma infinidade de sujeitos ou nenhum; também, o *eu* e o *tu* são sempre reversíveis na situação da comunicação, mas não é possível a reversibilidade com o *ela*. A terceira pessoa é a única com que qualquer coisa é predicada verbalmente.

Nos enunciados seguintes podemos visualizar os efeitos de sentido produzidos pelo emprego do pronome em terceira pessoa:

R 44 - Há um ano e meio, [ela] colocou 230 ml de SILICONE NOS SEIOS²² para dar mais contorno ao colo. Hoje, confessa que deveria ter colocado mais, mas adiou a vontade e [ela] pretende trocar as próteses somente depois de ter filhos. (Grifos da revista) (*P.B.* 89, p.28).

R 45 - Para valorizar o visual, [ela] decidiu colocar prótese de silicone de 400 ml em cada seio (*P.B.* 91, p.50).

R 46 - Na primeira, ela colou 215 ml. Depois, [ela] quis diminuir. Na terceira, ela aumentou a prótese para 250 ml (*P.B.* 83, p.71).

R 47 - [Ela] Trocou um par de 300 ml por um de 180 (*P.B.* 64, p. 64).

R 48 - Ela implantou 280 ml de silicone em cada seio e conquistou o visual que desejava (*P.B.* 89, p. 36)

Tendo em vista que o emprego do pronome em terceira pessoa não implica nenhuma pessoa, ele pode representar qualquer sujeito ou nenhum e esse sujeito, expresso ou não, não é jamais instaurado como sujeito do discurso. Tendo em vista que é a situação discursiva que especifica o que é sujeito e o que não é sujeito e que a terceira pessoa é explicitada no contexto e não na situação discursiva, pode-se afirmar que o pronome *ela* – terceira pessoa – é o não-sujeito do discurso, produzindo aí efeitos de sentido que podem ser todos ou nenhum, indeterminando ou coletivizando o sentido. No caso em questão, o pronome *ela* possui um referente antecedente – a mulher.

A terceira pessoa dos pronomes pessoais do caso reto desempenha, na tradição gramatical, a função de sujeito ou predicativo do sujeito, ao passo que, na análise

²² Grifos da revista.

discursiva, é o não-sujeito do discurso ou o substituto pronominal de um grupo nominal, de que tira a referência, aquele de quem *eu* e *tu* falam.

No R 44, “[**ela**] (destaque e inserção nossos) pretende trocar as próteses somente depois de ter filhos.”, verificamos que a revista *Plástica e Beleza* outorga à mulher um discurso de autonomia, produzindo o efeito de sentido de que a mulher contemporânea pode optar pela troca da prótese, pois é “dona” de seu corpo.

No R 45, “[**ela**] decidiu colocar prótese de silicone”, mais uma vez temos o discurso da autonomia feminina, em que quem decide é *ela* – a mulher. “Decidir” detém um sentido de autonomia e poder sobre si; só quem pode decidir é quem entra na “ordem do discurso” social. Para Lipovetsky (2000), o advento da mulher-sujeito não significa aniquilação dos mecanismos de diferencial social dos sexos. O desejo feminino da mulher contemporânea em aumentar as dimensões mamárias por meio do implante de próteses, presentes nestes recortes, pode ser entendido como um dos efeitos desse mecanismo de diferenciação. À medida que se ampliam às exigências de liberdade e de igualdade, a divisão social dos sexos se vê recomposta, reatualizada sob novos traços. Por toda parte, as disjunções de gênero tornam-se menos visíveis, menos exclusivas, mais maleáveis, mas quase em toda parte alguma delas periclitam. Ainda há pouco, o mais estimulante era pensar que mudava radicalmente a condição feminina; em nossos dias, de alguma maneira, a situação se inverteu.

É a continuidade relativa dos papéis de sexo que aparece como o fenômeno mais enigmático, mais rico de conseqüências teóricas, capaz de nos fazer compreender a nova economia da identidade feminina nas sociedades da igualdade, o que pode ser também identificado no R 46: “Na primeira, **ela** colou 215 ml. Depois, [**ela**] quis diminuir. Na terceira, **ela** aumentou a prótese para 250 ml” o que pode ser referendado por Lipovetsky (2000) quando ensina que o que se mantém do passado não é inexpressivo, mas trazido pela dinâmica do sentido, das identidades sexuais e da autonomia subjetiva. Se as mulheres continuam mantendo relações privilegiadas com a ordem doméstica, sentimental ou estética, não é por simples questão social, mas porque essas se ordenam de tal sorte que já não entravam no princípio de livre posse de si e funcionam como vetores de identidade, de sentido e de poderes privados: é a partir do próprio interior da cultura individualista-democrática que se recompõem os percursos diferenciais de homens e mulheres. O referente *mulher* é, em alguma medida, retomado constantemente por meio de estratégias discursivas, como o emprego do pronome em terceira pessoa, feminino.

O uso do demonstrativo, aqui, não aponta apenas para objetos presentes na situação comunicativa, mas também tem a função de indicar o domínio do “não-dito” constitutivo do interdiscurso. Sendo os demonstrativos os signos mais dêiticos que existem, eles têm a função de apontar o referente, de modo que garanta aquilo que se convencionou chamar de função designativa da linguagem. Além disso, esses demonstrativos geralmente veiculam já ditos anteriormente avaliados, num determinado espaço enunciativo, ou no espaço vertical da memória do discurso, espaço constitutivo da referência do discurso.

Em relação ao uso do pronome pessoal *eu*, primeira pessoa do discurso, produz-se uma subjetividade, que se constitui a partir da segunda, pessoa não-subjetiva. Ao se afirmar *eu*, evidencia-se uma segunda pessoa, o *tu*, aquele com quem se fala, a personalidade, sujeitos do discurso; sendo também um pronome do caso reto, desempenha a função de sujeito ou predicativo do sujeito. *Eu* é quem fala, quem diz *eu*, quem se afirma como sujeito do discurso, quem se inscreve no discurso. Assim, ao dizer *eu*, o *tu* se constrói explicitamente. Tendo em vista que o *eu* e o *tu* são reversíveis: quando *eu* falo (interlocutor) o outro é o interlocutário, o *tu*. No caso em questão, o *eu* da revista *Plástica e Beleza* é o que fala, é o que se responsabiliza pelo que diz, é o responsável pelos enunciados a seguir:

R 49 – “Adorei o resultado! Implantei 170 ml de silicone e ficou exatamente como eu queria”, empolga-se. (*P.B.* 32, p.37)

R 50 - Eu vou colocar o tamanho que sempre sonhei! (*P.B.* 32, p.57)

R 51 - [Eu] Troquei as próteses de silicone de 220 ml colocadas há oito anos por maiores de 325 ml (*P.B.* 88, p. 67).

R 52 - Dessa vez foi diferente, e o volume aumentou como eu queria (*P.B.* 38, p.64).

R 53 - [Eu] Coloquei 235 ml em um seio e 285 ml no outro (*P.B.* 86, p.82).

Nos recortes efetuados, constatamos a presença demasiada do pronome pessoal “eu” em “adorei”, “implantei”, “eu queria”, “eu vou colocar”, “sempre sonhei”, “troquei”, “como eu queria” e “coloquei”. Indicando diretamente as pessoas do discurso, o pronome pessoal “eu” de primeira pessoa é o que fala, é o que pode falar.

Uma das questões relevantes nesses recortes é determinar a posição preponderante que a mulher ocupa, principalmente na sua posição de sujeito actante, sujeito destinador (aquela que faz, executa as ações que ela pretende) por meio do

emprego do pronome em primeira pessoa: “eu queria”, “eu vou colocar”, “eu troquei”, “eu coloquei”. O sujeito não se coloca como sujeito que se deixa seduzir, mas como o sujeito que conduz sua história, sua vida. Entretanto, a autonomia é um dos efeitos produzidos nos sujeitos pelos discursos que envolvem as biotecnologias.

Podemos constatar, ainda, nos recortes, a reatualização desse discurso: quanto mais se reforçam os imperativos do corpo firme [de modo singular, nesta investigação, dos seios], juventude, magreza, mais se afirma a exigência de domínio soberano sobre suas próprias formas; quanto mais se impõe o poder diretor das normas estéticas, mais as mulheres se empenham em responsabilizarem-se por si mesmas, em vigiarem-se, em tornarem-se protagonistas de si próprias; quanto mais se intensificam as prescrições sociais de beleza, mais o corpo depende de uma lógica de *self management* e de responsabilidade individual (LIPOVETSKY, 2000).

O discurso da autonomia faz-se presente ainda no R 36 e no R 37. Para Lipovetsky (2000), o que se manifesta, por meio das práticas femininas da beleza, ilustra, no fundo, o triunfo da razão prometéica, o impulso da cultura da eficácia e do controle técnico, característico dos tempos modernos. Desde o início dos tempos modernos, as sociedades ocidentais lançaram-se à empresa ilimitada da dominação e da tecnização do real. Daí em diante, essa lógica atingiu a relação com a aparência. De que se trata, nas novas práticas de beleza, dentre elas o implante cosmético de próteses de silicone, senão de tornar-se “dono e possuidor” do corpo, de corrigir a obra da natureza, de vencer as devastações, ocasionadas pela marcha do tempo e de substituir um corpo recebido por um corpo construído?

Entendemos assim pelo viés lipovetskyano que manter os seios firmes e torneados, sob a razão estética, é ainda a razão demiúrgica moderna que avança, a recusa do destino, o processo de racionalização e de otimização sem fim de nossos meios. Segundo Lipovetsky (2000), ao contrário de um dispositivo arcaico, o culto contemporâneo da beleza deve ser compreendido sob o signo moderno da não aceitação da fatalidade, da ascensão ao poder dos valores conquistadores de apropriação do mundo e de si. Daí o emprego do pronome pessoal *eu* como apropriação desse novo modo de ser do sujeito.

Assim, o que vemos em nossos dias constitui a extensão dessa lógica artificialista-meritocrática ao corpo feminino, em que os seios ocupam um papel de destaque. De acordo com tais valores, os seios tornam-se um objeto que se merece por um trabalho constante de investimento de si sobre si, mas já não é essa a lógica que nos

rege no momento em que a informação e a diversificação da oferta implicam quase inevitavelmente a escolha, a decisão, a participação dos indivíduos.

3.3.2 Discurso da estética dos seios: beleza enquanto simetria entre as formas

Constatamos, nesses recortes, que os sujeitos-enunciadores instituem medidas para o embelezamento do corpo, uniformizando as formas de representação, traçando um perfil do “ideal” de “corpo perfeito”:

R 54 - 90 cm de peito, 60 cm de cintura, 90 cm de quadril – medidas que mantém até hoje (*P.B.* 77, p.32).

R 55 - Busto: 90 cm; (...) Cintura: 60 cm; (...) Quadril: 90 cm (...)(*P.B.* 36, p.20.)

A padronização pelo outro exerce uma força conflitiva de diversas identidades já estabilizadas e, ao mesmo tempo, provoca uma força para unificar, não como um monólito ou um bloco de identidades que constituem o universo feminino, mas, como uma identidade “que se modifica de acordo com o modo como o sujeito é tratado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganha ou perdida (HALL, 2003, p.18)”, uma vez que ela é politizada.

Esses discursos indicam uma posição-sujeito e uma filiação ideológica de quem denomina, marcando o seu lugar e o lugar institucionalizado, pois, filiado em rede de memória de interesse de classe, possuem uma identidade própria na própria ordem política dos Aparelhos Ideológicos. Isso é significativo, uma vez que a padronização e uniformização vindas desses discursos midiáticos não apenas legitimam e “atestam” a identidade da mulher, mas contribuem para abrir e reafirmar um espaço material e uma posição sujeito onde a mulher possa enunciar com certos sentidos.

A padronização e a proporcionalidade entre as medidas do busto e do quadril expressas em números: “90 cm de peito, 60 cm de cintura, 90 cm de quadril”, também se constituem em relação tensa, tendo em vista que essas unidades discursivas já expressem (ou apontem) para um sentido de estabilidade. A padronização produzida pela mensuração além de definir o tipo de corpo “ideal” a ser conquistado pelas mulheres pode produzir pelo efeito numerativo uma marca de particularidade discursiva, a de números/posição. Essa condição a individualiza, a caracteriza, a especifica e a identifica em relação às outras mulheres, atribuindo-lhe uma identidade e

uma existência própria: a da mulher desejável. Observamos também, nesta mensuração, que há a predominância do gosto masculino sobre as formas femininas: seios e nádegas enfatizados e cintura fina.

A proporção estabelecida entre seios e nádegas nesses recortes tem raízes no discurso da estética matemática. A proporcionalidade entre as medidas é um dos critérios estabelecidos pelo discurso da estética no julgamento do “belo”. Constatamos assim, que a mulher é inserida por esse discurso na mesma categoria que uma obra de arte, pois o critério de equilíbrio entre as medidas é o mesmo estabelecido na avaliação de um quadro, de uma poesia, de uma escultura. A “imperfeição” própria do humano é, então, descartada no julgamento da estética da fisiologia.

Na visão de Del Priore (2000) o discurso da estética ao ser concebido como um discurso científico (de autoridade) produz um efeito delimitador de classe. Segundo a autora:

As revistas femininas e a mídia em geral, ao referirem-se às benesses da plástica, o fazem sempre tendo como interlocutora as mulheres que pertencem às camadas altas da população. É como se, na outra ponta, feiúra e pobreza se misturassem num rótulo único. O efeito não pode ser mais perverso. Além de todas as clivagens econômicas e sociais que existem no Brasil, haveria essa outra: a da estética. (DEL PRIORE, 2000, p. 87).

Confrontando o discurso da autonomia, analisado anteriormente, com o discurso da estética, podemos constatar que um paradoxo se constrói: o desenvolvimento do individualismo feminino e a intensificação das pressões sociais das normas do corpo andam juntos. De um lado, o corpo feminino se emancipou amplamente de suas antigas servidões, procriadoras ou indumentárias; do outro, ei-lo submetido a coerções estéticas mais regulares, mais imperativas, mais geradoras de ansiedade do que antigamente, como pudemos constatar, nestes recortes.

3.3.3 Discurso da indústria

Nesses recortes, analisamos as FDs nas quais os sujeitos, inserem-se para produzir seus enunciados e os efeitos de sentido produzidos sobre o feminino nessas discursividades.

R 56 - Estava montado o corpo perfeito de miss – 90 cm de peito, 60 cm de cintura, 90 cm (*P.B.* 77, p.32).

R 57 - Fases da montagem do avião. Nariz: arrebitado da ponta nasal e ligeira curva no dorso. [...] Mamas: aumento e levantamento com prótese de 300 ml. Abdome e cintura: hidrolipo e microlipoescultura em duas etapas com retirada total de 1.100 ml de gordura. Nádegas: Aumento com aplicação de 200 ml de Bioplastic ou PMMA.[...].Resultado: Excelente (*P.B.* 77, p.70).

As expressões “estava montado” “turbinado” e todo o R 57 produzem um efeito de sentido de “fabricação” em série, recuperando um sentido fordista, mecanizado, produzido.

No R 57 o sujeito-locutor ao mesmo tempo em que enuncia as “fases de montagem do avião” produz no sujeito mulher a “idéia” de que também ela tem a autonomia para “montar” o próprio corpo e tornar-se um “avião”: uma mulher bonita. Esse enunciado acaba tomando forma de um receituário ao prescrever cada passo realizado na construção de um corpo feminino considerado pelo sujeito-locutor como ideal, “excelente”. Há quase uma retaliação do corpo feminino, neste recorte, e o detalhamento das intervenções cirúrgicas realizadas instituem os atributos físicos que uma mulher precisa ter para ser considerada bela: nariz arrebitado, mamas fartas, firmes e em pé, cintura fina e abdome reto; nádegas em evidência.

O R 56 produz efeitos de sentidos muitos próximos aos produzidos pelo R 57: apresenta estrutura de composição semelhante e é atravessado pela mesma FD industrial. Entretanto, constatamos que o sujeito-locutor recorre a um outro discurso de autoridade para validar a sua “fala” e comprovar que as medidas ali descritas são constitutivas de um corpo “perfeito”, já que se trata de medidas de uma miss, remetendo assim a concursos de beleza realizados.

O discurso de gênero é posto em evidência, nesses recortes, apresentando lugares comuns sempre relacionados a atributos de beleza, com os argumentos de “avião” “miss”, que repetem e reforçam o senso comum dos discursos conservadores e que ainda parece dar resultados no processo de interpelação do feminino.

Entendemos assim que essas discursividades relacionadas aos seios e ao corpo feminino de um modo geral, constroem (e controlam) sentidos de um corpo feminino que deve ser “perfeito” e que não pode “deformar-se”. Por meio da discursivização ocorre então a manipulação e a comercialização do ideal do corpo no século XXI: o corpo reconstruído pela ginástica, cirurgias estéticas e outros artifícios. Assim, na pós-modernidade, em tempos de “biotecnologias” capazes de promover a (trans)formação

do corpo (e até mesmo da mente!), os seios *in natura*, que podem não atender a forma e ao tamanho estético “ideal”, passam a ser abjetos a mulher contemporânea, pois, não entram na “ordem do discurso” institucionalizado do mito da beleza. A concepção de beleza é então cada vez mais impregnada pelo econômico: uma vez que a mídia visibiliza o seio (re)construído pela cirurgia estética como ideal.

3.3.4 Discurso econômico: investimentos em si: os seios enquanto mercadoria

Atentando-se às marcas discursivas presentes nestas enunciações discutimos a relação custo benefício que esses sujeitos estabelecem com o implante de prótese de silicone dos seios, nessas discursividades, veiculadas pela revista *Plástica e Beleza*.

R 58 - A bailarina não vê a hora de turbinar o visual para brilhar entre as malandrinhas (P.B. 90, p.38)

R 59 - Depois dessa primeira plástica[implante de próteses nas mamas] de sucesso, Vanessa, que já era bailarina, foi convidada para participar do programa O Melhor do Brasil, na Rede Record, e logo também foi chamada para ser Malandrinha. (P.B. 90, p.38)

R 60 - Foi então que [depois do implante de silicone nos seios] consegui um bom trabalho e com o dinheiro do cachê paguei a minha prótese. Hoje, aos 30 anos, posso dizer que trabalho muito mais do que quando era mais nova! Me sinto mais segura e meus relacionamentos melhoraram, pois agora não tenho mais vergonha do meu corpo. Antes da plástica, me sentia velha e feia. Agora, me acho perfeita” (P.B. 83, p. 40).

Como podemos constatar, nesses recortes, os sujeitos-locutores são atravessados pelo discurso econômico e estabelecem com os seios uma relação comercial, à medida que o tratam como um capital que necessita de investimentos para que seja revertido em lucro: “turbinar” para “brilhar”; “depois dessa primeira plástica” foi “convidada para participar do programa o melhor do Brasil, na Rede Record, e logo também foi chamada para ser Malandrinha”; “trabalho muito mais do que era mais nova”. A concepção de corpo como capital, objeto de consumo, teorizada por Baudrillard (1970, p. 200), encaixa-se perfeitamente na relação que esses sujeitos estabelecem com o corpo, mais especificamente com os seios, nessas discursividades.

No R 58, quem diz que o sujeito mulher vai “turbinar” para “brilhar entre as malandrinhas²³” é o sujeito institucional revista e o implante de silicone nas mamas é a condição imposta a esse sujeito feminino para inserir-se neste grupo. Constatamos

²³ Assistentes de palco de um programa de auditório televisivo, nacional.

assim por meio dos rastros discursivos que no imaginário tanto do sujeito-mulher “ela não vê a hora de turbinar” quanto no imaginário do sujeito-locutor os seios fartos imprimirão, nesse sujeito feminino, uma “nova” identidade: a identidade da mulher “malandra”, ou seja, aquela que astutamente utiliza-se de alguns artifícios para seduzir o outro.

Essa “nova” identidade produzida a partir do tamanho dos seios, em alguma medida, reapropria-se de alguns sentidos já cristalizados no imaginário social pelo discurso da publicidade: desde o século XX as imagens de *pin up* identificam a mulher de seios fartos como sensuais, ligeiramente perigosas, mal comportadas (YALOM, 1997, p. 166-167). Entretanto, o vocábulo no diminutivo atenua esse efeito e o reveste de uma positividade – a sedução como um tipo de malandragem positiva autorizada ao sujeito feminino - haja vista que esse sujeito depois da “siliconização” dos seios passará a ter visibilidade na mídia nacional consistindo no imaginário dos sujeitos como sinônimo de sucesso. Na visão de Lipovetsky (2000, p. 172) esse seria o arquétipo da pós-mulher fatal, que reconcilia a aparência erótica e generosidade de sentimentos, *sex-appeal* e alma pura.

No R 59, o sujeito-locutor ratifica que as promessas produzidas no R 58, tornaram-se realidade: “depois dessa primeira plástica [implante de próteses nas mamas]” esse sujeito feminino foi “convidada para participar do programa O Melhor do Brasil, na Rede Record, e logo também foi chamada para ser Malandrinha”. Esse tipo de estratégia discursiva é bastante freqüente nos suportes midiáticos e visa validar o seu discurso sobre as vantagens do produto que enunciam, neste caso, da cirurgia plástica do implante de silicone nas mamas, ao confrontar o “antes” e o “depois”.

No R 60, no intradiscorso desse sujeito- leitor/depoente os seios emergem como um produto com prazo de validade para o consumo: “30 anos”, “me sentia velha” (antes da plástica). Entretanto, desde a Renascença, como é possível recuperar pela memória discursiva, a altura dos seios vem determinando o valor comercial das mulheres. Porém, como podemos observar no fio do discursivo desse sujeito, por intermédio do implante de próteses nas mamas (de investimentos em si), tornou-se possível à restituição do prazo de validade deste produto (mulher) ao devolver-lhe o que em seu imaginário constitui-se em “perfeição”.

O posicionamento desse sujeito-mulher, no R 60, parece naturalizar-se em Formações Discursivas, com bases patriarcais, alavancadas pela indústria da beleza, que repetem com exaustão que a mulher tem a “obrigação” de “ser” (ou pelo menos parecer)

“bela/perfeita”. E como “beleza/perfeição” e “juventude”, fundem-se, numa só ideologia, tais discursos acabam funcionando como um “sistema de exclusão” à medida que delimita um “lugar” social de um sujeito feminino não desejável e nem desejante, pois, o padrão de corpo institucionalizado, que ganha visibilidade na mídia, é antagônico à velhice. Desse modo, o enorme arsenal de rejuvenescimento [dentre eles as próteses de silicones nos seios] produzido pela indústria da beleza, apresenta-se ao sujeito contemporâneo como um meio de escapar do processo de exclusão produzido por/nessas discursividades.

Assim, podemos constatar tanto no R 58, no R 59 e no R 60 a indústria da beleza, por intermédio dos discursos veiculados pela mídia oferecem a “beleza” não apenas como um produto a ser comercializado, mas como um passaporte para o “sucesso” feminino: “turbinar” para “brilhar”; “depois dessa primeira plástica” foi “convidada para participar do programa o melhor do Brasil, na Rede Record, e logo também foi chamada para ser Malandrinha”; “trabalho muito mais do que quando era mais nova”. Como podemos constatar, nessas discursividades, o embelezar-se para fazer um “bom” casamento não constitui mais o arcabouço das ambições femininas. Conforme Lipovetsky (2000, p.151), “de agora em diante as mulheres querem ser belas e bem sucedidas profissionalmente.” Na visão deste teórico (LIPOVETSKY, 2000, p.177), nunca a beleza feminina esteve tão ligada ao sucesso social, à riqueza, à realização individual, à “verdadeira vida”.

Entendemos assim, que essa “nova” identidade é também uma forma “nova” de se enunciar, de se constituir discursivamente, de ocupar certos espaços sociais e de se ressignificar, entre outras condições. Conforme Lipovetsky (2000) os hinos ao belo corpo não podem ser assimilados simplesmente a um instrumento de alienação do feminino; concretizando um reconhecimento e uma valorização inéditos das prerrogativas femininas, permitiram ao mesmo tempo impulsionar a promoção social e simbólica das mulheres, ainda que excepcional. As mulheres ganham o direito às homenagens e à notoriedade social. A bela já não é armadilha de Satã, mas “perfeita amiga”, maravilhosa encarnação da “agradável espécie”. Dessa forma, a irrupção histórica dos belos seios deve ser interpretada menos como uma figura do banimento do feminino do que como um dos primeiros passos da dinâmica moderna, que gerou o reconhecimento da dignidade humana e social da mulher.

Pelo viés lipovetiskyano, embora as mulheres rejeitem em massa sua destinação ao papel decorativo, não há muita dúvida de que o fenômeno deva ser relacionado às

políticas industrial e mercantil de investimento no corpo como um novo mercado, com incontáveis ramificações. Mas nada seria mais redutor do que restringi-lo a essa dimensão econômica da oferta e do “consumo dirigido”. Compreenderam-no bem as feministas, que se esforçaram por descobrir, para além das ofensivas do *marketing* do corpo, o sentido social do fenômeno, sua ligação com a diferenciação dos gêneros (LIPOVETSKY, 2000). Nessa perspectiva, a febre da beleza significaria tanto um poder e uma extensão inéditos da oferta econômica quanto uma realidade social e cultural dirigida contra a marcha das mulheres rumo à igualdade, uma peça constitutiva do contragolpe de que as mulheres são vítimas e cujas manifestações se multiplicam desde o fim dos anos 70. “Desforra estética”: no momento em que as antigas ideologias domésticas, religiosas perdem sua capacidade de controlar socialmente as mulheres, as injunções de beleza constituíram o último meio de recompor a hierarquização tradicional dos sexos, de “recolocar as mulheres em seu lugar”, de reinstalá-las em uma condição de seres que existem mais por seu parecer que por seu “fazer” social.

Para Lipovetsky (2000), alquebrando psicológica e fisicamente as mulheres, fazendo-as perderem a confiança em si próprias, absorvendo-as em preocupações estético-narcísicas, o culto da beleza funcionaria como uma polícia do feminino, uma arma destinada a deter sua progressão social. Sucedendo a prisão doméstica, a prisão estética permitiria reproduzir a subordinação tradicional das mulheres.

3.3.5 Discurso da democratização da beleza

Como podemos constatar, nesses recortes, a ideologia que popularizou os espartilhos, no século passado, no momento em que se passou a produzi-los em massa parece ser a mesma que norteia a padronização estética dos seios femininos por meio da cirurgia plástica:

R 61 - A prótese custou 1,3 mil reais e eu paguei em dez vezes. A operação saiu por 4,7 mil reais e eu paguei em cinco vezes. Nossa, isso me encorajou muito e eu não tive dúvida para fazer (*P. B.* 62, p. 66).

R 62 - O financiamento é muito bom, ele ajuda a todas as pessoas que querem fazer plástica, mas não tem condições de pagar tudo de uma vez (*P.B.* 62, p.69)

No R 61, a fim de atingir um público maior a revista, se utiliza da “voz” de uma leitora para anunciar as facilidades de pagamento oferecidas para a realização do implante de próteses nos seios. Assim, esse enunciado, proferido a partir do lugar de onde se enuncia (uma mulher de classe média baixa), acaba desconstruindo um outro discurso: aquele que diz que a cirurgia plástica é cara e, que, portanto, é “coisa” pra gente rica.

A estratégia discursiva utilizada no R 61 é a mesma. O sujeito-locutor dirige-se de forma mais explícitas ao público a quem se endereça essa enunciação: as pessoas que “não tem condições de pagar tudo de uma vez”.

Entretanto entendemos a partir destes recortes que quanto mais se populariza o meio para se atingir um ideal estético maior é o controle exercido sobre o tamanho dos seios femininos. Isso porque o direito à beleza, o acesso a ela pelas camadas não tão abastadas da população promovidas pelo discurso econômico acaba por torná-la uma obrigação, à medida que, no imaginário dos sujeitos, diante de tantas facilidades para o pagamento da cirurgia plástica estética, é “feio”, ou melhor: não se enquadra num determinado ideal de beleza quem não quer.

3.3.6 Discurso do padrão de beleza norte-americano

Nesses recortes, analisamos o discurso do padrão de beleza americano na construção do ideal estético dos seios das brasileiras. Para essa discussão, selecionamos os seguintes recortes:

R 63 - Seios à la Pámela Anderson estão em alta no país tropical. O silicone virou febre nos últimos anos (*P.B.* 62, p.55).

R 64 - Seios poderosos de Angelina Jolie. O caminho: A solução é a prótese de silicone. Além de aumentar, ela levanta mamas com leve queda (*P.B.* 77, p.63).

R 65 -Seios grandes, quadris estreitos. Essa silhueta é típica das norte-americanas (*P.B.* 92, p.52).

R 66 - De seios de brasileiras para seios de americanas (*P.B.* 93, p.60).

Como podemos constatar os referenciais de seios/beleza apresentado às brasileiras como norma, nessas discursividades, pela revista *Plástica e Beleza* é o da mulher norte-americana: “Seios à la Pámela Anderson estão em alta no país tropical”, “Seios poderosos de Angelina Jolie”, “quer ficar com o visual à la Pámela Anderson”,

“Essa silhueta é típica das norte-americanas”, “De seios de brasileiras para seios de americanas”, onde “seios à la Pâmela Anderson” configura uma identidade, “à maneira de...” ao passo que “no país tropical” indica exatamente essa falta de identidade, ou a busca de uma identidade; ao optar pela preposição *no* obtém-se aí um efeito de sentido, tendo em vista que a preposição por contração *em + o = no* estabelece uma relação de dependência, de subordinação, em que um dos termos (ideal norte-americano) assume o papel de subordinante e o outro de subordinado (ideal de seios). Assim, sintaticamente, o ideal de seios da mulher brasileira é subordinado ao ideal de seios da mulher norte-americana, nestes recortes. A questão de representação identitária da mulher brasileira está nestas enunciações filiada à identidade “estadunidense”.

Consideramos esse um efeito da presença marcante das norte-americanas, na cultura nacional: nos filmes exibidos pelas redes de canais televisivos; assim como, na *internet*, no cinema, em revistas e jornais; produzido pela destituição de fronteiras promovida pela globalização via esses suportes midiáticos.

As atrizes do cenário norte-americano, geralmente, são inseridas pela mídia numa aura de *glamour*. A fim de interpelar o sujeito-leitor sobre a vantagens de se aumentar os seios, o sujeito-locutor lança mão de um certo discurso de autoridade ao recorrer a celebridades midiáticas norte-americanas: “Pamela Anderson” e “Angelina Jolie”, construídas pelas práticas discursivas cinematográficas e pela mídia, de um modo geral, como ícones de beleza, sucesso e sensualidade.

Entendemos, assim, que é por meio dessas discursivizações que a representação feminina da mulher norte-americana tem produzido sentido na cultura nacional. Uma vez que concebemos que é por meio dos discursos [dos sentidos produzidos pela língua na sua relação com a história] que se estabelecem relações de poder, que se demarcam as diferentes posições de sujeito e que se designam os lugares sociais que os sujeitos podem ou não ocupar ao proferirem o seu discurso.

Diante dessas discursivizações, consideramos relevante ressaltar que toda representação construídas por/nessas discursividades consiste, necessariamente, em relações de poder: razão essa que leva diferentes grupos sociais e culturais a reivindicarem seu direito à representação. No entanto, “no regime dominante de representação, a identidade dominante é a norma invisível que regula todas as identidades” (SILVA, 1999, p. 49). Nos processos de diferenciação, as identidades dominantes funcionam como norma, à medida que se confere a elas não apenas o poder de auto-representação, mas de representar o(s) outro(s).

A identidade é demarcada em processos constantes de produção de diferenças, constituindo-se num projeto sempre inconcluso. “A diferença e, portanto a identidade, não é um produto da natureza: ela é produzida no interior de práticas de significação, em que os significados são contestados, negociados, transformados” (SILVA, 1999, p.25). “As relações de poder são dependentes da definição de certas identidades como ‘normais’, como hegemônicas” (SILVA, 1999, p. 48) e de rotular certas identidades como “anormais”, tornando-as estigmatizadas, pois, é “a pessoa que pertence a um grupo subordinado que carrega, sempre, toda carga todo peso da representação” (SILVA, 1999, p. 49). Desse modo, questionar a identidade e a diferença, impõe-se um questionamento dos sistemas de representação que lhes dão suporte e sustentação. Entende-se, assim, que no centro da crítica da identidade e da diferenciação está uma crítica das suas formas de representação.

A partir desses pressupostos, constamos que a questão da representação ou da falta de representação da mulher brasileira, nesse recorte “esta silhueta é típica das norte-americanas”, não trata apenas de um jogo de efeitos de sentido, mas, também, trata de forma preponderante de posições ideológicas e de representações nos espaços sociais de disputas identitárias, revelando o que constitui os sentidos, suas tensões, suas falhas, seus equívocos, seus deslizamentos, a própria condição material do efeito da ideologia que constituem os sujeitos, os discursos. Completando a análise dos recortes efetuados a respeito do padrão de beleza norte-americano, temos ainda: “dos seios de brasileiras para seios de americanas”.

A questão da identidade, seja reivindicada ou seja atribuída, indica que a identidade da mulher acontece como forma de uma ruptura de sentido do que até então se identificava a mulher brasileira, quer na ordem do discurso da publicidade, quer na ordem do discurso de senso comum, mesmo que se considere as redes de filiação que a própria mulher reivindica, como no enunciado; aliás, ela reivindica para negá-lo enquanto superação, marcando, assim, sua identidade e “exigindo” para si relevância.

Constatamos por meio desses recortes, a produção de um corpo duplamente híbrido: onde há a fusão não apenas entre a “natureza/tecnologia”²⁴, mas de culturas “brasileira/norte-americana”. Segundo Silva (2000, p.87), o “híbrido pode estar ligado aos movimentos demográficos que permitem o contato entre diferentes identidades: as diásporas, os deslocamentos nômades, as viagens, os cruzamentos de fronteiras.” Esses

²⁴ Donna Haraway (2000) concebe o corpo contemporâneo como um corpo híbrido de natureza e tecnologia.

cruzamentos, de acordo com o autor, na perspectiva da teoria cultural contemporânea, podem ser literais ou simplesmente metafóricos, pois o cruzamento de fronteiras “pode significar simplesmente mover-se livremente entre os territórios simbólicos de diferentes identidades. ‘Cruzar fronteiras’ significa não respeitar os sinais que demarcam – ‘a artificialmente’ – os limites entre os territórios das diferentes identidades”, (SILVA, 2000, p. 88).

Essa (re) definição do tamanho dos seios das brasileiras, em alguma medida, nos indicam que o cruzamento de fronteiras vivenciado cotidianamente por intermédio dos filmes-norte americanos, nas redes de canais televisivos, quer, em alguma medida, corporificar-se a partir do implante de prótese de mama. Talvez na tentativa de reivindicar para si um pouco do *glamour* que envolvem as atrizes hollyodianas produzido pelas/nas práticas discursivas cinematográficas.

Porém, Jameson (2004, p.31) tem uma visão apocalíptica sobre a globalização:

a nova cultura pós-moderna global, ainda que americana, é expressão interna e superestrutural de uma nova era de dominação, militar e econômica, dos Estados Unidos sobre o resto do mundo: nesse sentido, como durante toda a história de classes, o avesso da cultura é sangue, tortura, morte e terror.

Para Jameson (2004, p.32) a “falta de profundidade - que se vê prolongada tanto na ‘teoria’ contemporânea, quanto em toda essa cultura da imagem e do simulacro”- tem afetado as relações entre as manifestações culturais e a nova tecnologia. Nesse mundo imagético os indivíduos acabam recebendo um excesso de estímulos que os levam a uma perda de sentido de realidade. A ênfase nas imagens cria uma tensão entre o real e o imaginário (o figurado, que emerge como característica geral da cultura de consumo) em que o imaginário predomina sobre o real:

[...] a produção estética hoje está integrada à produção das mercadorias em geral: a urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidades (de roupas a aviões) [incluindo seios: acréscimo nosso], com um ritmo de *turn over* cada vez maior, atribui uma posição e uma função estrutural cada vez mais essenciais à inovação estética e ao experimentalismo. (JAMENSON, 2004, p.30).

No entanto, partimos do princípio que qualquer opinião polarizada sobre esse assunto, torna-se bastante perigosa. É certo que, olhar essa reconfiguração estética/identitária da mulher brasileira apenas por um determinado prisma, torna-se

ingênuo e um tanto redutor diante de toda a complexidade que envolve a questão. Em tempos de discursos e cultura globalizados os padrões estéticos, de um modo geral, vêm se mesclando cada vez mais, tornando-se possível por intermédio da cirurgia plástica estética a construção de um padrão de beleza globalizado.

Entretanto, consideramos importante ressaltar, que os padrões estéticos não são fixos e estão em constante re-configuração em torno de seus sentidos, construindo e (re)construindo “novos”corpos e “novos”sentidos. Como pudemos constatar, nos recortes analisados, o processo de interpelação para a (re)definição do tamanho dos seios das brasileiras tem sido ancorado no padrão de beleza norte-americano. Entretanto, em razão do caráter artificial das identidades pode ser que, num tempo não muito distante, a representação da mulher norte-americana mude ao choque de um acontecimento discursivo e seja representada com seios diminutos; assim como os seios fartos poderão vir compor uma característica particular da representação que se faz da mulher brasileira.

No terreno movediço em que tais representações são produzidas [o discurso] as “certezas” são sempre provisórias.

A percepção estética pode ser entendida como um processo de aprendizado constante que se dá ao longo da vida dos indivíduos, socialmente construída e reiterada, passando a constituir-se como norma. Desse modo, a exposição exacerbada de um ideal estético de seios pela mídia, num momento histórico, produz nos sujeitos a necessidade de adequar-se ao padrão “ideal”. Constitui-se então, em processos de sujeição, à medida que normatiza “gestos, atitudes, comportamentos, hábitos, discursos etc” (FOUCAULT, 1999, p.182).

Segundo Le Breton (1995, p. 65), “pensar o corpo é outra maneira de pensar o mundo e o vínculo social; uma perturbação maior introduzida na configuração do corpo é uma perturbação introduzida na coerência do mundo”. Por esse motivo, a “feiúra”, entendida como um não enquadramento a um ideal estético de beleza, causa estranheza ao ambiente. O “deficiente” de beleza constitui-se em um desvio, um “à parte”. O temor das pessoas a se enquadrarem em tal configuração revela o “porquê” de tanta preocupação com a beleza.

Para finalizarmos este tópico, retomamos aqui as palavras de Pêcheux, citadas por Maingueneau (1993, p.11), uma vez que a leitura dos enunciados apresentadas constitui-se em um modo de leitura dentre tantas outras possíveis, pois, compactuando-

se com os pressupostos da Análise do Discurso francesa, teve-se por finalidade apenas elaborar “procedimentos” que pudessem “expor o olhar-leitor a níveis opacos à ação estratégia de um sujeito” onde o “desafio crucial” foi “o de construir interpretações, na tentativa de não neutralizá-las seja através de uma minúcia qualquer de um discurso, seja no espaço lógico estabilizado com pretensão universal.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chega, enfim, o momento de finalizar o nosso estudo no qual abordamos discursividades produzidas sobre a mulher a partir do tamanho dos seios. Isso porque toda dissertação demanda um ponto final e as discursividades analisadas, neste estudo, constituem-se apenas um recorte muito limitado de uma infinidade de textualizações produzidas sobre o tema em questão. No entanto, sempre haverá muito a se dizer sobre o tema proposto, uma vez que a estética dos seios e o feminino serão (re)significados inúmeras vezes pelo histórico e pelo social, podendo promover incessantes deslocamentos ou demanda de sentidos ainda hoje desconhecidos. É pela análise discursiva que se torna possível compreender a relação estabelecida entre discurso e sociedade.

Esta pesquisa evidenciou a relação estabelecida entre os discursos sobre o tamanho dos seios e as representações construídas sobre o feminino a partir dessas discursividades. No capítulo I, pudemos constatar que essa parte do corpo feminino sempre exerceu uma influência significativa na formação imaginária feita da mulher: posta em evidência em alguns momentos históricos, em outros momentos compressa/silenciada, os seios femininos sofreram transformações no seu tamanho ideal estético alavacadas (e controladas) por diferentes discursos. Esse retorno ao histórico-discursivo possibilitou-nos vislumbrar o(s) discurso(s) sobre o tamanho dos seios como um espaço de confronto ideológico na luta por imposição de sentidos e de sujeitos.

Pudemos então compreender que a (re) definição estética dos seios acaba por se constituir num acontecimento discursivo, considerado como um discurso “novo”, algo que não existia, demandando sentidos na sua irrupção, desestabilizando as redes de memória e as filiações históricas, criando um espaço e uma prática próprios de enunciação e de existência político-social.

Vale dizer que nossa pretensão não foi tecer julgamentos moralizantes em torno da cirurgia plástica estética, mas apenas a de discutir sobre o funcionamento da linguagem e o seu papel na construção da(s) identidade(s), entendendo que o implante cosmético de prótese de silicone nos seios, tal como abordado nas análises empreendidas, é uma realidade contemporânea, fruto de sociedades capitalistas. Isso traz problematizações, ao mesmo tempo, “benéficos” e complexidades a serem ainda discutidas em outro âmbito da pesquisa. Essa tendência contemporânea tem se

manifestado não apenas no seio, mas na própria linguagem, tendo em vista que esse discurso se manifesta em várias discursividades criando efeitos consideráveis na formação imaginária da mulher, como pudemos constatar, no decorrer desta investigação.

Num primeiro momento, analisando a posição-sujeito do enunciador, no caso a revista *Plástica e Beleza*, em que constatamos que outros efeitos de sentido surgem. Posicionando-se como sujeito reivindicador, a revista “busca” uma regularidade, uma referência estabilizada como identidade que possa recobrir o acontecimento. A revista detém o direito de opinar sobre o corpo feminino e, ao mesmo tempo, num outro efeito de sentido, a mulher, investindo-se, também, de certa posição social e discursiva, apresenta-se como capaz de representar essa “nova” identidade: a mulher de seios proeminentes, alcunhada pela revista como “diva”, “sedutora”, “turbinada”, comprometida com as mudanças do seu tempo.

Em seguida, percorremos os caminhos e efeitos de sentido produzidos sobre o feminino pelo(s) discurso(s) da fetichização dos seios, pelo discurso da sensualidade, pelo discurso da publicidade e pelo discurso dos seios como objeto do desejo masculino, bem como analisamos o processo de estimulação e controle aos quais a mulher é submetida pelo discurso da autonomia, pelo discurso da estética dos seios, pelo discurso da indústria, pelo discurso da democratização da beleza, pelo discurso econômico e pelo discurso do padrão de beleza americano.

Como toda análise do discurso, esta também tem seus limites, a nós coube cumprir com os objetivos propostos, ou seja, analisar discursividades sobre a mulher produzidas a partir do tamanho dos seios, com base em aspectos do quadro histórico das práticas discursivas, no momento em que esse discurso se constitui e se inscreve na memória social. Para isso, examinamos a manifestação de ideologias nos enunciados da revista *Plástica e Beleza*, como constituição dessa discursividade, detectando marcas discursivas que têm levado à normatização de corpos e de comportamentos.

É possível verificar que, a partir da mídia impressa, nesse caso as revistas voltadas para o público feminino, especializadas em cirurgias plásticas estéticas, opera-se uma (re) significação da identidade da mulher que se submete à cirurgia cosmética de prótese de silicone nos seios. E os discursos da própria posição-sujeito mulher, nessa nova ordem dos seios proeminentes, articulam o discurso do outro (ou seja, do sujeito homem, do sujeito mulher, especialistas, da revista etc.) sobre o tamanho dos seios.

O discurso dos seios ou a discursividade de que se revestiram os seios, ao longo da história, tornaram-se traços de feminilidade, maternidade e sensualidade, culminando com a postulação de uma significativa influência na formação imaginária da mulher e na articulação da representação feminina, que vão desde as representações religiosas às profanas. Louvados outrora e em outros momentos encobertos ou “silenciados”, o fato é que os seios e seus discursos circundantes romperam séculos e perpassaram toda a história da humanidade mediante a carga histórica e ideológica a eles atribuída. Dessa forma, ao corpo e, em especial, aos seios lhes é conferido estatuto de cultura, tendo em vista que, na cultura ocidental, os seios constituem-se numa parte do corpo diferencial de gênero.

As análises dos enunciados corroboram a defesa do caráter de acontecimento discursivo e a reivindicação dessa identidade, que (re)significam pelas condições históricas de sua produção, ao mesmo tempo em que demonstram as injunções ideológicas nos discursos de autodenominação (de si) e a denominação (pelo outro) que marcam uma posição de reivindicação identitária e, concomitantemente, uma negação dessa identidade. A tensão identitária nesse novo espaço discursivo impõe-se para existir na nova ordem do discurso.

Depreende-se, das análises efetuadas, que toda a ordem da “pressão” sobre o outro se construiu em função de um sistema permanente de oposições distintivas entre o masculino e o feminino: mais radicalmente que outros dispositivos, as estruturas elementares dessa “pressão” pertencem ao domínio de uma história imóvel. Mesmo o núcleo do dispositivo dessa “pressão”, a saber, a oposição *passividade feminina e atividade masculina* sofre um trabalho de erosão.

Como já mencionado no decorrer das análises, desde os anos 40 o cinema vem pondo em cena novas atitudes femininas que invertem o esquema tradicional da sedução. Ela, a mulher, toma a iniciativa do encontro consigo por meio dessa “nova” forma de “ser mulher”; na cultura de massa, afirma-se o papel ativo da mulher. O que era estigmatizado como um comportamento “estranho” ganhou uma relativa legitimidade social: não se consideram mais inqualificáveis ou inadmissíveis os “primeiros passos femininos”, na busca da liberdade sobre o seu corpo e sobre si. A dinâmica da igualdade conseguiu embaralhar, ainda que parcialmente, o esquema central do comércio galante.

Nas análises efetuadas é possível constatar a constituição de alguns dos aspectos pragmáticos e materiais da ideologia, seja na forma de circulação desse suporte

discursivo, seja no próprio discurso midiático. A ideologia aqui serve de “solo” para estabilizar e sustentar o espaço aberto pelo acontecimento, que desencadeou o processo de ruptura para ser aquilo que nunca havia sido, o que pode ser observado nas análises dos recortes e nas suas múltiplas relações ideológicas que ali se realizam, tendo em vista que a ideologia é constituída de um ritual de reprodução/transformação.

Resta-nos, ao finalizar esta pesquisa, considerar que outras questões se impõem, tendo em vista a amplitude do tema e o contexto histórico social em que vivemos, bem como todo o sistema de regimes de valores e de “verdades” voláteis, que demandam efeitos de sentidos outros, em que é possível compreender outros aspectos do complexo discursivo, bem como o feixe das relações que constituem a mecânica dos discursos, na irrupção do acontecimento e nas movências dos sentidos.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos de Estado*. Trad. Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro. 7. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. Trad. Maria Ermantina Galvão. G. Pereira. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes. 2000. (p. 68).

BAUDRILLARD, J. *La société de consommation: ses mythes, ses structures*. Paris: Gallimard. 1970.

BEAUVOIR, Simone. O. *O segundo sexo*. Trad. Sergio Milliet. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BENVENISTE, Émile. *Problemas de lingüística geral I*. Trad. Maria da Glória Novak e Maria Luiza Néri. 2. ed. Campinas: Pontes, 1996.

BORDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand, Brasil, 1999.

CANTINELLI, Fábio S.; CAMACHO, Renata S.; SMALETZ, Oren; GONSALES, Bárbara K.; BRAGUITTONI, Érika; RENNÓ JR. Joel. *A oncopsiquiatria no câncer de mama – considerações a respeito de questões do feminino*. Revista de psiquiatria clínica. Disponível em: <http://www.hcnet.usp.br/ipq/revista/vol33/n3/124.html> Acesso em 21 ago. de 2008.

CARDOSO, Silvia. H. B. *Discurso e ensino*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

_____. *A questão da referência: das teorias clássicas à dispersão de discursos*. Campinas: Autores Associados, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. *O discurso das mídias*. Trad. Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. & MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. Coordenação da Tradução: Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.

COUTINHO, Maria Lúcia R. *Tecendo por trás dos panos: a mulher brasileira nas relações familiares*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

DEL PRIORE, Mary. *Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: SENAC, 2000.

FERREIRA, Aurélio B. de Holanda. *Dicionário da Língua Portuguesa*. Século XXI. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 2000.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, tempo e espaço*. Ática: São Paulo. 2002.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I: A vontade de saber*. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 16 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. *Microfísica do poder*. Trad. Roberto Machado. 14 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

_____. *Vigiar e punir*. Nascimento da prisão. Trad. Lígia M. Pondé Vassallo. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

FUCHS, C. A paráfrase entre a língua e o discurso. *Langage Française*. No. 53, Larousse, 1982, p. 24-33.

GREGOLIN, Maria do Rosário. *Discurso, história e produção de identidades na mídia*. Disponível em: http://www.geocites.com/gt_ad/verbalnaoverbal.html. Acesso em: 27 jun. 2005.

GUERRA, V. M. L. A análise do Discurso no âmbito das Ciências Humanas. *Anais do I Encontro de Letras: estudos lingüísticos e literários*, v. 1. Campo Grande: Editora da UFMS, 2006, 128-134.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Gracira Lopes Louro. 4. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2000.

HAMES, Maria de Lourdes C. *Amarras da liberdade: representações de maternidade no processo de amamentação – desmame de crianças com idade superior a dois anos*, 2006. 167f. Tese (Doutorado em Enfermagem) - Curso de Pós-graduação em Enfermagem, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <http://www.tede.ufsc.br/teses/PNFR0550.pdf> Acesso em 21 de ago. de 2008.

HARAWAY, Donna. *A cyborg manifesto: science, technology and socialist-feminism in the late twentieth century*. In: *The Cybercultures Reader*. Bell, David & Kennedy, Barbara M. London, New York: Routledge, 2000. p. 291 -324.

HERNANDES, Nilton. Fui enganda por um amor virtual – análise semiótica de um depoimento da revista Marie Claire. In: NOLASCO, E. C.; GUERRA, V. M. L., *Discurso, alteridade e gênero (org.)*. São Carlos: Pedro & João, 2006. p. 235-251.

JAMESON, F. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. Trad. Maria Elisa Cevasco. São Paulo: Ática, 2004. p. 13-25: introdução; p.27-79: a lógica do capitalismo tardio; p. 80-90: teorias do pós-moderno.

LE BRETON, David. *A síndrome de Frankenstein*. In: SANT' ANNA, Denise B. (org). *Política do Corpo*. 2. ed. São Paulo: Estação da Liberdade, 2005. p. 49-65.

LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher*. Permanência e revolução do feminino. Trad. Maria Lúcia Macha. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em Análise do discurso*. Trad. Freda. Indursky. 2. ed. Campinas: Pontes, 1993.

_____. *Termos-chaves de Análise do discurso*. Trad. Márcio Venício Barbosa e Maria Emília Amarante Torres Lima Belo Horizonte: UFMG, 1998.

_____. *Análises de textos de comunicação*. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

MARX, Karl. *O 18 Brumário e cartas a Kugelmann*. Trad. Leandro Konder e Renato Guimarães. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

_____.; ENGELS, Friedrich. A ideologia em geral e em particular a ideologia Alemã. *In: A ideologia Alemã*. Trad. Luis Claudio de Castro e Costa. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998. p. 7-34.

MOITA LOPES, Luiz P. *Identidades fragmentadas*. A construção discursiva de raça, gênero e sexualidade em sala de aula. Campinas: Mercado das Letras, 2002.

ORLANDI, Eni. P. *A linguagem e seu funcionamento*. São Paulo: Pontes, 1987.

_____. Maio de 1968: os silêncios da memória. *In: ACHARD, P. et all. Papel da Memória*. Campinas: Pontes, 1999. p. 59-71.

_____. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. 3. ed. Campinas: Pontes, 2001a.

_____. *Discurso e texto*. Campinas: Pontes, 2001b.

_____. *Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional*. Campinas: Pontes, 2001c.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso*. Uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Pulcinelli Orlandi. 3. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

_____.; FUCHS, Catherine. (1969) III Análise automática do discurso (AAD-69). GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs.). *Por uma análise automática do discurso*. Uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. Eni P. Orlandi. 3. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

_____. Papel da Memória. *In: ACHARD, P. et all. Papel da Memória*. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas: Pontes, 1999. p. 49-57.

_____. *Discurso*. Estrutura ou acontecimento. Trad. Eni P. Orlandi. 3. ed. Campinas: Pontes, 2002.

POSSENTI, Sírio. Teoria do Discurso: um caso de múltiplas rupturas. *In: MUSSALIN, F.; BENTES, A. C. Introdução à lingüística*. v. 3. Campinas: Cortez, 2004. p. 353-392.

REVISTA PLASTICA E BELEZA. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 31, ano 04, março de 2002.

- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 32, ano 04, fevereiro de 2002.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 36, ano 04, setembro de 2002.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 38, ano 04, novembro de 2002.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 41, ano 04, março de 2003.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 62, ano 07, março de 2005.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 64, ano 07, maio de 2005.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 77, ano 08, setembro de 2006.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 82, ano 09, março de 2007.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 83, ano 09, abril de 2007.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 86, ano 10, agosto de 2007.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 88, ano 10, outubro de 2007.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 89, ano 10, novembro de 2007.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 90, ano 10, dezembro/janeiro de 2007/2008.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 91, ano 10, fevereiro de 2008.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 92, ano 10, março de 2008.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 95, ano 10, junho/julho de 2008.
- _____. Rio de Janeiro: *United Magazines*. n. 96, ano 11, agosto de 2008.

RIBEIRO, L. B. *Cirurgia plástica estética feminina: a medicalização da diferença*, 2003. Disponível em: <http://www.antropologia.com.br/arti/colab/vram2003/a13-lbribeiro.pdf>. Acesso em 06 de ago de 2008.

RIOJA TORREJON, L. F. et al. *Hipertrofia mamaria: ¿una deformidad estética? Cuándo debe sufragarse por la Seguridad Social*. *Cir. Plást. Iberlatinamer*, Madrid, v. 32, n. 2, 2006. Disponível em: <http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0376-78922006000200004&lng=es&nrm=iso>. Acesso em 21 ago de 2008. Pré-publicação.

SAFFIOTI, Heleith Y. B. *Rearticulando o gênero e classe social*. São Paulo. Fundação Carlos Chagas, 1990.

SCOTT, Joan. *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. Educação e Realidade. Porto Alegre, 16 (2): 1990. p. 05 - 22.

SILVA, Tomas Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. *In:_____*. (Org). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 73-102.

THOMPSON, Frank Charles. Bíblia de referência. Trad. João Ferreira de Almeida. Belo Horizonte: Vida, 1994

VEIGA-NETO, Alfredo. As idades do corpo: material(idades), (divers)idades, (corporal)idades, (ident)idades. *In: GARCIA, Regina Leite. (Org). O corpo que fala dentro e fora da escola*. Rio de Janeiro: DP & A, 2002. p.35-64.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Trad. Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In: SILVA, Tomaz Tadeu. (Org). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 7-69.

YALOM, Marilyn. *História do seio*. Lisboa: Teorema, 1997.