

# Investigando alguns modos de subjetivação do corpo jovem na mídia contemporânea

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

*Investigating some modes of subjectivation of the young body in the  
contemporary media*

**Guilherme Rego Rockembach<sup>1</sup>**

**Suélem do Sacramento Costa de Moraes<sup>2</sup>**

**Bárbara Hees Garré<sup>3</sup>**

## Resumo

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

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

## Resumen

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

<sup>1</sup> Licenciado em Computação; Mestrando em Educação e Tecnologia; Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense IFSul; Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil; [guirrock@gmail.com](mailto:guirrock@gmail.com).

<sup>2</sup> Bacharel em Economia; Mestranda em Educação e Tecnologia; Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense IFSul; Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil; [suelemcosta@gmail.com](mailto:suelemcosta@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutora em Educação Ambiental; Professora do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense IFSul; Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil; [barbaragarre@gmail.com](mailto:barbaragarre@gmail.com).

*celebridades exponen sus rutinas, como una forma de incitar a sus seguidores a adoptar prácticas semejantes a las suyas y algunas de ellas versan sobre cuidados con el cuerpo y con la salud. De esta forma, hay una incitación al consumo, a través de una fuerte interpelación, de comportamientos, hábitos y actitudes que alcanzan de forma poderosa a los jóvenes sujetos. Se entiende que existe una creciente visibilidad de esas celebridades de medios, sean youtubers, bloggers, jugadores, diferentes influyentes digitales, que de alguna manera se conviertan en voces autorizadas para pronunciar un discurso como verdadero y como promesa de una vida feliz. Aquí queremos cuestionar la hegemonía de tales discursos y cuán subjetivos ellos son de la teoría Foucaultiana.*

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

### **Abstract**

*This study aims to understand some processes of subjectivation that make up a so-called Youth population today. It is emphasized that when studying a way of being young multiple crossings occur, among them questions related to the body, since this body is also manufactured culturally and conducted through the discourses that pass through it. Thus, this work focuses on a discursive production on these issues related to body and health care, which reverberate in the digital media, constituting some hegemonic discourses that subjectivate a so-called young population. In this current, the media is understood as a cultural pedagogy, which teaches, educates and manufactures subjects and subjectivities beyond school walls. Recurrently, in the media, celebrities expose their routines as a way to incite their followers to adopt practices similar to theirs and some of these are about body and health care. In this way, there is an incitement to consumption, through a strong interpellation, of behaviors, habits and attitudes that reach in a powerful way the young subjects. It is understood that there is a growing visibility of these media celebrities, whether youtubers, bloggers, gamers, different digital influencers, who somehow become authorized voices to utter a speech taken as true, and as a promise of a lifetime happy. Here we want to question the hegemony of such discourses and how subjective they are from the Foucaultian theorization.*

*Keywords: Education; Youth; Media; Modes of Subjectivation; Cultural Pedagogies.*

## **1. Anúncios iniciais**

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

Nesse sentido, vimos percebendo e, inclusive, vivenciando o quanto na atualidade parecem existir certos modelos, certas padronizações, reverberando de modo cada vez mais persuasivo, que ditam formas e estilos de vida, nesse caso um estilo de vida jovem em consonância com a estética e a saúde. Assim, nessa pesquisa, estamos olhando mais atentamente para alguns padrões de corpos fabricados discursivamente, e para o quanto essas redes discursivas vêm normatizando estereótipos de uma forma sutil, porém, bastante incisiva. Desse modo, nosso objetivo situa-se em compreender como nos tornamos sujeitos assujeitados, interpelados e subjetivados por verdades fabricadas que ditam modos de ser! Ou, mais especificamente, o que nos inquieta e que motiva de algum modo todas problematizações realizadas nesse estudo, é buscar compreender de que modo o discurso midiático contemporâneo vem construindo uma população dita *jovem*<sup>4</sup>, tão preocupada com questões relacionadas com a obtenção ou a manutenção de um corpo belo, saudável, e, esteticamente condizente com tais padrões vigentes.

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

Desse modo, nos parece potente problematizarmos algumas produções discursivas midiáticas, entendendo a relevância de pensarmos sobre a fabricação de uma população dita jovem, preocupada com questões atreladas à obtenção, ou, à manutenção de um corpo magro,

---

<sup>4</sup> Compreendemos população a partir do conceito foucaultiano, que a entende como tecnologia do estado na arte de governar, objetivando conhecer esta população se preocupando com fenômenos específicos dela, como natalidade e mortalidade, por exemplo, com o intuito que ela viva mais e melhor (FOUCAULT, 2015). Nessa perspectiva, tomamos ainda o conceito de juventude, conforme Franco (2014) como um modo de ser, que está para além de categorias biológicas, mas sim uma juventude produzida e subjetivada a partir dos discursos que por ela perpassam. Desse modo, uma população dita *jovem*, nessa pesquisa, corresponde a um corpo múltiplo, construído discursivamente, controlado e governado a partir de diferentes estratégias.

padrão esse tão em voga na atualidade. Além disso, nos parece existir uma rede discursiva reverberando na mídia contemporânea, fabricando discursos que tomam força de verdade, que nos subjetivam e nos ensinam formas de viver. Parece também existir determinados personagens das mídias digitais que se tornaram vozes autorizadas na proclamação destes discursos contemporâneos, talvez sejam estes sujeitos os responsáveis pela atualização discursiva contemporânea que circulam entre os jovens, ditando o que está e o que não está na “ordem do discurso” (FOUCAULT, 2001).

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

## 2. Contornos teórico-metodológicos

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

Nessa perspectiva, temos tomado como *corpus* empírico do nosso trabalho algumas mídias digitais, especialmente o *YouTube* e, conseqüentemente, os canais de algumas celebridades digitais que inclusive se autodenominam influenciadores digitais. Estes sujeitos utilizam as mídias digitais para expor suas rotinas, suas preferências, incitando seus seguidores a adotarem práticas semelhantes às suas. Podemos observar que existe uma grande gama de áreas abordadas por estes influenciadores digitais, a citar, moda, estilos musicais, etc. A abordagem deste trabalho são algumas dessas práticas que versam sobre cuidados com o corpo e com a saúde. A escolha dos canais dos influenciadores digitais a serem analisados

teve como premissa a popularidade destes sujeitos. Para definir quais seriam estes, foram utilizadas as informações referentes ao número de seguidores destas figuras públicas em suas redes. Os sujeitos selecionados foram Whindersson Nunes – com 24 milhões de inscritos em seu canal do *YouTube*, 15 milhões de seguidores no *Instagram* e 4,6 milhões de seguidores no *Facebook* – e Kefera – com 11 milhões de inscritos em seu canal no *YouTube*, 11,7 milhões de seguidores no *Instagram* e 7 milhões de seguidores no *Facebook*. Além disso, o prêmio “Jovem Brasileiro<sup>5</sup>” corrobora com o entendimento do quão populares estes sujeitos se tornaram tendo em vista que ambos foram premiados como melhores *youtubers* de 2017.

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

Assim, já que estamos problematizando uma produção discursiva que reverbera nas mídias, compreendemos a importância de assumirmos o conceito de discurso a partir de Michel Foucault (2008, p.55) ele trata os discursos “como práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam”. Nessa perspectiva, entendemos que os discursos são produzidos e nos produzem enquanto sujeitos. Ou, em outras palavras, os discursos fabricam as verdades, e, desse modo, fabricam, também o mundo em que vivemos. Nessa

---

<sup>5</sup> O prêmio foi idealizado pelo jovem empresário Guto Melo diretor da Agência Zapping e do Instituto Sou+Jovem. São premiados jovens destacados nacionalmente em suas áreas de atuação, onde a escolha dos melhores se dá por votação pela internet nas diversas categorias. A primeira edição do prêmio ocorreu em 2002 e tem ocorrido anualmente desde então. O *site* do prêmio pode ser acessado na internet em: <http://premiojovem.com.br/>

pesquisa estamos olhando para algumas enunciações proferidas por esses influenciadores digitais, através da mídia, e, que produzem um discurso que nos incita a adotarmos certas condutas em nossas práticas diárias.

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

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

## 2.1. O corpo subjetivado culturalmente

Cabe demarcar que estamos tomando nesse estudo a compreensão de corpo na correnteza dos Estudos Culturais, ou seja, um corpo produzido e subjetivado pela e na cultura. Para abordar nosso entendimento, começamos essa subseção com um exemplo, quando falamos em um sujeito que se propõe a praticar um modo de ser que o oportunize a conquista

de um corpo dito *fitness*, logo nos remetemos a pensar que ele provavelmente deva possuir um corpo esbelto, torneado, belo, saudável, ágil, disciplinado, que o tornaria feliz. A imagem desse indivíduo é rapidamente formada em nosso imaginário, como alguém que representa, de algum modo, os padrões esteticamente estabelecidos na sociedade contemporânea em que vivemos. É nesse contexto que demarcamos nosso entendimento sobre corpo, como uma construção, um corpo fabricado e subjetivado.

O corpo é uma construção sobre a qual são conferidas diferentes marcas em diferentes tempos, espaços, conjunturas econômicas, grupos sociais, étnicos, etc. Não é, portanto, algo dado a *priori* nem mesmo universal: o corpo é provisório, mutável, mutante, suscetível a inúmeras intervenções consoante o desenvolvimento científico e tecnológico de cada cultura bem como suas leis, seus códigos morais, as representações que cria sobre os corpos, os discursos que sobre ele produz e reproduz. (LOURO, 2010, p. 28)

Desse modo, temos compreendido que existe um padrão estético normalizado, de certa forma já naturalizado e que está constantemente sendo reafirmado e fabricado pelas mídias em geral. O corpo construído nessa sociedade é *magro*, saudável, produtivo e *jovem*. Porém nos séculos passados os padrões eram outros. Segundo Louro (2010) o corpo adquire “representações temporárias, efêmeras, inconstantes, variam conforme o tempo/lugar que este corpo circula, vive, se expressa, se produz e é produzido” (p.29). Nessa perspectiva, entendemos que as mídias sociais das celebridades as quais tomamos como *corpus* empírico dessa pesquisa, nos parecem ser formas potentes de fabricação de corpos, de modos de ser e de viver, especialmente de uma população dita *jovem*.

Nessa correnteza, cabe referenciar um pensamento bastante provocativo do sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2001) que é o conceito de “modernidade líquida”. Para Bauman, vivemos em tempos onde a realidade é constantemente mutável. Na modernidade, tudo flui como fluem as águas: “Os fluidos se movem facilmente. Eles ‘fluem’, ‘escorrem’, [...] ‘inundam’, [...] diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos”. (p.10) [grifos do autor]. Nesse contexto, como na analogia referenciada, assim também os sujeitos se constituem obedecendo cada vez modelos menos óbvios. O pensamento de Bauman desacomoda nossas certezas, quando compreendemos que nossos corpos também são construtos socioculturais, que podemos experimentar uma multiplicidade incontável de identidades ao longo de nossa existência, pois somos produzidos para além de referenciais biológicos. Conforme Louro (2010) o corpo é também aquilo que o adorna e a imagem produzida dele. Nessa perspectiva, entendemos a importância de ressaltarmos que conforme Meyer (2010) “o corpo é assumido como uma variável construída na interseção entre aquilo

que herdamos geneticamente e aquilo que aprendemos ao nos tornarmos sujeitos de determinada cultura”. Assim, gostaríamos de demarcar o entendimento que tomamos nesse trabalho para cultura, na correnteza dos Estudos Culturais:

Os seres humanos são seres interpretativos, instituidores de sentido. A ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para os que a observam: não em si mesma mas em razão dos muitos e variados sistemas de significado que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros. Estes sistemas ou códigos de significado dão sentido às nossas ações. Eles nos permitem interpretar significativamente as ações alheias. Tomados em seu conjunto, eles constituem nossas "culturas". Contribuem para assegurar que toda ação social é "cultural", que todas as práticas sociais expressam ou comunicam um significado e, neste sentido, são práticas de significação. (HALL, 1997, p. 16)

Nesse sentido, estamos compreendendo cultura, em uma vertente pós-estruturalista, onde quaisquer práticas humanas, da ordem da produção de significados são culturas. Importante ressaltar que nesse estudo, há uma ruptura com as marcações fixas, haja vista que a cultura também é produzida social e historicamente. Desse modo, não consideramos aqui o binarismo que versa sobre a existência de culturas populares e culturas elitizadas, ou, o entendimento do senso comum sobre o termo “cultura”, que remete à compreensão de cultura a atos grandiosos, teatrais, cênicos, publicações literárias e afins, estamos sim entendendo a mídia como cultura, uma pedagogia cultural que ensina, educa e fabrica sujeitos e, também, por sua vez, é produtora de significados.

Nessa pesquisa estamos olhando para a produção discursiva que reverbera na mídia, mais especificamente para as redes sociais das celebridades *Kefera* e *Whindersson Nunes* e o quanto há uma produção de significados que subjetivam e fabricam os sujeitos que “seguem” essas personalidades. Considerando que em nossos estudos somos inspirados pelas teorizações do filósofo Michel Foucault, perseguimos também um de seus maiores questionamentos: *como nos tornamos aquilo que somos?* Assim, constantemente inquietados com o modo como os padrões fabricados discursivamente, vem normatizando estereótipos, conduzindo condutas e ensinando modos de ser de uma forma cada vez mais incisiva, porém sutil, decidimos situar nosso objeto de pesquisa em procurar compreender como nos tornamos sujeitos subjetivados por verdades fabricadas discursivamente que nos ensinam como viver!?

Temos convicção de que ao encerrarmos essa pesquisa teremos ainda mais questionamentos que motivarão a continuidade dos nossos estudos sobre essa temática, porém entendemos a importância de colocarmos nosso pensamento em movimento, nesse estudo observamos de uma forma bastante sucinta como se dá uma produção discursiva e

subjetivante, que produz alguns ditos hegemônicos e fabrica uma população dita *jovem* preocupada com questões relacionadas com o corpo. Para tanto, na próxima seção traremos alguns excertos extraídos das mídias sociais das celebridades analisadas, articulando-os a alguns conceitos foucaultianos, os quais utilizamos como ferramentas de uma analítica discursiva. Esse movimento de olhar para o que está sendo dito nessas mídias sociais, problematizando as hegemonias naturalizadas que conduzem nossas condutas é um movimento que nos inquieta, que nos desacomoda e que oportuniza pensarmos sobre as nossas escolhas.

### 3. O exercício do biopoder produzindo corpos ditos saudáveis

Foucault ao longo de sua obra e investigações teve como tema principal o exercício do poder e as subjetivações dos sujeitos em que as diferentes tecnologias de poder se exercem. Para ele o poder não está localizado nos indivíduos, não pertence a eles ou a instituições quaisquer, mas está nas relações que envolvem os sujeitos. O pesquisador demarca ao longo de sua obra que as estruturas de poder foram se atualizando no decorrer da história, o que o filósofo denominou como “Genealogia do poder”. Anteriormente ao século XVIII o exercício do poder, segundo Foucault, era da ordem da soberania, onde o soberano detinha o poder sobre a vida e a morte dos seus súditos por meio do suplício. O poder disciplinar, identificado pelo filósofo francês principalmente com o desenvolvimento industrial capitalista, funciona no cerne das instituições de disciplinamento, onde se objetiva a constituição de sujeitos e corpos obedientes e produtivos. Exemplos destas instituições seriam a escola, a família, a prisão, o manicômio, etc. (FOUCAULT, 2012).

Em seu curso no *Collège de France* em 1976, “Em defesa da sociedade”, Foucault discorre sobre uma nova estrutura de poder na qual suas tecnologias estão voltadas para o controle da população, e não mais do indivíduo. Tal estrutura de poder contrasta com o poder soberano, que, segundo Foucault, “o direito de soberania é, portanto, o de fazer morrer ou deixar viver. E depois, este novo direito é que se instala: O direito de fazer viver e de deixar morrer” (FOUCAULT, 1999. p.287). Se na soberania a morte do súdito era necessária para proteger o soberano dos perigos causados pelos desviantes, no biopoder o perigo iminente está no nível da população, que precisa ser cuidada e retirada de uma situação de risco, mantendo-se produtiva, em uma lógica de “normalização”. Segundo Foucault, o biopoder é:

[...] a nova tecnologia que se instala se dirige à multiplicidade dos homens, não na medida em que eles se resumem em corpos, mas na medida em que ela forma ao contrário, uma massa global, afetada por processos de conjunto que são próprios da

vida, que são processos como o nascimento, morte, a produção, a doença, etc. (FOUCAULT, 1999, p.289).

Para Foucault (1999) o exercício do biopoder é da ordem do “fazer viver”, um poder que funciona no sentido da preservação, do prolongamento da vida dos sujeitos. Compreendemos que essa ferramenta foucaultiana operacionaliza-se através de diferentes estratégias. Olhamos para algumas enunciações aqui em estudo, como uma das tantas táticas dessas estratégias do biopoder. Tais enunciações versam, sobre questões relacionadas aos cuidados com o corpo e com a saúde, remetendo a uma política da vida. Nessa correnteza estamos entendendo que existem relações de poder que perpassam e subjetivam os sujeitos que passam a adotar em suas rotinas certas práticas e estilos de vida. No entanto, tais práticas podem ser consideradas estratégias biopolíticas, que visam potencializar uma forma de vida da população. Importante demarcarmos que estamos compreendendo que essa forma de vida dita saudável também é uma produção discursiva e fabricada.

Nesse sentido, por entendermos a mídia como um artefato pedagógico, que nos ensina e incita a nos comportarmos de determinada maneira, apontamos para as redes sociais de algumas celebridades do “mundo digital”, nesse ensaio mais especificamente a *Kefera* e o *Whindersson Nunes*, como um espaço potente de subjetivação dos sujeitos. Tais celebridades também são capturadas pelas estratégias do biopoder e adotam em suas rotinas práticas que foram naturalizadas na sociedade como sendo mais saudáveis.

Mapeamos as páginas destas duas celebridades na rede social *Instagram* nos últimos doze meses, destacando publicações voltadas a cuidados com a saúde e o corpo. Nesse período foram encontradas 11 (onze) publicações da *Kefera* e 9 (nove) publicações do *Whindersson Nunes* que faziam alusão ao tema. Os excertos das publicações foram agrupados de acordo com a temática que abordavam. Encontramos recorrência de duas temáticas nos materiais analisados: uma que versa sobre a alimentação saudável e outra relacionada à prática de esportes. Entretanto estas temáticas estão atreladas uma a outra. A seguir apresentamos algumas enunciações:

- a. *Kefera* - “Já malhou hoje ou tá só na preguiça? @adidasbrasil #ultraboost #heretocreate #zne #adidas”;
- b. *Kefera* - “pós corrida com o meu companheirinho, em cor nova #UltraBOOSTX tá lindão (tô obviamente falando do tênis, pq se for levar em conta meu cabelo de pós treino...) #boracorrerSP @adidasbrasil”;
- c. *Whindersson Nunes* - “Vôlei com o pôr do sol da Jamaica”;

- d. *Kefera* - “LEVANTA ESSA BUNDAAAAA que chegou o projeto mundial da adidas, Adidas Runners... finalmente em São Paulo! São vários grupos de corrida espalhados pelos principais pontos da cidade, oferecendo treinos gratuitos. Não tem mais desculpa para não fazer exercícios, ein? Quem quiser participar, é só entrar no site [www.adidas.com.br/adidasrunners](http://www.adidas.com.br/adidasrunners) e escolher qual treino vc quer fazer @adidasbrasil #adidasrunners #BoraCorrerSP”;
- e. *Whindersson Nunes* - “Hoje dei uma malhada e depois fui pra praia #nofrilter #nophotoshopping #pugliesi #mahamudra #leostronger”;
- f. *Kefera* - “comidinha veggio na festa teve? TEVE! @saintmoritsbuffet”;
- g. *Whindersson Nunes* - “Quando penso em começar de novo uma dieta mas nem eu mesmo acredito mais em mim”;
- h. *Whindersson Nunes* - “Tenho que emagrecer pro filme que vou gravar esse ano com o @tirullipa o @tom e o @danilogentili. Fiz minha consulta com o @felipemlemos e já na primeira consulta vi os primeiros resultados olha o homem é bom mesmo ein recomendo”.

A Figura 1 exemplifica a forma como estas postagens eram feitas, bem como apresenta mais duas enunciações.

Figura 1 – Exemplos de postagens.



Fonte: *Instagram*

Como podemos observar nas enunciações apresentadas, tem circulado nas mídias sociais de tais celebridades um discurso voltado ao cuidado com o corpo. Tais práticas são produto das estratégias do biopoder, onde os sujeitos estão disciplinados a adotarem práticas

ditas saudáveis. No caso específico do material empírico analisado neste trabalho são práticas de adoção de uma alimentação dita mais saudável e a prática de exercícios físicos, que combinadas tornariam os sujeitos mais saudáveis e felizes.

Compreendemos que há uma recorrência discursiva nas enunciações selecionadas para as análises desse estudo, que remetem ao cuidado com o corpo, práticas de exercícios físicos, seja em academias, seja ao ar livre, bem como hábitos ditos saudáveis de alimentação. Tais enunciações estão atreladas à estratégias biopolíticas, numa vertente foucaultiana. Essas estratégias, são da ordem do prolongamento da vida, da prevenção de doenças, da obtenção de corpos magros e saudáveis. Nessa perspectiva, os sujeitos seguidores das celebridades analisadas, acabam sendo capturados por tais estratégias biopolíticas e incitados a viver de um modo e não de outro, replicando nas suas rotinas hábitos sugeridos nas redes sociais das mencionadas celebridades, produzindo assim um modo de ser. Nessa pesquisa estamos olhando para as subjetividades que fabricam um modo de ser *jovem*, preocupado com o corpo e com a promoção da saúde. Importante demarcar que compreendemos saúde também como uma fabricação discursiva, legitimada pelas vozes autorizadas da ciência, a qual olhamos com desconfiança e estranhamento, por ser um saber naturalizado.

Desse modo, tais celebridades por possuírem muitos seguidores e adotarem uma relação bem próxima com eles, expõe constantemente suas preferências e interagem com seus fãs, fazendo circular discursividades que subjetivam esses sujeitos que as seguem, tornando-se também artefatos de uma tecnologia de poder. No primeiro bloco de enunciações, encontramos uma recorrência discursiva que versa sobre a adoção de práticas alimentares ditas saudáveis e no segundo repetiram-se enunciações que versam sobre a práticas de exercícios físicos. Compreendemos que a alimentação dita saudável, combinada com práticas regulares de exercícios, nessa perspectiva, como formas de medicalização, no que tange ao prolongamento e ao melhoramento da vida dos sujeitos. Para tanto, tomemos o entendimento para o termo medicalização:

As sociedades modernas estão submetidas a um processo contínuo e indefinido de medicalização. As condutas, os comportamentos, o corpo humano, [...], integram-se a um sistema da medicina que é cada vez mais vasto e que vai muito além da questão das enfermidades. (CASTRO 2016, p. 299)

Nessa correnteza, as práticas citadas, recorrentes nas enunciações, nos parecem também de algum modo estratégias biopolíticas que corroboram para o funcionamento do biopoder. Pois, quando as celebridades digitais apresentam em suas redes seus hábitos, os

seguidores, que admiram, seguem e perseguem aquele modo de ser ali apresentado são subjetivados e incitados a replicar tais comportamentos. Porém, é importante demarcar que as celebridades, quando expõe suas vidas privadas nas redes, estão veiculando práticas nas quais acreditam, pois também são capturadas por discursividades fabricadas que as incitam a viver de um modo e não de outro. Apesar de podermos observar o exercício do biopoder, organizado em torno da maximização da vida da coletividade percebemos o quanto mecanismos disciplinares também estão engendrados nessas estratégias de subjetivação relacionadas ao corpo e a saúde, pois ambas tecnologias de poder não se excluem, mas se articulam.

### 3. Conclusões

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

Assim, nos parece que há na contemporaneidade um padrão estético fabricado discursivamente, que versa sobre estereótipos corporais dos sujeitos atrelados a saúde. Desse modo, nos parece, a partir das enunciações analisadas que há um funcionamento do biopoder, a partir de estratégias biopolíticas de governo de uma população dita *jovem* e preocupada com questões relacionadas com o corpo. Nesse sentido, entendemos a potência de problematizarmos uma rede discursiva que vem reverberando nas mídias digitais, acerca de questões relacionadas com o corpo, ensinando a uma população dita *jovem* modos de ser e de viver.

### Referências

BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2001.

CASTRO, E. *Vocabulário de Foucault: um percurso pelos seus temas, conceitos e autores*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

COSTA, M. V.; ANDRADE, P. D. *Na produtiva confluência entre educação e comunicação, as pedagogias culturais contemporâneas*, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/32242> Acesso em 22 ago 2017.

GOMES, M. R. *Poder no jornalismo*. São Paulo: Edusp, 2003.

FOUCAULT, M. *A Governamentalidade*. in: *Microfísica do Poder*. Tradução e organização de Roberto Machado, 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

FOUCAULT, M. *Ditos e Escritos III: Estética, Literatura e Pintura, Música e Cinema*. São Paulo: Editora Forense, 2001.

FOUCAULT, M. *Em Defesa da Sociedade: curso no Collège de France (1975- 1976)*; tradução Maria Ermantina Galvão. - São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FOUCAULT, M. *Nascimento da Biopolítica*. Curso no Collège de France (1978-1979). São Paulo. Editora: Martins Fontes, 2008.

FOUCAULT, M. *O Sujeito e o Poder*. Apêndice da 2ª edição. Michel Foucault entrevistado por Hubert L. Dreyfus e Paul Rabinow. In.: DREYFUS, Hubert e RABINOW, Paul. Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1995. p. 231-249.

FOUCAULT, M. *Vigiar e punir*. Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2012.

FRANCO, A. C. F. et al. *Algumas interrogações acerca das produções midiáticas sobre a juventude*. Fractal, Rev. Psicol. [online]. 2014, vol.26, n.2, pp.415-428. ISSN 1984-0292. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1984-0292/872> Acesso em: 28 mai 2017.

HALL, S. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo*. Educação & Realidade. v. 22, n. 2, jul/dez, 1997. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361/40514> Acesso em 11 Set 2017.

LOURO, G. L.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. V. (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. 5a. Ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MEYER, D. E. *Corpo, gênero e maternidade: algumas relações e implicações no cuidado em saúde*, 2010. Disponível em: <http://revista.portalcofen.gov.br/index.php/enfermagem/article/view/68/55> Acesso em 11 Set 17.

VEIGA-NETO, A. *Foucault e a Educação*. 3 edição; 1 reimpressão, Editora Autêntica, 2014.