

DISCURSO, MEMÓRIA E MÍDIA: O CUIDADO DE SI FEMININO COMO ACONTECIMENTO DISCURSIVO

Márcia Bezerra de MORAIS

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – PPGL/UERN/GEDUERN)
marcia.ancilladomini@gmail.com

RESUMO: Esse artigo tem origem numa pesquisa de mestrado, como parte do trabalho em curso. Ao elegermos como objeto de discussão a temática da mulher na contemporaneidade, tal como ela é colocada em discurso por práticas discursivas na mídia, o objetivo central deste trabalho é descrever e interpretar como é construída a noção de cuidado de si feminino em propagandas que circularam na mídia impressa brasileira recente. Desse modo o corpus, compreendido na perspectiva do arquivo e do enunciado discursivo (FOUCAULT, 2007; PÊCHEUX, 2007), traçamos um trajeto temático de leitura de propagandas veiculadas entre os anos de (2009; 2010), e na propaganda da presente análise tentamos compreender a discursividade em torno do cuidado de si feminino na atualidade a partir da escolha temática do cuidado de si, os modos de enunciação e as estratégias discursivas materializadas nestes textos. Assim este estudo se desenvolve baseando-se no aporte teórico da Análise do Discurso francesa e teorizações correlatas, sendo utilizadas concepções de Foucault (1995, 2008), Pêcheux (1997), Orlandi (2009), Gregolin (2003, 2007), Bauman (2010), Hall (2005), Perrot (2008), Beauvoir (1980), Davalon (2007) dentre outros. De forma prévia os resultados da pesquisa apontam como perspectiva de análise, que essa prática discursiva midiática busca tematizar o modo de ser dessa nova mulher na contemporaneidade, buscando a identificação deste público com os produtos propagados, por meio de imagens e regularidades discursivas que agradam as expectativas desse público feminino, atrelando-se a isso estratégias discursivas específicas que buscam tornar evidente que a sociedade contemporânea é um espaço próprio de uma nova subjetividade feminina, entre permanências e redescrições das velhas identidades de gênero.

PALAVRAS-CHAVE: Cuidado de si feminino. Análise do discurso francesa. Identidade.

Discurso e Memória

A Análise do Discurso de linha francesa surgiu em 1960, onde enceta sua edificação teórica na relação articulada entre a linguística e outros campos disciplinares. Configura-se então, como um campo transdisciplinar conglomerando em suas apreciações, diversas noções disciplinares, possibilitando transformações e revisões dos conceitos já existentes na área da linguagem. O aporte teórico-metodológico da investigação associa a língua com a perspectiva histórica. O discurso é concebido, então, como o lugar em que se entrelaçam a língua, a história e o sujeito. Assim, para tentar elucidar o objeto simbólico é necessário assinalar numa perspectiva linguística e sua exterioridade, visto que a observação não se exaure na materialidade linguística, contudo se distende à formação do discurso e à possibilidade de enunciação. Com isso, é possível realizar as práticas discursivas considerando a existência material do discurso regido pela língua e pelo que foi dito (a estrutura e o acontecimento).

Segundo Orlandi (1996, p.49):

O analista de discurso vai então trabalhar com os movimentos (gestos) de interpretação do sujeito (sua posição), na determinação da história, tomando o discurso como efeito de sentido entre locutores. São, como dissemos, duas ordens que lhe interessam: a da língua e a da história, em sua relação.

Este campo teórico compreende a linguagem disposta no social e no histórico, na relação de constituição do sujeito pela linguagem, bem como o mesmo a constituindo, em que o atravessamento histórico da língua com o sujeito, sob o olhar do analista, visa problematizar a produção dos efeitos de sentido decorrentes das materialidades discursivas da atualidade. Assim, o interior desta teoria, “concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social” (ORLANDI, 2009, p.15). Consoante Fernandes (2007, p.19), com isso

dizemos que discurso implica uma exterioridade à língua, encontra-se no social e envolve questões de natureza não estritamente lingüística. Referimo-nos a aspectos sociais e ideológicos impregnados nas palavras quando elas são pronunciadas.

Dessa forma, o discurso considera a língua em movimento, atravessada pela história, pela ideologia, isto é, permeada pelos fios sociais que a sustentam, tendo em vista os elementos exteriores à língua e ao sujeito, produzindo o discurso historicamente. Em torno do sentido do termo discurso, Orlandi (2009, p.15) diz “O discurso é assim a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando”.

Como o histórico e o social estão sempre em processo de transformação, o mesmo ocorre com o discurso, pois os sentidos que dele emanam, são oriundos da posição em que o sujeito se inscreve ideologicamente, bem como diante do momento histórico e social no qual esteja inserido. Segundo Fernandes (2007, p.20) “os discursos não são fixos, estão sempre se movendo e sofrem transformações, acompanham as transformações sociais e políticas de toda natureza que interagem a vida humana”. Por isso, os discursos sofrem transformações em consonância com as modificações culturais e históricas da sociedade em que se inscrevem ao serem produzidos. É assim que, se torna possível falar sobre o mesmo assunto partindo de lugares diferentes em perspectivas diferentes. Quando se produz o discurso este é inscrito num espaço que é social, ideologicamente marcado e historicamente produzido.

Em análise do Discurso, os discursos quando proferidos inserem-se em formações discursivas, as quais determinam o dizer, isto é, o que pode e deve ser dito nas situações de produções, estando subordinado ao lugar e ao contexto histórico de onde se fala e que podem, na sua formação, compor elementos oriundos de outras formações discursivas.

Como anuncia Foucault (1996), todo discurso é marcado por enunciados que o antecedem e o sucedem, integrantes de outros discursos. Assim sendo, uma Formação Discursiva se constitui por vários discursos que se combinam em certas condições sociais exclusivas na construção de discursos outros. Com isso, reiteramos que o contexto social e histórico estipula o dizer por meio das condições de produção específicas. Sobre essa questão, Orlandi (2009, p.58) informa que, “uma formação discursiva resulta de um campo de configurações que coloca em emergência os dizeres e os sujeitos socialmente organizados em um momento histórico específico”.

Com base na formação discursiva é que se busca a percepção do processo de produção de sentidos, na captação dos diferentes sentidos no funcionamento discursivo que se dá a partir das inscrições realizadas em dadas formações discursivas, através dos diferentes usos de condição de produção. A esse respeito, Orlandi (2009, p.42) comenta que, “o sentido não

existe em si mas é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas. As palavras mudam de sentido segundo a posição daqueles que as empregam”.

Reportando-nos ao conceito de Interdiscurso, imprescindível à constituição desse trabalho, ressaltamos o que diz Orlandi (2009, p.33), afirmando que “o interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos”. Com base nisso, pode-se dizer que se configura pelos discursos presentes na formulação dos novos dizeres. Assim, para Orlandi (2009, p.32) “o dizer não é propriedade particular. As palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua. O interdiscurso trata-se então dos diversos discursos entrelaçados no interior de uma formação discursiva, os quais voltam por entremeio da memória que é resgatada e reformulada.

Fernandes (2007) explica que os discursos refletem uma memória coletiva compartilhada pelos sujeitos, sendo formada por vários dizeres de uma memória discursiva. Para a formulação dos discursos se recorre à memória coletiva, embora se faça de modo automático. Neste sentido, Fernandes (2007, p.60) ainda aponta que “trata-se de acontecimentos exteriores e anteriores ao texto, e de uma interdiscursividade, refletindo materialidades que intervêm na sua construção”.

Para Achard (2007), os efeitos de sentidos não estão presentes somente na materialidade do texto, estes podem ser reformulados pela memória. A memória é imprescindível para se chegar à construção dos sentidos, pois é através do interdiscurso que se realiza a interpretação das práticas discursivas. Assim, a memória discursiva e coletiva se articula pelos diversos meios de comunicação no processo de construção social sobre os modos de proceder da sociedade.

O Papel da Memória e a Constituição de Identidades Femininas

A identidade feminina, ao longo do tempo, sofreu inúmeras transformações, especialmente devido à conquista de novos papéis sociais, até então, tidos como função masculina, haja vista o modo como a mulher era considerada pela sociedade, um sujeito destituído de competências e habilidades intelectuais imprescindíveis à resolução dos problemas sociais. Beauvoir (1980) esclarece que perdurou, por certo período, um olhar sobre a mulher como um “segundo sexo”, um ser subserviente ao homem, pois seu modo de vida pressupunha que seu lugar era em casa, tendo em vista seu dever estritamente voltado aos cuidados pela conservação da casa, bem-estar do marido, dos filhos (provendo a criação e educação dos mesmos), do trabalho doméstico, em sentido mais amplo. Mudanças neste cenário social, cultural e histórico puderam ser sentidas de modo mais significativo somente a partir do século XX.

Para se compreender a busca incessante pela emancipação é imprescindível retomarmos o modo de vida dessas mulheres. Como elucida Beauvoir (1980), na Idade da Pedra existia paridade entre homens e mulheres concernente às atividades econômicas que apresentavam relevância à sociedade da época. Ao homem se reservava a caça e a pesca, enquanto à mulher cabia a agricultura. Porém, com o advento da propriedade privada, surge a escravidão (o homem dirige-se aos serviços de outros homens) fazendo despontar a preeminência do homem sobre a mulher, favorecendo ao desenvolvimento de uma cultura a qual ela era vista, naquele contexto histórico, como direito de uso do homem. Esta época deixou a mulher sob o comando do homem, sendo oprimida por uma sociedade patriarcal que a ela só permitia o dever de obedecer. Beauvoir (1980, p.16) ressalta que:

Legisladores, sacerdotes (como Aristóteles e São Tomás), escritores e sábios empenham-se em demonstrar que a condição subordinada da

mulher era desejada no céu e proveitosa à terra. As religiões forjadas pelos homens refletem essa vontade de domínio: buscaram argumentos nas lendas de Eva, de Pandora, puseram a filosofia e a teologia a serviço de seus desígnios.

Durante os últimos quatro séculos, o cenário histórico demarca um trajeto feminino compacto de complexidade e diversidade nas experiências e acontecimentos vivenciados por elas. Entre os séculos XIII e XIV, a moça era entregue do pai para as mãos do padre e em seguida para as do marido, pelo espaço de tempo em que se realizava o casamento. Nesta ocasião, era cedida ao marido a responsabilidade por seus bens, pois juridicamente as mulheres não detinham nenhum direito de os reger conforme sua vontade. A postura adotada deveria se configurar de modo passivo diante do que lhe era imposto, colocando-se em categoria inferior ao homem, subjugando-se. Em torno desse aspecto a feminista Simone de Beauvoir (1980, p.75) se expressa dizendo “a transmissão da propriedade faz-se de pai a filho e não mais da mulher a seu clã. É o aparecimento da família patriarcal baseada na propriedade privada. Nessa família a mulher é oprimida”.

O convento era um outro caminho a ser seguido para aquelas que, na ausência de um candidato para levá-la ao altar, não pudessem constituir e ter um lar com marido e filhos aos seus cuidados. O convento também era destinado àquelas que por ventura evidenciasse um raciocínio concludente com vestígio de resistência. Contudo, Teles, citado por Fujisawa (2006, p.28), explica que a mulher entrando no convento tinha acesso ao conhecimento, o que lhe possibilitava o progresso intelectual e cultural.

Fujisawa (2006) expõe que no término do século XIII se encontravam bem demarcadas as funções exercidas pelos homens e mulheres, competindo a ele servir de escora no abastecimento familiar, o que à época se considerava trabalho exercido apenas pelo homem, pois este tipo de trabalho era desempenhado fora dos compartimentos domésticos. Já a tarefa circunscrita ao funcionamento da casa sobejava às mulheres que cabia desenvolvê-las com resignação e felicidade. Assim, ela foi silenciada em seu percurso histórico. De acordo com Perrot (2008, p.16):

Em primeiro lugar, porque as mulheres são menos vistas no espaço público, o único que, por muito tempo, merecia interesse e relato. Elas atuam em família, confinadas em casa, ou no que serve de casa. São invisíveis. Em muitas sociedades, a invisibilidade e o silêncio das mulheres fazem parte da ordem das coisas.

Perrot (2008) menciona ainda que “as mulheres ficaram muito tempo fora desse relato, como se, destinadas à obscuridade de uma inenarrável reprodução, estivessem fora do tempo, ou pelo menos, fora do acontecimento.” Desse modo, poucos escritos se realizava em torno do feminino, por isso há uma certa dificuldade em vasculhar o passado delas mediante ausência de registros. A razão do silêncio, segundo Perrot (2008, p.17), é “uma desvalorização das mulheres por si mesmas” resultando no aniquilamento dos indícios das produções femininas, sentenciadas por elas mesmas, considerando que valor nenhum teria aquelas informações de ordem pessoal.

Após os movimentos feministas que surgem no século XX, as mulheres iniciam a aquisição ao direito à palavra pública, que ocorre simultaneamente com sua independência, o espaço no mercado de trabalho, obtensões advindas de árduas jornadas e lutas encabeçadas por elas que, ao saírem da vida privada para angariar atividades outras, abarcam com empenho e dedicação o ganho pela igualdade de direitos.

A presença feminina no mundo do trabalho exterior às dependências domésticas, resultou em opressão e exploração em demasia, defrontando como coloca Rago (2009, p.578), “as longas jornadas de trabalho, os baixos salários, os maus-tratos de patrões e, sobretudo, o contínuo assédio sexual”. No início do século XX, quando a industrialização abria um novo panorama de atuação, os intelectuais e conservadores se esforçavam por fixar o lugar das mulheres na sociedade. Foi assim, que a labuta passou a significar a “desgraça” da honra feminina no social, visão que estava agregada à tentativa de se fazer regressar a mulher ao espaço do lar. Como diz Rago (2009, p.585):

Muitos acreditavam (...), que o trabalho da mulher fora de casa destruiria a família, tornaria os laços familiares mais frouxos e debilitaria a raça, pois as crianças cresceriam mais soltas, sem a constante vigilância das mães. As mulheres deixariam de ser mães dedicadas e esposas carinhosas, se trabalhassem fora do lar; além do que um bom número delas deixaria de se interessar pelo casamento e pela maternidade.

Rago (2009) explica ainda acerca da conquista do espaço público, sendo aos poucos, as diversas ocupações profissionais ocupadas pelas mulheres e que, após um processo de intensa modernização na sociedade, foi dissociada a imagem pejorativa em torno da “mulher pública”, delineando sob os padrões iguais aos que se estabelecia ao “homem público. Mas, para se chegar a essas conquistas, tomemos dentro das ocorrências do nosso tempo, os acontecimentos que são as revoluções e as guerras (em consequência as mulheres assumiam os cargos dos homens nas indústrias), contribuindo na transformação dessas fronteiras, além dos movimentos feministas proporcionando as reivindicações pela equidade dos sexos.

Beauvoir (1980) elucida que “foi pelo trabalho que a mulher cobriu em grande parte a distância que a separava do homem; só o trabalho pode assegurar-lhe uma liberdade concreta”. Referente a essa posição, pode-se inferir que, com a inserção da mulher no serviço assalariado, seu caráter de rejeição à sujeição ao homem se concretiza definitivamente facultando sua afirmação enquanto senhora do seu próprio ser, dos seus anseios e decisões.

Concernente ao cuidado com o corpo feminino Fonseca-Silva (2007, p.209) elucida que,

No início da segunda metade do século XX, instaura-se uma nova ordem de poder-saber sobre o corpo, espaço de inscrição de acontecimentos em que beleza e saúde estão associadas. Nessa ordem a beleza deixa de ser um dom e passa a ser construção, atributo que se conquista por meio do governo do corpo, que passa a funcionar a serviço da indústria tecnocientífica do corpo saudável.

Neste sentido, é nesse contexto que se inicia uma intensa divulgação para o culto do corpo detentor da beleza e da saúde, que avança ao longo do tempo por meio da propaganda, estimulando o consumo de produtos que se destinam a facultarem ao público alvo (feminino) a conquista do bem estar e da beleza almejada, características da nova mulher que surgiu a partir dessas mudanças conquistadas e disseminadas para essa mulher da modernidade.

A mulher na mídia

Observando o trabalho da mídia na divulgação dessas novas identidades femininas, será analisada a propaganda da Dermacyd, onde se percebe que um novo panorama se projeta

por meio dos discursos renovados, re-significados e dispostos pela mídia, em que por intermédio da propagação dessa nova mulher, as propagandas apresentam a mulher moderna que melhor se insere no contexto o qual estamos vivenciando.

Assim, a propaganda da Dermacyd veiculada na Revista CARAS (2009), traz uma atriz conhecida nacionalmente (Giovanna Antonelli), e mais três mulheres desconhecidas nacionalmente, porém as quatro mulheres se posicionam na imagem, adotando uma postura semelhante, apregoada pela mídia da mulher atual, uma mulher múltipla que possui inúmeras atribuições, no entanto, se encontra a executar as práticas de si que lhe possibilite estar sempre bela e pronta para a próxima função a assumir.

Com isso, a beleza é posta como consequência de uma adoção às práticas desse cuidado de si, em que essa mulher moderna tem como dever o hábito de caráter estético, buscando o uso da identificação com os dizeres perpassados sobre o que se diz em torno da mulher contemporânea.

Figura



Nesta propaganda tanto a atriz Giovanna Antonelli como as demais mulheres se encontram bem arrumadas, maquiadas, cabelos cuidados e se posicionam numa postura que passa um efeito de mulheres independentes, destemidas, decididas enfim é a imagem da mulher moderna que possui estilo próprio e apresenta várias qualidades. Este texto também nos mostra mulheres vestidas de diferentes maneiras, sua vestimenta diz muito da posição em que está avocando num dado momento do seu dia.

Em seguida analisaremos os enunciados dispostos na propaganda da Dermacyd.

Formulação (A):

“Dermacyd para higiene íntima. Proteção e bem estar diariamente”.

Esta materialidade lingüística, retirada do texto acima, nos aponta o produto de higiene íntima específico para as mulheres, próprio para facultar o bem estar dessa mulher que adota durante o dia variadas funções e que para exercê-las da melhor maneira precisa estar bem. Esta formulação se inscreve na formação discursiva midiática que produz discursos sobre a mulher contemporânea que se constitui como sujeito e que governa seu próprio corpo, estipulando o que adquirir, através do consumo, para obter o que se deseja concernente ao cuidado de si, a saúde almejada e a tão cobiçada identificação dessa nova identidade feminina.

Percebe-se então que este discurso produz o sentido de que consumindo Dermacyd a mulher estará consumindo proteção e todo o arcabouço cultural que envolve os dizeres em torno de como manifestar em suas escolhas a modernidade, presente em seus feitos femininos. Neste sentido, o produto é quase sinônimo da higiene íntima feminina, sendo ajustado às necessidades do cotidiano dessa mulher contemporânea, que dispõe de pouco tempo para estes instantes necessários aos cuidados de si, mas que para tanto é imprescindível que esses momentos sejam amparados por produtos como o Dermacyd, suporte seguro e eficaz dirigido a essas mulheres da atualidade.

Dessa maneira, neste discurso se percebe a estratégia utilizada pela mídia, mais especificamente por esta prática discursiva, articulando meios para persuadir o público alvo de que para conquistar a imagem ambicionada de um ser atual, compactuando com os modos de viver do tempo presente é indispensável tornar-se uma consumidora do produto exposto, refere-se aqui ao que profere Barbosa (2008, p.32), “no mundo moderno, o consumo se tornou o foco central da vida social”. Neste sentido, na sociedade contemporânea o consumo é posto no centro das atenções, pois o discurso vinculado pela mídia, passou a fazer parte da cultura que ao mesmo tempo controla o consumo, construindo por meio deste novas identidades e valores. Fonseca-Siva (2007, p.227), se expressando com relação ao consumo diz, “A cultura do consumo e a cultura de massa coincidem com a ascensão do poder-saber das estéticas do corpo. Esse fenômeno pode ser interpretado como tecnologias do poder disciplinador do corpo.”

Formulação (B):

“Incansável, romântica, vaidosa, batalhadora. Não importa o tipo de mulher que você é. Com Dermacyd você se sente confiante todos os dias.”

No enunciado acima as estratégias discursivas mobilizam os discursos acerca da fragmentação e dispersão das identidades femininas. Isso se dá devido à contemporaneidade, em consequência das inconstâncias e incertezas provenientes das mudanças constantes a que o mundo moderno está sujeito, favorecendo ao surgimento de vários outros modos de viver que também são transitórios, em que Hall (2005), no capítulo 1, conceitua como “crise de identidades”, onde esse novo contexto promove essa dispersão gerando uma mulher multifacetada.

Nesta materialidade lingüística há uma enumeração das qualidades que caracterizam essa mulher da nossa sociedade, e que são aneladas por este público a que a propaganda se dirige. Com isso, de imediato se estabelece uma identificação com esse feminino que reconhece e deseja tornar procedente o que a Dermacyd propõe, oferecendo a esta mulher confiança e segurança, fazendo uma relação que corrobora com a formulação A, haja vista o produto atender segundo o efeito de sentido produzido as expectativas da comunidade a que se destina, isto é, a mulher contemporânea.

Referindo-se ao *corpus* como universo discursivo marcado por instabilidades, Fernandes (2007, p.82), postula que:

Para a análise e interpretação de um *corpus* nessa perspectiva teórica, considerando a própria natureza do objeto, precisamos sair da

materialidade lingüística em questão para compreendê-la em sua exterioridade, no social, espaço em que o lingüístico, o histórico coexistem em uma relação de implicância, compreendidos como discursos.

Nesta direção, é que se enfatiza no enunciado, aspectos referentes às identidades possíveis que uma mulher no mundo atual possa introjetar ao seu modo de vida, não sendo direcionada a que assumiu por muito tempo como dona de casa, mãe e esposa, enfim de uma postura conservadora e de funções restritas, mediante o contexto histórico no qual estava inserida.

Assim, o discurso ao ser produzido se torna resultado das posições ideológicas em que se inscreve no social, que conforme se refere Orlandi (2009, p.43), “A formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito.” A partir dessa asserção, se pode concluir que a formulação B se inscreve em uma formação discursiva midiática que produz discursos que determinam o que se pode e deve ser dito sobre a mulher de hoje.

Dessa forma, nossa cultura possibilita esses dizeres onde uma prática discursiva como a midiática quer tornar visível por meio do dizível que a mulher moderna é esse tipo de mulher que agrega esses modos de viver, ela é “*incansável, romântica, vaidosa e batalhadora*” atinente a heterogeneidade constitutiva do discurso sobre a mulher contemporânea multifacetada.

Formulação (C)

“Mulher Dermacyd. Não tem como não ser.”

No jogo do verbal e do não verbal, gerado em torno do consumo da sociedade contemporânea, mulher e Dermacyd, mostram-se com valor de identificação e semelhança. De acordo com Silva (2000, p.18), “os anúncios só serão eficazes no seu objetivo de nos vender coisas se tiverem apelo para os consumidores e se fornecerem imagem com os quais eles possam se identificar”. Mediante este fato, na formulação lingüística supracitada, observamos um efeito de verdade formulado pela mídia para essa nova mulher, no qual não há outro meio de se sentir protegida e segura se não consumindo dermacyd. Assim, o produto assume uma identificação muito próxima da identidade feminina atual, em que pensar em Dermacyd é também pensar na mulher de hoje.

Esses enunciados são construídos em forma de convite ao cuidado de si como traço peculiar da nossa cultura, na tentativa de estabelecer associações entre a saúde e o consumo que são discursivizados nas formulações dispostas no texto e outras possíveis na condição de reformulações presentes na materialidade discursiva. É assim como são entendidos no modo como fazem circular a maneira de viver da identidade feminina contemporânea, atuações que ela deve considerar para se tornar moderna. Por isso, a reformulação a qual intentamos, se configura da seguinte forma:

Reformulação

“Mulher Dermacyd = Mulher contemporânea”

Nesta disposição se confere como a mídia constrói discursivamente a imagem da mulher moderna, onde ser contemporânea implica usar, consumir Dermacyd. O produto Dermacyd simboliza a mulher que está em voga, na moda, por que não dizer mulher e Dermacyd se transforma em uma coisa só, onde um remete ao outro no campo da memória social.

Assim, nos discursos que disseminam o cuidado de si, materializados nas formulações expostas acima, cuidar do corpo passa a ser imprescindível ação dessa mulher de hoje, que tem como compromisso próprio cuidar de si, afirmar-se enquanto sujeito de si, e que, por conseguinte, se sentir bem consigo mesmo. Dessa maneira, o belo está imbricado ao bem-estar e a saúde, que são resultados da escolha de se fazer uso de produtos que tornam a mulher mais contente consigo mesma, favorecendo-a à se comprazer com sua imagem.

Considerações finais

As discussões travadas neste trabalho contribuem para uma melhor compreensão de como a mídia constrói discursivamente as identidades femininas contemporâneas. Assim, para angariarem como retorno da circulação das propagandas com as quais as mulheres se identifiquem com os produtos difundidos, os discursos e imagens vinculados por meio das propagandas buscam representar a mulher atual com uma imagem que agrade as expectativas desse público concernente ao modo de se pensar o feminino moderno.

Na propaganda analisada percebe-se os discursos em torno das identidades femininas contemporâneas, abordando uma nova subjetividade feminina, entre permanências e redescrições das velhas identidades de gênero e sexualidade e que passaram a ter como prática o cuidado de si, para assim se fazerem vistas e se sentirem mulheres atuais e antenadas.

Percebe-se ainda uma demonstração da relevância da mídia em desempenhar uma discursivização em torno da divulgação e produção desse novo perfil feminino, dessas novas identidades da modernidade que se ocupam em cuidar do seu bem-estar.

No mais, vê-se a importância dessa pesquisa para melhor se compreender as transformações a que as identidades estão sujeitas por estarem imersas em um contexto propiciador, favorecendo a efemeridade nas ações diárias, no que resulta numa falange de atuações, de identidades e de práticas estéticas apregoadas pela mídia e oferecidas ao sujeito contemporâneo.

Portanto, consideramos necessário que se aprofundem e se ampliem novas pesquisas nesse campo de estudo, em torno dessa discursivização sobre as identidades femininas estimuladas pelos meios de comunicação e movidas pelos sujeitos contemporâneos.

Referências

ACHARD, P. Memória e produção discursiva do sentido. in: ACHARD, Pierre et al. **Papel da memória**. Tradução e introdução José Horta Nunes, 2.ed. Campinas. São Paulo: Pontes, 2007.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt; MAY, Tim. O cuidado de nós: corpo, saúde e sexualidade. In: _____ **Aprendendo a pensar com a sociologia**. Tradução Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo sexo: fatos e mitos**. Tradução de Sergio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

- DAVALLON, Jean. A Imagem, uma Arte de Memória? In: ACHARD, Pierre et al. **Papel da memória**. Tradução e introdução José Horta Nunes, 2.ed. Campinas. São Paulo: Pontes, 2007.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do discurso**: reflexões introdutórias. 2.ed. São Paulo: Claraluz, 2007.
- FONSECA-SILVA, Maria da Conceição. **Poder-Saber-Ética nos Discursos do cuidado de si e da Sexualidade**. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2007.
- FOUCAULT, M. **A Ordem do discurso**. 17.ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996 [1971].
- FUJISAWA, Marie Suzuki. **Das Amélias às Mulheres Multifuncionais**: a emancipação feminina e os comerciais de televisão. São Paulo: Summus, 2006.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. **Análise do discurso e mídia**: a (re)produção de identidades. Revista Comunicação, mídia e consumo. São Paulo, v.4, 2007.
- HALL, Stuart. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 10.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 8.ed. Campinas, SP: Pontes, 2009.
- _____. **Interpretação**; autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1996.
- PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. Tradução Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: contexto, 2008.
- RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. In: PRIORE, Del Marie (org.). **História das mulheres no Brasil**. 9.ed. São Paulo: Contexto, 2009.