



Acta Scientiarum. Language and Culture

ISSN: 1983-4675

eduem@uem.br

Universidade Estadual de Maringá

Brasil

Ribeiro de Oliveira, Mirian

A brancura institucionalizada: uma estratégia dos gêneros discursivos denominados de rótulos

Acta Scientiarum. Language and Culture, vol. 32, núm. 2, 2010, pp. 191-197

Universidade Estadual de Maringá

.jpg, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=307426644003>

- Como citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

A brancura institucionalizada: uma estratégia dos gêneros discursivos denominados de rótulos

Mirian Ribeiro de Oliveira

Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Federal da Paraíba, 58051-900, Cidade Universitária, João Pessoa, Paraíba, Brasil. E-mail: olivermirian@yahoo.com.br

RESUMO. Este artigo tem como objetivo primordial analisar os discursos institucionalizados pela indústria da beleza e estética, enquanto ferramentas discursivas que atendem à lógica da identidade legitimadora, numa tentativa de estabelecer o dito como verdadeiro, provocando uma cadeia de sentidos que discrimina não só produtos, como pessoas, contribuindo para o padrão da brancura. Além disso, pretende discutir as relações de poder, enquanto categoria que circula e é exercida pelos indivíduos.

Palavras-chave: discurso, estratégias discursivas, identidade, poder.

ABSTRACT. The institutionalized whiteness: a strategy of discourse genres called label. This article aims to analyze the speeches institutionalized by the industry of beauty and aesthetics as discursive tools that meet the logic of legitimizing identity. The paper attempts to establish the saying as true, causing a chain of meaning that discriminates not only products, as people, contributing to the standard of whiteness. It also intends to discuss the relations of power as category of circulation exercised by individuals.

Key words: discourse, discursive strategies, identity, power.

Introdução

Partindo do entendimento de que a palavra não pode estar desvinculada dos processos histórico-sociais, o caminho a ser trilhado passa pelo âmbito do discurso, compreendendo-o não enquanto conjunto de textos, mas como prática, em que a regularidade é encontrada não pela análise do produto e, sim, pelos processos de produção (ORLANDI, 1999), bem como um jogo de relações, em que a elucidação é oriunda “não da interpretação dos fatos enunciativos, mas da análise de sua coexistência, de sua sucessão, de seu funcionamento mútuo, de sua determinação recíproca, de sua transformação independente ou correlativa” (FOUCAULT, 2007, p. 33).

Entendemos o discurso, além disso, enquanto ação social. Ainda sob a ótica de Orlandi (1999), a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a idéia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando. Sob esta perspectiva, para falar em discurso, é necessário considerar os elementos que tem existência no social, as ideologias, a história.

É importante lembrar que este artigo é oriundo de um projeto de pesquisa intitulado A Rotulação da

Brancura: o discurso do branco e para o branco que nasceu do anseio de evidenciar o quanto a língua e a cultura estão eminentemente entrelaçadas. Não se pode perder de vista o fato de que as terminologias, as palavras, não são empregadas aleatoriamente, mas nascem de um seio social e é neste espaço e, por ele, que ganham os mais diferentes sentidos, considerando a posição, o lugar sócio-histórico-ideológico daqueles que enunciam.

A construção de um discurso institucionalizado

Neste sentido, a vontade de analisar os rótulos e propagandas das indústrias da beleza e estética, tendo como foco o preconceito racial, a construção de tipos, tornou-se crescente, considerando a contemporaneidade do assunto, somado ao desejo de trazer à luz o fato de que os discursos nunca são destituídos de intenção, de interesse, de sentidos vários. E, ao apresentar um produto, nas mais diversas prateleiras, as indústrias fazem uso de um chamamento, uma abordagem do produto como apresentação precípua, mediante rótulos e propagandas, que vão, gradativamente, criando tipos, construindo perfis, que cooperam para um padrão preestabelecido, especialmente no que se refere ao padrão de beleza dos cabelos, das peles, das cores de peles, enfim, do tipo que a indústria coloca em voga. Neste caso, acreditamos que o sujeito-autor se

apropriada de um discurso para evidenciar um dizer que é oriundo do branco e se destina ao branqueamento como verdade absoluta. O que desencadeou o título *A Rotulação da Brancura*: o discurso do branco e para o branco.

Somos estimulados, além disso, pelo poder dos discursos que resistem, acreditando que eles circulam, não estando apenas no dizer institucionalizado, mas naqueles que contrariam o preestabelecido. É a identidade de resistência que também nos atrai: uma tipologia oferecida por Castells (2000) que traduz um discurso de atores pertencentes a grupos desvalorizados ou estigmatizados pela lógica da dominação. Mediante os discursos dos rótulos e propagandas, então, será discutido um tipo de poder que não é peculiar apenas ao sujeito que cerceia, controla o verdadeiro, mas aos demais sujeitos que se aparentam como submissos a uma cadeia discursiva. Todavia, são interpelados em sujeitos pelo poder da resistência. Trazer à baila esta discussão é um dos aspectos que torna a pesquisa um desafio. Afinal, assim como aqueles, estes também utilizam ferramentas discursivas para desencadear a insatisfação, apropriando-se de discursos para se posicionarem contra as desigualdades sociais. É mediante o discurso público – discurso político, a comunicação de massa, a educação, a pesquisa, a internet, de modo especial – que as minorias étnico-raciais denunciam, alertam a sociedade e criticam a ideologia dominante. Do contrário, a situação tenderia a se perpetuar.

Assim, o foco é a discussão das formações discursivas veiculadas pelos gêneros discursivos – rótulos e propagandas – das indústrias já citadas. Objetivando elucidar questões étnicas e raciais estreitamente relacionadas ao comportamento e posturas adotadas por um sujeito-autor que se empodera, quando traz à tona um discurso controlado, cerceado e ratificado pela ciência, pelas sociedades do discurso, no dizer de Foucault (1996), ou pela elite simbólica, para Van Dijk (2008).

Destacando que o artigo tem como objetivo primordial analisar os discursos institucionalizados enquanto ferramentas discursivas que atendem à lógica da identidade legitimadora, bem como discutir as possibilidades, a existência de um confronto de idéias que suscitam a identidade de resistência.

Nas mais diversas situações do cotidiano, deparamo-nos com a exposição e manuseio de produtos da indústria de beleza e estética. Entretanto, dificilmente, paramos para refletir sobre os efeitos de sentido dos dizeres que acompanham

produtos e embalagens. Isto não é peculiar apenas a essa situação. Afinal, muitas camisetas estampam discursos que passam despercebidos aos olhos de muitos indivíduos. Geralmente, esses produtos são expostos ao sujeito-leitor que se interessa pelo chamamento. Em muitas marcas de shampoo, por exemplo, é fácil encontrar produtos que estampam, de imediato, o seguinte rótulo: “shampoo para cabelo normal”. De imediato, parece natural acreditar que existem cabelos normais. Todavia, ao refletir sobre o princípio da normalidade, sobre o discurso enquanto prática social, emergem muitas inquietações: qual a intenção em especificar um tipo de cabelo em “normal”? Quem elegeu um cabelo como normal? Diante dessa especificidade, interpreta-se que há outro que não é normal, isto é, há, nessa formação discursiva, uma ideologia que cria tipos, rotula, discrimina, não só o produto, mas pessoas.

É importante ressaltar que se pressupõe a existência de uma intenção, motivada pelos mais diversos interesses, vez que os tipos não são construídos por acaso. Há uma articulação entre intenção e convenções sociais. E estas não são apropriadas de maneira individual, há uma formação social de apropriação da linguagem em que está refletida sua ilusão de sujeito, sua interpelação feita pela ideologia. Entendemos, então, que os indivíduos recebem como evidente o sentido do que ouvem, dizem, lêem ou escrevem a partir do momento que são interpelados em sujeitos pela ideologia. Pêcheux (1988) enfatiza que parece um paradoxo, mas os sujeitos nunca deixaram de ser sempre sujeitos, mas é pela constituição de sentido que o sujeito se constitui ideologicamente. E os sentidos dependem da posição social que os indivíduos ocupam, do lugar social de onde falam os sujeitos. O efeito de sentido produzido em cada um não existe em si mesmo, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico.

No nosso objeto de estudo, por exemplo, é a ideologia que fornece a evidência do que vem a ser “normal”. Evidências que fazem com que as palavras digam o que realmente dizem e que mascaram, sob a suposta transparência da linguagem, o caráter material do sentido, das palavras e dos enunciados. A formação discursiva “shampoo para cabelos normais” tornou-se tão evidente, que as indústrias a utilizam em seus rótulos sem nenhum desconforto.

Vale destacar que essa normalidade está associada a um tipo de pessoas que são definidas por uma cor da pele. Neste caso, à pele branca. Ao buscar as raízes discursivas desse privilégio, seu a priori histórico – um arquivo (FOUCAULT, 2007) ou a

memória discursiva (PÊCHEUX, 1988), “já que o novo não está naquilo que é dito, mas no acontecimento de seu retorno” (FOUCAULT, 1996, p. 26), Guimarães (2008) destaca que muitas estratégias discursivas foram empregadas a fim de que todos, independente da cor, fossem convencidos de uma igualdade, cujo objetivo era desmobilizar uma identidade social, desfazendo-a, mediante o princípio da raça¹. A discursividade das denominações raça e negro foram gradativamente construídas, seguindo um verdadeiro percurso histórico de reversão de sentidos: primeiro, foram os europeus que utilizaram o termo para designar pessoas e povos de cor mais escura. Para um grande número de europeus, o encontro com africanos deu-se apenas depois das conquistas do século XVI. Os relatos indicam que a cor negra dos africanos foi o que mais chamou a atenção dos conquistadores e aventureiros, brotando, dessa forma, um sentido negativo ou preconceito, tendo em vista que, no simbolismo das cores, no Ocidente Cristão, o negro significava a derrota, a morte, o pecado; enquanto o branco significava o sucesso, a pureza e a sabedoria. Em contrapartida, para os africanos, o branco representava o demônio (GUIMARÃES, 2008, p. 12).

Todavia, como os europeus, ao se depararem com os negros da África, já praticavam a subserviência de uns sobre os outros, especialmente em relação aos povos conquistados, tornando a inferiorização um processo natural, a lógica européia se sobrepôs aos demais povos. Além disso, ainda conforme Guimarães (2008, p. 15-17), o cristianismo também contribuiu sobremaneira para que o sentido pejorativo da cor negra se tornasse preponderante. Isto porque, tentou explicar a inferiorização de alguns povos como decorrência de sua descendência e não a partir de seu local de habitação, ao atribuir tal situação a uma falha de comportamento original e ao instituir a cor como marca da maldição. Os negros ficaram conhecidos como descendentes de Cã: uma explicação dada por filósofos religiosos, como São Jerônimo ou Santo Agostinho para explicar a subordinação de alguns povos sobre os outros, a partir da passagem bíblica da maldição de Cã. O filho de Noé, chamado Cã, ao ver seu pai embriagado e nu, zomba dele que o amaldiçoa, dizendo que ele e seus descendentes serão “os serventes dos serventes” de seus irmãos. Esta história, nos séculos XVI e XVII, é alterada para incluir passagens que referem aos negros como descendentes de Cã.

Posteriormente, negro tornou-se designação de pessoas e povos de *status* social ou constituição biológica inferior, escravos ou povos submissos; para, num terceiro momento, servir de autodesignação desses mesmos povos em seus movimentos de libertação colonial e recuperação de auto-estima. Uma construção histórico-ideológica que varou o tempo, portanto, e tenta se evidenciar nos dizeres da contemporaneidade, numa constituição de sujeitos, constantemente interpelados por estratégias discursivas, imbuídas de sentido.

Logo, a existência do sujeito pressupõe a ideologia e vice-versa. Este, conforme o próprio Pêcheux (1988, p. 152), é um conceito por fazer, associado a outros discursos, inclusive ao inconsciente. Grosso modo, a ideologia está eminentemente entrelaçada ao sujeito enquanto ser social. Na sociedade capitalista, seu funcionamento se dá nas relações sociais de produção, a ponto de abranger as determinações de classe e os horizontes culturais dos seus integrantes. Interpelado em sujeito ideológico, portanto, cada um tem a impressão de estar fazendo livre escolha, exercendo um livre arbítrio, quando, na verdade, está ocupando o seu lugar social em uma classe antagônica.

Este processo, de constituição de indivíduos em sujeitos, não ocorre de uma única maneira, em condições iguais para todos os homens da sociedade, mas através de um conjunto complexo e diversificado de formas pelas quais opera a ideologia. Tal diversidade de tomada pela ideologia consiste em formas específicas de ideologias. O racismo pode ser uma delas.

Todavia, é o próprio Pêcheux (1991) quem alerta que a ideologia é uma categoria eminentemente ligada a outras e, portanto, de difícil concepção. Ademais, o objetivo primordial ao tomá-la como categoria essencial é expor as bases para uma teoria materialista do discurso, acrescenta o autor. Para tanto, ele se utiliza da ampla visão marxista – o materialismo dialético e o materialismo histórico, e da teoria de Althusser – os aparelhos ideológicos do estado.

(...) mas também há de perceber que, quanto a essa questão, e apesar de importantes estudos recentes, o trabalho teórico essencial ainda está por fazer. Quero sobretudo evitar a impressão, muito difundida hoje em dia, de que já temos as respostas. Na verdade, os slogans não preenchem a hiante ausência de uma articulação teórica bem elaborada entre a ideologia e o inconsciente: estamos ainda na fase de “vislumbres” teóricos dentro de uma obscuridade preponderante. Neste estudo, pretendo restringir-me a chamar atenção para algumas ligações cuja

¹ Em trabalhos anteriores, já discutimos como as questões étnicas e raciais ganharam corpo de uma visão que também tentou se amparar no discurso verdadeiro, no darwinismo social.

importância talvez tenha sido subestimada, sem realmente afirmar que esteja formulando a verdadeira questão que rege a relação entre essas duas categorias. Permitam-me apenas ressaltar que o traço comum a essas duas estruturas, respectivamente chamadas de ideologia e inconsciente, é o fato de elas operarem ocultando sua própria existência, produzindo uma rede de verdades “subjetivas” evidentes, com o “subjetivas” significando, aqui, “não que afetam o sujeito”, mas “em que o sujeito se constitui”. (...) Todo o meu trabalho encontra sua definição aqui, nesse vínculo da questão da constituição do sentido com a constituição do sujeito, um vínculo que não é marginal (como por exemplo, o caso especial dos “rituais” ideológicos de ler e escrever), mas que se situa dentro da própria tese central, na figura da interpelação (PÊCHEUX, 1991, p. 148-149).

As pistas desse discurso, as marcas, são deixadas pelas formações discursivas que representam na linguagem as formações ideológicas que lhes são correspondentes. Para Pêcheux (1988, p. 161), as primeiras são:

aquilo que numa formação ideológica dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.); as segundas dão as primeiras um sentido, a depender da posição ocupada por aqueles que a empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, as formações ideológicas.

Considerando o discurso em foco, outras leituras são cabíveis, e um recorte pelo viés das categorias Cultura e Identidade é uma dessas possibilidades para reflexão teórica e metodológica de pesquisa. Destacando que os gêneros discursivos denominados de rótulos e propagandas são entendidos, neste trabalho, como dispositivo para produção de identidade. Grosso modo, vale lembrar que a tipologia oferecida por Castells (2000) – identidade legitimadora, identidade de resistência e identidade de projeto, bem como as concepções de sujeito cultural, sujeito traduzido, dentre outras advindas das discussões de Hall (2006) e Bauman (2005) são instrumentos teóricos imprescindíveis para a análise discursiva em foco. Estes teóricos ressaltam, também, que a concepção da categoria Identidade passa por um terreno de disputa, tendo em vista sua complexidade, não obedecendo a nenhuma linearidade. Foi necessário que houvesse uma ruptura com um sujeito para que outro se ascendesse na arena pós-moderna ou para que o sujeito se descentrasse, desencadeando um processo

que transita entre nascimento e morte do sujeito moderno. Logo, há uma crise de identidade, em que os sujeitos se questionam, fragmentam-se, abalando as estruturas até então conhecidas e vivenciadas, que trazem à baila sentidos diversificados. O que leva Hall (2006, p. 13) a afirmar que “uma identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia”.

Sob a ótica da identidade legitimadora, o cabelo estabelecido como “normal” passou por um processo que não corresponde mais à diversidade, às várias possibilidades de existência. Um paradoxo, portanto, tendo em vista que, na contemporaneidade, há um não conformismo bem presente nas relações, no cotidiano, de maneira geral. Todavia, em relação ao padrão de beleza, aconteceu o contrário: um padrão identitário foi adotado como convenção social, impregnado de tal forma que as indústrias, enquanto sujeitos-autores, passaram a ser as mais fiéis guardiãs desse discurso padronizado, zelando e velando pelo preestabelecido, criando tipos que desencadeiam um outro processo: a discriminação. Logo, todos deveriam ter um cabelo dito normal, liso, portanto. O cabelo liso é peculiar a quem? Evidentemente, à pessoa de cor branca.

Portanto, o discurso predominante, legitimador do “cabelo tido como normal” passou a ter uma espécie de comunidade que reivindica o espaço da exposição como discurso de ratificação, certeza daquele dizer. No dizer de Bauman (2005, p. 17), é a existência de comunidade, de possibilidade de exposição, que traz à tona a identidade.

Para Bauman (2005), essa exposição a comunidades pertence a dois tipos: de vida e de destino. O discurso institucionalizado da indústria de beleza e estética impele o indivíduo a se tornar sujeito dessa cadeia discursiva de identidade de destino. No entanto, a identidade desencadeada por esse discurso não é fixa, devido à existência de inúmeras idéias a que se é exposto, um mundo de diversidades e policultural. Dessa forma, impelidos em sujeitos, os indivíduos passam a fazer escolhas, reconsiderar escolhas, comparar, tentar conciliar demandas. Por isso, Bauman (2005, p. 17) ressalta que:

O pertencimento e a “identidade” não tem a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade”. Em outras palavras, a idéia de “ter uma identidade” não vai ocorrer às pessoas enquanto o “pertencimento” continuar sendo o seu destino.

Diante de nosso objeto de estudo, esta posição suscita muitos questionamentos: o fato de a indústria instituir um dizer como verdadeiro, de que há um cabelo, uma pele, como “normais” não estaria deslocando os sujeitos a um senso único de pertencimento, como se todos os sujeitos fossem impelidos a pensar: “eu não sou negro ou pardo ou moreno, eu sou normal, eu sou branco?” O dizer que se ampara no discurso do verdadeiro, na ciência, não estaria contribuindo para um único tipo de auto-definição como verdade absoluta? E a sociedade, acostumada a esse dizer, não estaria cobrando essa posição de auto-definição dos indivíduos-sujeitos? O “normal” – enquanto espaço discursivo de identidade – é uma escolha dos sujeitos ou é mais uma seta lançada pelas pessoas em volta, pelo sujeito-autor, mediante um saber institucionalizado, para ratificar o verdadeiro, o padrão da brancura? O padrão discursivo do branqueamento que o sujeito-autor tem tentado construir não caminha na contramão do discurso da identidade, tendo em vista seu caráter frágil e provisório? Ao instituir o “normal” como verdadeiro, a sociedade não estaria deixando de lado ou perdendo sua característica cultural? Com o discurso que impele os indivíduos a adoção de um padrão, o que o sujeito-autor pretende silenciar? São inúmeros os questionamentos que o momento não contempla responder, mas que são instigadores para uma pesquisa continuada.

Todo esse jogo de relações, sob a ótica de Foucault (apud GREGOLIN, 2006), remete a categorias básicas, a tríade: poder, saber e verdade. Isto porque, o mundo pós-moderno abre espaço para um novo discurso mediante o sujeito que é constantemente impelido por representações sociais, por individualizações criadas pelo poder globalizador. Conforme Foucault (2005, p. 19-28), o que está em jogo não é a definição de poder, mas determinar, em seus mecanismos, os diferentes dispositivos de poder que se exercem, em níveis diferentes da sociedade, em campos e com extensões tão variadas, vez que o poder não se dá, nem se troca, nem se retoma, ele se exerce e só existe no ato. E as múltiplas relações de poder perpassam, constituem o corpo social, não podendo se dissociar, nem se estabelecer ou tampouco funcionar sem uma produção, acumulação, circulação do discurso verdadeiro.

Dessa forma, o poder questiona, não pára de inquirir, de registrar e, especialmente, ele institucionaliza a busca da verdade, profissionalizando-a, recompensando-a, levando o sujeito a se submeter à verdade, no sentido de que a verdade é a norma. “É o discurso verdadeiro que, ao menos em parte decide; ele veicula, ele próprio propulsa efeitos de poder” (FOUCAULT, 2005, p. 29).

De um lado, está um jogo de verdade institucionalizado que carrega em sua teia discursiva um elemento crucial: um dizer amparado, autorizado e delegado pela ciência. Quem tem direito a entrar na ordem desse discurso verdadeiro, se não a ciência? A validação do conhecimento científico é, portanto, uma questão de poder. Observem o fundo de um vasilhame de shampoo, ou pote de creme, por exemplo, lá vai estar um discurso autorizado, detalhado, que estabelece qual é a composição de um shampoo dito “normal”. Do outro, o sujeito-leitor que, dificilmente, mantém um diálogo com esse discurso metódico. O que, a primeira vista, lhe chama atenção é o chamamento, o que vem a frente do produto ou embalagem – a formação discursiva, além do interesse pela marca de autoria, quem assina aquele produto, a que marca ou grife pertence. As indústrias, conhecedoras dessa fragilidade dos sujeitos-leitores, se apropriam de um discurso legitimador que institui padrões. Parafraseando Van Dijk (2008), as indústrias na pós-modernidade estariam cumprindo o papel de elite simbólica, ao escolher, determinar que tipo de dizer deve proliferar, circular. Um discurso liderado por quem domina, portanto; para Foucault (1996), tais indústrias se encaixariam na sociedade do discurso, pelo caráter institucional.

Vale destacar que, quando empregamos o adjetivo acima, em relação aos sujeitos-leitores, é para enfatizar o quanto a vontade de se enquadrar em um tipo, num padrão identitário, o torna flexível à situação.

Além dessa formação discursiva da normalidade, existem muitas outras que interessam a este trabalho. Entre elas, aquela que se refere também a shampoos: “shampoo disciplinador”. O dito, neste momento, deixa pistas, inferências, para o não-dito: se há uma alternativa para disciplinar algo, existe também uma outra possibilidade: o não disciplinado – aquele que se desvia, que não se enquadra ao preestabelecido. Somado a isso, a formação discursiva produz efeitos de sentido de negação, de algo que precisa de cuidados, dar jeito, entrar com providência, vez que o que não está disciplinado é feio, aos olhos dos costumes, da identidade legitimadora (CASTELLS, 2000). E, ao disciplinar-se, em que grupo estaria o sujeito usuário? Com quem se identificaria de maneira efêmera? Que razões levam o sujeito-enunciador a se apropriar desse discurso? Qual é o alcance dessa estratégia discursiva?

Para Van Dijk (2008, p. 18), apesar da sutileza e complexidade do discurso racista, a elite simbólica emprega princípios organizadores globais para engendrar, tecer o dito. Assim, eles, geralmente, estão presentes em todos os discursos de base

ideológica, aplicados em todos os níveis de discurso (sonoros, visuais, significados e ação) e são tendenciosos a resumir as propriedades discursivas locais e globais da forma como os membros de dentro falam e escrevem sobre eles. A ênfase repousa nos seguintes aspectos: “ênfaticam os aspectos positivos do Nós, do grupo de dentro; enfatizam os aspectos negativos do Eles, do grupo de fora; não enfatizam os aspectos positivos do Eles; não enfatizam os aspectos negativos do Nós”.

Dessa forma, ainda conforme Van Dijk (2008, p. 20), nossos discursos e outras ações são baseados em modelos mentais – planos, que são informados por ideologias e atitudes socialmente compartilhadas, estabelecendo, assim, um círculo vicioso que denota o quanto o discurso está crucialmente envolvido na reprodução do racismo, em geral, e na formação de ideologias racistas subjacentes, em particular.

Vale destacar que as amarras de empoderamento sobre as quais tratamos, só serão enfrentadas pelos sujeitos se estes, a princípio, conhecerem-se a si mesmos. Trata-se da ética de si no discurso (FOUCAULT, 2006b, p. 9-23). O conhecer a si está intrinsecamente ligado à reflexão: que sujeito sou eu no mundo em que vivo? E, para se conhecer, os sujeitos têm que buscar saber, e este saber é sinônimo de conhecimento e de poder. Assim, as práticas discursivas passam a constituir dispositivos de conhecimento de si. Ao se deparar com um rótulo do tipo “shampoo disciplinador”, a subjetividade, intrinsecamente ligada à identidade, estará inquieta: que tipo de sujeito sou eu que precisa disciplinar os cabelos para ser aceito pela sociedade? Que sociedade é esta que me impele a disciplinar os cabelos? Ou: quem acha que pode me mandar disciplinar os cabelos? Os cabelos são meus e eu os mantenho do jeito que quiser, pois quero preservar o que sou, a minha identidade.

Na esteira desse pensamento, Foucault (2006b, p. 71) destaca o cuidado de si, o ocupar-se consigo mesmo: (...)

“o ocupar-se consigo mesmo”, quer designar, na realidade, não certa relação instrumental da alma com todo o resto ou com o corpo, mas, principalmente, a posição, de certo modo singular, transcendente, do sujeito em relação ao que o rodeia, aos objetos que dispõe, como também aos outros com os quais se relaciona, ao seu próprio corpo e, enfim, a ele mesmo.

Dessa forma, diríamos que “o cuidado de si” é também cultural, vez que a constituição de indivíduos em sujeitos depende da cadeia discursiva

em que estão inseridos, das relações mediadas pelas práticas sociais. Afinal, que concepção de cultura caberia neste universo? Dificilmente, teríamos uma resposta cabível. Todavia, a preferência ancora-se naquela que considera cultura uma construção histórica, seja como concepção ou dimensão do processo social: a cultura não é algo natural, não é uma decorrência de leis físicas ou biológicas. A cultura é um produto coletivo da vida humana e, como tal, não é uma camisa de força das dimensões da sociedade, razão que dificulta uma possível classificação. Somado a isso, a cultura é uma categoria eminentemente ligada a poder e saber (SANTOS, 2007).

Por mais paradoxal que pareça, no chamado mundo globalizado, “o cuidado de si” tornou-se mais difícil, pois se de um lado há uma forte tendência para o sujeito traduzido (HALL, 2006) – aquele que já passou por vários espaços culturais e incorporou discursos diversificados: posturas, comportamentos, modismos, dialetos; ou mesmo aquele que se fixou em um determinado espaço cultural, mas que tem condições de acesso a vários mundos no mesmo mundo e, portanto, não possui o mesmo senso de pertencimento – por outro, há uma luta oriunda de um processo também globalizador, luta política e eminentemente econômica que visa à padronização, à supremacia de uns sobre os outros e, nesta cadeia discursiva, “o cuidado de si” precisa de um mestre. Neste caso, a indústria, que não produz um discurso sem intenção, vez que é amparado e mediado por sentidos, torna-se o guia, o mestre para globalizar um padrão, instituindo identidades. No dizer de Foucault (2006a, p. 270-271), o cuidado de si passa pela relação com o outro, pelo ethos:

O cuidado de si é ético em si mesmo; porém implica relações complexas com os outros, uma vez que esse ethos da liberdade é também uma maneira de cuidar de outros; (...) Além disso, o cuidado de si implica também a relação com um outro, uma vez que, para cuidar bem de si, é preciso ouvir as lições de um mestre. Precisa-se de um guia, de alguém que lhe diga a verdade. Assim, o problema nas relações com os outros está presente ao longo desse desenvolvimento do cuidado de si.

Considerações finais

Consciente de que se trata de conclusões provisórias, é perceptível que há um processo de dominação mediado pela institucionalização do saber industrial que intenciona definir *o cuidado de si*, para os sujeitos sociais, a constituição de indivíduos em sujeitos, portanto, quando passa a definir uma

cadeia discursiva que impele a um padrão: shampoo para “cabelo normal”, shampoo “controlador”, shampoo “disciplinador”.

Todavia, é o próprio Foucault (2005, p. 35) quem alerta sobre a circulação do poder, vez que ele não se encontra fixo, perpétuo em nenhuma instância, devido a sua funcionalidade de circulação:

O poder, acho eu, deve ser analisado como uma coisa que circula, ou melhor, como uma coisa que funciona em cadeia. Jamais, ele está localizado aqui ou ali, jamais está entre as mãos de alguns, jamais é apossado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona. O poder se exerce em rede e, nessa rede, não só os indivíduos circulam, mas estão sempre em poder de exercê-lo. Jamais eles são o alvo inerte ou consentidor do poder, são sempre seus intermediários. Em outras palavras, o poder transita pelos indivíduos, não se aplica a eles.

Portanto, é sob esta ótica que pretendemos trilhar o trabalho projetado, evidenciando as relações de poder intrinsecamente ligadas à instituição de um padrão que estereotipa não só produtos como pessoas, constituindo sujeitos, ao mesmo tempo em que impele a uma identidade legitimadora, bem como as possibilidades de resistir à dominação, diante de um mundo social que desloca e descentraliza sujeitos.

Referências

- BAUMAN, Z. **Identidade**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- CASTELLS, M. **O Poder da identidade**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. Tradução: Klaus B. Gerhardt. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996.
- FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France. Tradução: Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- FOUCAULT, M. **Michel Foucault**: ética, sexualidade e política. Tradução: Elisa Monteiro e Inês Autran D. Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006a.
- FOUCAULT, M. **A hermenêutica do sujeito**. Tradução: Márcio Alves da Fonseca e Salma T. Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2006b.
- FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Tradução: Luiz Felipe B. Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- GREGOLIN, M. R. **Foucault e Pêcheux na análise do discurso** – diálogos e duelos. São Carlos: Claraluz, 2006.
- GUIMARÃES, A. S. **Preconceito racial**: modos, temas e tempos. São Paulo: Cortez, 2008.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- ORLANDI, E. P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.
- PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. São Paulo: Unicamp, 1988.
- PÊCHEUX, M. O mecanismo do (des)conhecimento ideológico. In: ZIZEC, S. (Org.). **Um mapa da ideologia**. Tradução: Vera Ribeiro. São Paulo: Contraponto, 1991.
- SANTOS, J. L. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- VAN DIJK, T. A. **Racismo e discurso na América Latina**. São Paulo: Contexto, 2008.

Received on July 12, 2009.

Accepted on August 10, 2010.

License information: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.