

**SUBJETIVIDADES EM CONSTRUÇÃO: ANÁLISE BAKHTINIANA DA SEÇÃO  
“TERAPIA DE GRUPO” (REVISTA “CAPRICHÓ”)<sup>1</sup>**

*SUBJECTIVITIES IN CONSTRUCTION: BAKHTINIAN ANALYSIS OF THE SECTION  
“GROUP THERAPY” (“CAPRICHÓ” MAGAZINE)*

**Olivaldo da Silva Marques Ferreira**  
Universidade Federal do Espírito Santo

**RESUMO:** Este artigo analisa as edições de 2013 da revista “Capricho” com o objetivo de discutir, sob a perspectiva dialógica bakhtiniana, a imagem de público leitor ao qual a publicação se direciona atualmente a partir das marcas presentes na materialidade do texto. Ao analisar a seção *Terapia de Grupo* da referida publicação a fim de discutir o papel da mídia impressa na constituição da subjetividade de seus leitores, identificou-se a ocorrência de um gênero exclusivo da Revista, que classificamos como “terapia midiática heterogênea”. Como resultado, percebeu-se que o leitor da publicação é o adolescente (13 a 17 anos) do gênero feminino; interessado por tendências em moda, estética (corporal, maquiagens, unhas, cabelos), cultura *pop* (música, livros, filmes, séries e celebridades em geral) brasileira, norte-americana e inglesa, principalmente; iniciante (ou já iniciado) na vida amorosa e sexual; pertencente às classes A e B. Quanto à constituição subjetiva, nota-se que, com um discurso inserido numa perspectiva capitalista selvagem de sociedade, a “Capricho” promove a construção de sujeitos também alinhados à lógica desse sistema econômico: com apoio ao consumismo desenfreado, ao individualismo e à ideologia da autoajuda.

**PALAVRAS-CHAVE:** Linguagem. Sujeito. Gênero discursivo. *Capricho*. Capitalismo.

**ABSTRACT:** It draws upon texts published in *Capricho* magazine to discuss, in Bakhtin's discursive perspective, the inscription of presumed readers and their subjective constitution promoted by utterances conveyed in magazines of targeted audience. Rescues, through bibliographic research, the emergence, development and the main aspects of women's press, with a focus on that produced in Brazil. In this context, the magazine *Capricho* is analyzed since its creation until its contemporary version. As a result it is perceived that the presumed readers of the magazine are teenagers girls (13-17 years old), familiar to virtual genres; interested in trends in fashion, beauty (fitness, makeup, nails, hair), Brazilian, American and English pop culture (music, books, films, TV shows and celebrities); beginning (or already started) love and sexual life; belonging to upper classes. The analysis of the genre advice which the magazine seizes through the section named *Terapia de Grupo*, demonstrates that, even if existing separately as a biological organism, only when immersed in the world formed by the utterances, the subject is constituted. That is to say that the participants involved in the interactive section of the analyzed texts participate in the construction of a collective subjectivity. So, the advice published in *Capricho*, we conclude,

---

<sup>1</sup> O presente texto é uma parte da nossa dissertação de mestrado intitulada “Sujeitos de papel: um estudo bakhtiniano acerca da construção subjetiva promovida pela revista *Capricho*” (Universidade Federal do Espírito Santo - UFES), defendida e aprovada em junho de 2015.

are texts in which the social relations mediated by language allow to build the subjectivity of those who ask for help, those who give the advice and other readers, even if they accept the advice or not.

**KEYWORDS:** Language. Subject. Alterity. *Capricho*. Advice.

### **Pra começo de conversa**

Segundo a teoria bakhtiniana, não há sequer uma atividade humana existente que esteja desvinculada do uso da linguagem (BAKHTIN, 2011, p.261). Exemplos claros dessa relação de dependência linguística são as práticas sociais relacionadas aos campos das chamadas *mídias de informação*. Definida como "a transmissão de um saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que se presume não possuí-lo" (CHARAUDEAU, 2006, p.33), a informação representa o elemento responsável por retirar um indivíduo do estado inicial de ignorância e introduzi-lo ao de saber. Intermediárias entre os saberes da esfera pública e os indivíduos, as mídias representam o suporte organizacional socialmente constituído e gerido necessário à construção e difusão do discurso da informação.

O discurso das mídias, diretamente ligado ao contexto do saber, relaciona-se igualmente à noção de poder que tanto a posse das informações quanto a autoridade para transmiti-las lhes conferem. Além disso, há ainda o poder social que as mídias detêm a partir do momento que nos tornamos dependentes de seus conteúdos.

Por serem resultados da elaboração de sujeitos concretos e ideologicamente constituídos e posicionados, os produtos da esfera midiática jamais são isentos, neutros e objetivos; todo enunciado, em maior ou menor grau, apresenta traços subjetivos e, muito mais do que promover a mera difusão de uma mensagem, representa um fenômeno social complexo no qual os seus participantes (inter)agem.

Portanto, como produto da subjetividade de seu autor e ambiente de interação social, inferimos – embasados no princípio bakhtiniano da *alteridade* – que esses enunciados são também elementos constituidores da subjetividade dos envolvidos enquanto destinatários. Desse modo, além de *informar*, os enunciados promovidos pelas mídias de informação também contribuem para a *formação* de seus leitores.

Acompanhando as mudanças da realidade que lhes serve de matéria-prima, as mídias se transformam e impõem mudanças. Com o desenvolvimento das mídias virtuais, por exemplo, aos veículos de comunicação impressos restaram como alternativas: a redenção e, portanto, a produção de material exclusivamente *online*; ou a hipersegmentação, de modo a concentrar todas as suas forças em um público cada vez mais restrito, específico e exigente.

Dentre as publicações existentes que optaram pela segmentação, uma em especial nos chama a atenção por sua história e tradição no mercado editorial: a revista *Capricho*. Em seus mais de 60 anos de existência, a *Capricho* é líder de vendas em seu segmento e possui uma quantidade considerável de empresas que pagam para anunciar em suas páginas, além de ter transcendido à simples referência ao periódico e passado à categoria de marca para uma série de outros produtos, como roupas, material escolar, maquiagem, biquínis, perfumes etc.

Considerando o papel formador das mídias e a relevância da *Capricho* no setor editorial brasileiro, propomos, fundamentados teoricamente nos estudos do Círculo de Bakhtin, uma investigação a respeito da construção do sujeito a partir de textos midiáticos. Para tanto, as vinte e seis edições da Revista publicadas em 2013, com destaque à seção intitulada *Terapia de Grupo*,<sup>2</sup> serão analisadas.

A referida seção compõe *Você*, parte da Revista que, como o próprio nome já adianta, busca tratar de assuntos que dizem respeito diretamente àquela que a lê e que por isso é composta por enunciados de caráter bem mais intimista e reflexivo, se comparados aos de outras partes da publicação. A escolha das edições de 2013 justificase pelo fato desse ser o último ano em que a *Terapia de Grupo* foi publicada sendo, portanto, o melhor exemplo do resultado das transformações e adaptações sofridas por ela durante seus anos de produção. No que tange à escolha da seção analisada, dentre todas as que integram *Você*, a eleita é aquela que melhor expõe o caráter formativo/instrucional da publicação já que busca ensinar a meninas como elas devem ser/agir socialmente, conforme veremos adiante.

---

<sup>2</sup> Das vinte e seis edições do ano de 2013, *Terapia de Grupo* foi publicada em dezoito delas; desse montante, analisaremos cinco que julgamos serem boas representantes para tal fim: “Minha irmã me copia” (ed. 1166 – 13 jan.); “Ciúmes da *bff* com o namorado” (ed. 1173 – 21 abr.); “A fim de garotas” (ed. 1174 – 5 mai.); “Complexo de baixinha” (ed. 1180 – 28 jul.); e “Duelo de *bests*” (ed. 1183 – 8 set.).

Tendo como pressupostos que há sempre um leitor/ouvinte previsto em qualquer situação de enunciação; e as interações verbais atuam como elemento constituidor das subjetividades daqueles que delas participam, o artigo ora proposto objetiva examinar a construção discursiva empreendida na revista *Capricho* visando não somente à compreensão da imagem de leitor presumido e sua inscrição nos textos, mas também à discussão da formação de sujeitos promovida pelo discurso veiculado em suas páginas.

### **O sujeito em Bakhtin<sup>3</sup>**

De acordo com a teoria bakhtiniana, o acesso direto à realidade não nos é possível. Todas as relações com o ambiente natural e os contextos sociais dos quais participamos só ocorrem mediadas pelas interpretações que fazemos destes contextos e ambiente. Ou seja, o real nunca é experimentado de forma direta, em si mesmo. “Não se pode viver a experiência de uma dádiva pura” (BAKHTIN, 2010, p.85), pois nos relacionamos com o real por intermédio da matéria significativa, ou seja, por meio dos **signos**.

Para os pensadores do Círculo de Bakhtin o que caracteriza o signo é a sua forma ideológica. Segundo eles, todo objeto do mundo vivencia uma materialidade existencial e tem a possibilidade de experimentar uma outra: a materialidade semiótica. Ou seja, todo signo é, em primeira instância, um objeto material da realidade objetiva, mas que, transcendendo essa condição inicial, adquire função ideológica, tornando-se signo (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 1981, p.33).

A conversão da realidade material em signo ideológico é possível somente na dimensão histórico-social, ou seja, produzidos e compreendidos sempre em relação aos processos de interação social, os signos não podem ser criados pelo arbítrio individual, mas surgem da relação entre os indivíduos no meio social e histórico e só podem ser compreendidos no interior de tal relação.

---

<sup>3</sup> Salvo nos momentos em que tratamos especificamente das declarações pessoais e das obras assinadas pelo próprio, no decorrer deste artigo, “Bakhtin” servirá de rubrica para todo o grupo de estudiosos que formaram aquele que se convencionou chamar de “Círculo de Bakhtin”. Nesse sentido, expressões como “teoria bakhtiniana”, “pensamento bakhtiniano” etc. também se referem à produção intelectual do grupo e não somente à do pensador em questão.

Dessa constatação, Bakhtin/Volochínov (1981, p.36) concluem que dos vários tipos existentes, o signo linguístico é aquele que permite a melhor compreensão dos fenômenos relativos à ideologia:

O valor exemplar, a representatividade da palavra como fenômeno ideológico e a excepcional nitidez de sua estrutura semiótica já deveriam nos fornecer razões suficientes para colocarmos a palavra em primeiro plano no estudo das ideologias. É, precisamente, na palavra que melhor se revelam as formas básicas, as formas ideológicas gerais da comunicação semiótica. (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 1981, p.36)

Entendida como **signo social** capaz de acompanhar toda criação ideológica (e não meramente no sentido de um conjunto de fonemas/morfemas), a palavra e, por consequência, a língua e o emprego dessa são considerados a partir de seu viés dinâmico e social. Deslocada de uma noção de sistema abstrato em que sua efetivação é facultada ao indivíduo, a língua é entendida pelo Círculo como um fenômeno social sempre ligado a situações concretas cujos interlocutores, espaço, tempo e projeto discursivo são fundamentais. Dessa maneira, o enunciado em toda sua complexidade é considerado a real unidade da comunicação humana. Sendo assim, no processo de interação verbal, o mais relevante não é o aspecto reiterável da forma linguística, mas sim seu caráter de novidade, sua singularidade enquanto evento em relação indissociável com a vida (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2011, p.165).

Por consequência, as significações dos enunciados, para a teoria bakhtiniana, não estão nos signos que os formam, mas são também construídas na dinâmica da história e estão marcadas pelas diversificadas experiências dos grupos sociais, com seus valores, contradições e interesses. Essas diferentes vozes que emergem da dinâmica social e participam dos processos de significação não ficam isoladas, encerradas em si mesmas. Pelo contrário, há um encontro sociocultural dessas vozes, formando uma intrincada cadeia responsiva: os enunciados, ao mesmo tempo em que respondem ao já dito, provocam continuamente as mais diversas respostas de modo que não há uma palavra que seja a primeira ou a última (BAKHTIN, 2011, p.272). Nesse sentido,

A vida é dialógica por natureza. *Viver significa participar do diálogo: interrogar, ouvir, responder, concordar etc.* Nesse diálogo, o homem participa por inteiro e com toda a vida: com os olhos, os lábios, as mãos, a alma, o espírito, todo o corpo, os atos (BAKHTIN, 2011, p.348, grifo nosso).

Como visto, a comunicação discursiva tem como unidade o enunciado, que é sempre singular, irrepetível e remete a uma esfera da atividade humana já que “não falamos no vazio, não produzimos enunciados fora das múltiplas e variadas esferas do agir humano” (FARACO, 2010, p.126). Ainda que único, Bakhtin afirma que qualquer enunciado produzido durante o processo de interação verbal respeita certas características comuns a todos aqueles enunciados considerados do seu tipo, ou seja, cada um dos nossos enunciados será moldado seguindo as atribuições de um determinado *gênero do discurso* (BAKHTIN, 2011, p.262). De tal modo que para o Círculo de Bakhtin os gêneros do discurso e as atividades sociais são mutuamente constitutivos.

Ao defini-los como “tipos relativamente estáveis de enunciados”, Bakhtin demonstra não conceber os gêneros do discurso pelo viés estático das formas, mas pelo viés dinâmico de sua produção. Isso significa dizer que há uma estreita correlação entre os gêneros e suas funções na interação socioverbal, entre os tipos de enunciados e o que de fato fazemos com eles no interior de uma determinada atividade social. “Em cada campo existem e são empregados gêneros que correspondem às condições específicas de dado campo” (BAKHTIN, 2011, p.266).

Assim sendo, concluímos que, considerando a heterogeneidade de cada uma das esferas sociais, é possível destacar também como heterogêneos os gêneros discursivos, pois sua riqueza e variedade são infinitas, da mesma forma que a variedade virtual da atividade humana é inesgotável. Os gêneros são compostos por enunciados relativamente estáveis, apresentam categorias semelhantes, mas são maleáveis, mutáveis de acordo com o contexto em que são produzidos. Isso mostra que a definição de gênero está diretamente relacionada a fatores extratextuais, ou seja, às **condições de produção e de recepção** do mesmo.

Como para o Círculo a vida em sociedade é constitutivamente dialógica, ser, ou ainda, existir em sociedade, é sinônimo de interagir, dialogar. Daí que, na perspectiva bakhtiniana, o sujeito se constitui (e só pode ser percebido pela) enunciação que produz.

Como o sujeito só existe na comunicação e esta – como visto, desde a noção de signo à enunciação concreta em forma de gênero do discurso – é essencialmente social, exterior e dialógica, a constituição do sujeito dar-se-á seguindo o mesmo viés: social,

exterior e dialógico, pelo que a teoria bakhtiniana chama da *alteridade*, ou seja, a sua relação com o outro.

Opondo-se à identidade, pela qual o sujeito se constituiria enquanto tal graças as suas faculdades particulares, o princípio da *alteridade* admite que o indivíduo se constitui na sua relação (dialógica) com outros indivíduos e sua consciência, formada ideologicamente, o caracteriza como sujeito social.

Sendo assim, percebemos que linguagem e sujeito se encontram na ideia de que somos habitados por signos de natureza social, ideológica e dialógica, com os quais elaboramos enunciados concretos (em forma de gêneros discursivos), possibilitando as interações que promovem a construção dos sujeitos envolvidos.

Em outras palavras, é a convivência com o outro (entendida como interação dialógica, não indiferente) a base para a constituição do ser humano. Sendo este um ser inacabado e incompleto, necessita indispensavelmente do outro para existir, em um processo de alteridade no qual o sujeito nunca é o mesmo, mantendo-se em constante mudança por meio da existência compartilhada com o outro, que desperta no eu a incessante necessidade da busca por uma completude.

### **(In)Formação na(o) *Capricho***

A década de 1950 marca o início de um desenvolvimento maior na industrialização da imprensa brasileira. No que tange às revistas femininas, estas adquiriam gradativamente “contornos mais industrializados e metas empresariais” (BUITONI, 1981, p.86). Nesse período, o jornalismo brasileiro estava sob a forte influência dos Estados Unidos e esta se expandia principalmente por meio de agências produtoras de materiais que eram posteriormente traduzidos e publicados nos jornais nacionais. Dentre esses materiais, fotos, textos e pequenas histórias protagonizadas por artistas de Hollywood eram enviadas no intuito de divulgar o cinema norte-americano. Essa prática favoreceu o aparecimento de um gênero até então não explorado pela imprensa feminina brasileira: a fotonovela.

Em 18 de junho de 1952, seguindo essa nova tendência, é lançada para o público feminino adulto (em especial as donas de casa) a revista *Capricho* pela então iniciante

Editora Abril. “Estava iniciada uma nova fase no mercado editorial feminino” (BUIIONI, 1981, p.86), com o lançamento da publicação que, diferentemente das concorrentes, exibia em cada uma de suas edições fotonovelas completas. O sucesso foi estrondoso.

Entretanto, com a popularização da televisão e das telenovelas, o sucesso da *Capricho* começou a ser abalado.

Tal situação desencadeou uma série de modificações que, com o decorrer dos anos, levou à quase completa reformulação do periódico. Neste sentido, a fim de compreendermos a imagem de leitor que a *Capricho* – após as várias reformulações editoriais empreendidas – elabora ao direcionar seus enunciados na atualidade, propomos a seguir uma análise geral das edições de 2013 da Revista.

Antes, entretanto, gostaríamos de fazer uma observação que julgamos relevante as nossas discussões. Comumente, os adjetivos “jornalístico” e “midiático” são aplicados à noção de texto como sinônimos, entretanto, em nossas reflexões, assumiremos a postura de compreendê-los de modos distintos, tendo como elemento diferenciador o aspecto predominante em cada discurso: enquanto consideramos *textos jornalísticos* aqueles em que atua o discurso informativo, ou seja, em que há foco na notícia, no relato de fatos e acontecimentos ligados diretamente ao cotidiano, com predominância, portanto, dos gêneros do tipo narrativo; nos *textos midiáticos*, entendemos que haverá dominância do discurso persuasivo com a produção, então, de gêneros do tipo dissertativo/argumentativo.

No ano de 2013, a Editora Abril publicou vinte e seis números da revista *Capricho*: da edição 1166 à 1191. Entendendo cada edição como uma unidade enunciativa completa e coesa da qual a seção *Terapia de Grupo* é parte integrante, nosso objetivo é compreender a *Capricho* de modo geral para que assim percebamos de que maneira a seção eleita para análise compõe a Revista e dialoga com suas outras partes constitutivas. Portanto, seguindo a metodologia de viés bakhtiniano, partiremos do geral até chegarmos ao particular.

A Revista é dividida por assunto em cinco partes: *Famosos, Moda e Beleza, Pôster, Você e Diversão*, e estas, por sua vez, são compostas pelo que chamaremos (de maneira



genérica) de **seções**.<sup>4</sup> Sendo estas agrupadas de acordo com os temas a que se propõem discutir. Apresentamos, a seguir, um resumo de cada uma das partes integrantes da *Capricho*. Nosso objetivo é oferecer uma visão geral da publicação para, em momento posterior, focarmos nossa atenção em uma de suas seções, a saber: *Terapia de Grupo*.

*Famosos*: nessa parte são apresentadas fotografias estilo *paparazzi* (ou seja, imagens registradas sem autorização do fotografado) ou então colhidas em alguma rede social das celebridades, trazendo sempre um pequeno comentário da Revista sobre as mesmas; as novidades da quinzena relativas ao cinema, televisão e música destinadas ao público adolescente – interessante destacar que, apesar de citada, o foco do texto nunca é a obra cinematográfica, televisiva ou musical em si, mas sempre o artista. O interesse maior é (o que até justificaria o nome da seção) os envolvidos no projeto, os famosos.

Ocupando o maior número de páginas da publicação (cerca de 40%), *Moda e Beleza* traz dicas de como cuidar de todas os aspectos estéticos relacionados ao corpo feminino adolescente (*Beleza*). À medida que prescreve o modo como as meninas devem lidar com seus corpos, a Revista determina também a maneira como a leitora deve cobri-lo, ou seja, como vestir-se (*Moda*). Todas as suas seções trazem em destaque a indicação de como adquirir os (caros) produtos usados em sua produção, transformando *Moda e Beleza* em uma amálgama de peças publicitárias travestidas de conteúdo.

*Pôster*: sempre localizada na metade de cada edição, traz uma foto ocupando duas páginas de alguma celebridade do universo adolescente.

Em *Você*, são discutidos assuntos mais delicados e por vezes até mesmo polêmicos. Enquanto as partes anteriores da Revista focam, de certa maneira, em matérias informativas, esta atua explicitamente no processo formativo de suas leitoras. Assuntos como virgindade, cyberbullying, cleptomania, homossexualidade e estupro foram alguns dos muitos abordados em *Você* nas edições de 2013. Ainda que tratando de temas delicados e íntimos (alguns ainda socialmente considerados “temas-tabu”), as seções são, em sua maioria, curtas, bem contextualizadas ao universo adolescente e, fugindo de

---

<sup>4</sup> Gostaríamos de destacar a diversidade de gêneros discursivos que o termo empregado (“seção”) abarca: são reportagens, entrevistas, tutorias de moda, de maquiagem, horóscopo, testes, crônica, mensagens dos leitores, notas jornalísticas dentre outros.

discursos médico, pedagógico ou moralista explícitos, buscam passar sempre uma mensagem positiva para suas leitoras.

A última parte, *Diversão*, é a mais lúdica da publicação. Ela traz testes (uma série de questões de múltipla escolha que objetivam traçar, a partir das respostas, a personalidade da adolescente em questão), relatos de situações engraçadas e embaraçosas (os “micos”) pelas quais já passaram as leitoras, as previsões esotéricas da quinzena para cada signo do zodíaco e uma crônica.

Tais observações permitem compreendermos alguns traços relativos à imagem que a revista *Capricho* faz de seus leitores na atualidade. A natureza dos temas abordados pela publicação nos leva a perceber o leitor presumido da publicação como sendo o adolescente heterossexual do gênero feminino, interessado por assuntos relativos à moda, estética (corporal, maquiagens, unhas e cabelos, principalmente), cultura *pop* (músicas, livros, filmes, séries e fofocas de celebridades), brasileira, inglesa e norte-americana, em especial; iniciante (ou já iniciado) na vida amorosa e sexual, pertencentes às classes sociais A e B.

### **O gênero *Terapia midiática heterogênea***

A terapia é uma prática comum na sociedade contemporânea e acontece sob diferentes configurações, sendo a mais popular delas a *terapia clínica*. Nesta, um consulente expõe oralmente e em particular seus dilemas a um terapeuta que, ao analisar a situação, produz um conselho, uma advertência, um alinhamento, como forma de orientação ao paciente. Além desta, consideramos destacar (inclusive por sua referência direta ao nome da seção analisada) a existência da *terapia de grupo*: nesses eventos, um grupo de pessoas se reúne para apresentar também de modo oral suas questões e desafios enfrentados, ouvir umas às outras e receber a orientação do especialista responsável pelos trabalhos do grupo.

No caso dos enunciados de *Terapia de Grupo* da revista *Capricho*, temos uma situação diferente: apesar de também simular eventos de seção de terapia, a consulente não se expõe de modo privado (como acontece na terapia clínica tradicional) ou a um grupo restrito de outros pacientes, mas de forma pública (ainda que seja preservada a sua identidade) e por escrito. Outra diferença essencial é que o outro que responde é um outro

heterogêneo, composto por três indivíduos: uma especialista e duas leigas. Então, não é a intervenção do psiquiatra, do psicólogo ou do terapeuta que constitui a orientação à solução do problema, mas cada intervenção de *Terapia de Grupo* é multiplamente produzida com base tanto na experiência pessoal das leitoras quanto no conhecimento acadêmico-profissional da psicóloga, situação que não ocorre em nenhum outro gênero do discurso tendo em vista que as condições materiais de sua produção e recepção são singulares e a escolha de um gênero é sempre determinada

[...] pela especificidade de um dado campo da comunicação discursiva, por considerações semântico-objetais (temáticas), pela situação concreta da comunicação discursiva, pela composição pessoal dos participantes etc. (BAKHTIN, 2011, p.282).

Dessa maneira, analisando tais aspectos com relação aos enunciados produzidos em *Terapia de Grupo*, consideramos que cada seção é moldada a partir do gênero do discurso exclusivo desta situação de comunicação que denominamos *terapia midiática heterogênea*. Com essa nomenclatura acreditamos abarcar suas especificidades composicionais, estilísticas e temáticas bem como seu modo de produção e de veiculação.

*terapia de grupo* Texto Karolina Pinheiro Foto Raoni Maddalena Ilustração Baby C.

## Ciúme da bff com o namorado

Está faltando espaço para os três na mesma relação? Saiba o que fazer!

"Eu sempre soube que meu namorado gostou da minha bff alguns anos atrás e juro que nunca lixuei pra isso. O problema é que, recentemente, ele está usando minha amiga pra me provocar. Amo e confio nos dois, mas às vezes o ciúme me faz pensar que ele pode estar gostando dela novamente. O que eu faço?"  
B.G., 15 anos



**ENCARE A REALIDADE**

"Eu sofri bastante: minha amiga ficou mesmo com o meu ex-namorado. Foi horrível e achei que tinha perdido as duas pessoas mais importantes da minha vida. Eu estava completamente errada! No fim, arranjei outro ficante e consegui recuperar a amizade com ela. Percebi que, se era pra eles ficarem juntos, eu não poderia fazer nada. Não acho que você tenha que desistir do seu namorado, mas é bom pensar que a possibilidade de ele querer ficar com a sua amiga ou qualquer outra pessoa existe, exatamente como pode acontecer com você!"  
Bianca C., 17 anos, acha que está pronta para namorar de novo

**VEJA O OUTRO LADO**

"Nesse caso, ser a amiga também não é fácil. O namorado da minha bff sempre me xavecou. No começo, eu achava que era só para ser legal, mas foi passando dos limites e eu me senti mal. Prefiro não falar nada, pois não queria que minha amiga ficasse com raiva de mim. Nós duas tivemos que brigar para rolar uma conversa sincera sobre o que estava acontecendo. Só assim rolou manter a amizade. Então, este é o meu conselho para você: converse com ela. Pergunte se ela também reparou nas atitudes dele e, quem sabe, peça para que mostre não curtir!"  
Luiza Munis, 16 anos, continua firme e forte com a amizade

**PENSE DIFERENTE**

"B., querida, vou começar repetindo sua frase: amo e confio nos dois. Pronto, as duas certezas mais importantes você já tem. Portanto, só resta se convencer de que essa possibilidade de o seu namorado ficar com a sua amiga é praticamente nula, ok? Um bom exercício para fazer todas as vezes em que o bichinho do ciúme te morder é repetir para si mesma que ele te ama. Também vale se lembrar de todos os momentos legais que vocês dois viveram juntos. Pode ter certeza de que essa insegurança vai passar mais rápido! #borarentar."  
Mara Pusch, psicóloga e consultora de Imagem da Unifesp

Não sabe como resolver o dilema? Escreva pra gente em [abr.io/terapia](http://abr.io/terapia)

CAPRICHOS 67

Figura 1 Exemplo da seção "Terapia de Grupo" (Capricho ed. 1173)

Identificamos dois tipos de elementos na composição do gênero *terapia midiática heterogênea*: elementos que consideramos variantes e elementos percebidos como invariantes; começemos pelo segundo.

### Elementos invariantes

- Há um enunciado matriz (subtítulo da seção) que oferece ajuda para a resolução dos problemas das leitoras;
- Tal enunciado é formulado em modalidade de pergunta;
- Seres inanimados (velas, escovas de dente, garrafas e tampas, ovos etc.) ilustram a seção representando a situação descrita pela consulente;

- d)** A composição do quadro de terapia é constituída por uma consulente e três interlocutoras;
- e)** A identidade da consulente é preservada enquanto a das interlocutoras, não;
- f)** Duas interlocutoras não possuem formação terapêutica, pertencem ao mesmo meio, quadro social ou se identificam com as mesmas questões apresentadas pela consulente;
- g)** A terceira interlocutora é fixa, possui formação acadêmica e atua como psicóloga e consultora de imagem;
- h)** Cada orientação é sintetizada tanto por uma oração imperativa anterior quanto por um enunciado posterior a sua apresentação;
- i)** Os enunciados das conselheiras colocam em evidência a função responsiva, pois pressupõem uma resposta da consulente às perguntas feitas e, por consequência, uma atitude alinhada ao conselho;
- j)** Cada interlocutor dá um conselho de acordo com sua experiência (no caso das adolescentes) ou formação (quando se trata da psicóloga).

### **1.1.1 Elementos variantes**

- a)** Temas – apesar de orbitarem em torno do grande assunto “problemas afetivos”, os temas escolhidos para a discussão são sempre de diferentes ordens;
- b)** Tipos de construção dialógica com a consulente – para a formulação dos conselhos, cada interlocutor coloca em pauta a sua relação particular como o problema. Tendo em vista que tanto as experiências de vida quanto as formações das conselheiras são distintas, cada orientação dialogará de maneira específica com o relato da consulente; como consequência:
- c)** Soluções – as formas de compreensão dos problemas remetem a soluções distintas e a funções responsivas diferentes, tendo em vista que o encaminhamento dado ao tema é sempre plural.

Constituído dessa forma e por tais elementos, o gênero *terapia midiática heterogênea* é um dos espaços promovidos pela Revista no qual suas leitoras, interagindo com os discursos publicados, participam de eventos que contribuem para a elaboração de suas subjetividades. Nesse processo, o social e o pessoal estão imbricados nos discursos da seção, já que é na linguagem, na interação com outros sujeitos em situações sociais e históricas concretas, que o ente biológico se torna sujeito social (SOBRAL, 2009, p.53).

### **A construção subjetiva**

Tendo como elemento de seu contexto social e histórico o **capitalismo**, a revista *Capricho* é gerada e gerida desde a sua fundação em 1952 seguindo a lógica desse sistema econômico de produção.

Em primeiro lugar, a própria confecção da *Capricho* está condicionada a uma necessidade do mercado já que, em última análise, trata-se de um bem de consumo que precisa ser adquirido mediante compra. A fim de permanecer atraente àqueles que aspira atingir, despertando-lhes interesse em consumi-la, a Revista ao longo da sua trajetória vem buscando alinhar o conteúdo e a maneira como este é apresentado aos desejos e perfil do público eleito. Conhecendo bem as características essenciais do nicho do mercado que quer atingir, a Revista consegue elaborar um produto que, ao mesmo tempo em que atende os desejos existentes, proporciona o despertar de novas necessidades de consumo, gerando um ciclo ininterrupto e, por consequência, extremamente lucrativo.

A lógica capitalista também é determinante na delimitação dos assuntos abordados pela Revista bem como na constituição dos seus gêneros discursivos. No caso específico do gênero *terapia midiática heterogênea*, produzido na seção *Terapia de Grupo*, identificamos a influência do capitalismo em dois pontos, principalmente: o primeiro é a defesa que a Revista faz ao individualismo e o segundo (consequência do anterior) é a ascensão de um discurso pró-autoajuda.

Na dinâmica capitalista, há uma supervalorização do individual. De acordo com sua lógica, o maior responsável pelo sucesso ou fracasso alcançado durante a vida é o próprio indivíduo, de modo que seu esforço, perseverança, resiliência e motivação pessoais representam as condições essenciais para se alcançar determinados objetivos. Assim

sendo, a categoria do indivíduo que o sistema econômico capitalista engendra carrega consigo as noções de liberdade, autonomia e, em certo sentido, de responsabilidade: cada um é autor de sua história, dono de sua vida e responsável unicamente por ela.

Em *Terapia de Grupo*, a seção *Duelo de bests* da edição nº 1183 exemplifica bem a importância que a Revista atribui à **individualidade**. Quando a consulente questiona como proceder numa situação em que dois de seus amigos não se dão bem um com o outro, a *Capricho*, por meio da psicóloga Mara Pusch, deixa claro que todos têm responsabilidades dentro de uma relação, devendo a cada um, individualmente, cuidar da parte que lhe cabe:

“Querida A., na verdade, quem tem que resolver esse problema é a sua amiga, que parece não saber lidar direito com o ciúme. [...] cabe a ela saber se conseguirá suportar o ciúme. [...] Sua parte [está] em garantir um clima ok, você já está fazendo.”

Com esse movimento ao individual, o homem que se percebe único vai em busca de sua **autenticidade**, daquilo que o diferenciara dos demais. Muitas vezes esse diferencial é buscado não por atitudes ou posicionamentos intelectuais, mas (alinhando-se mais uma vez à ideologia capitalista) àquilo que consome, que é capaz de comprar.

Em *Minha irmã me copia* (edição nº 1166), a consulente Y.E. se incomoda com o fato de sua irmã mais nova usar roupas e perfumes iguais aos dela e também de imitar suas atitudes, pois acredita que dessa forma a autenticidade, originalidade e singularidade que construiu para si mesma estaria sendo irremediavelmente maculada:

“Acontece com as roupas, com o jeito de falar e até com meu perfume: minha irmã copia tudo o que eu faço! [...] Cansei, não quero uma cópia minha andando por aí.”

Reconhecendo a individualidade do ser e que este é o responsável por sua criação, a Revista – mais uma vez, por meio de psicóloga Mara Pusch – reduz a formação da personalidade da irmã mais nova de Y.E. à compra e uso de roupas, sapatos e perfumes. Afirmamos que há uma redução, pois a consulente afirma ser copiada em tudo o que **faz** e não apenas no que **usa**:

“Sabe como acontece com a Kristen Stewart, com a Selena Gomes ou com a Manu Gavassi? Todo mundo vê o que elas estão usando e quer copiar? [...] Monte looks, escolha um perfume com a cara dela e ajude-a a encontrar o próprio estilo.”

Há, portanto, nas seções *Terapia de Grupo* a construção de sujeitos que exigem ser reconhecidos em sua individualidade e singularidade, atributos conseguidos muitas vezes a partir daquilo que conseguem comprar. Como consequência natural a esse voltarse para si o gênero *terapia midiática heterogênea* produz enunciados com forte caráter de **autoajuda**, no sentido de que defendem o aprimoramento pessoal a partir do conhecimento das potencialidades e superação das consideradas deficiências do indivíduo.

Representando uma das ferramentas que possibilita ao homem o autodomínio, o controle de suas emoções e impulsos e a automotivação, o discurso da autoajuda promete encaminhar aqueles que a ele recorrem a um atalho para o sucesso e para a felicidade.

A *Capricho*, em *Terapia de Grupo*, deixa explícito o discurso de autoajuda na forma como aconselha as consulentes a lidarem com seus problemas. Segundo a Revista, a solução está na maneira como as meninas enxergam os problemas, assim, a questão mais importante não seria a situação em si, mas a forma como cada um decide, por conta própria, encará-la.

Em *Ciúme da bff com o namorado* (edição nº 1173), a orientação dada à garota, pela fala de Pusch, que está insegura no relacionamento, pois sabe que seu namorado já foi apaixonado pela melhor amiga dela é basicamente esta: a melhora está em você, re programe sua forma ver a situação e mude a maneira de pensá-la.

“Portanto, só resta se convencer de que essa possibilidade de o seu namorado ficar com a sua amiga é praticamente nula, ok? Um bom exercício para fazer todas as vezes em que o bichinho do ciúmes te morder é repertir para si mesma que ele te ama. Também vale se lembrar de todos os momentos legais que vocês viveram juntos. Pode ter certeza de que essa insegurança vai passar mais rápido.”

Situação semelhante percebemos em *Complexo de baixinha* (edição nº 1180) em que, somada à noção anterior de que tudo o que é necessário para sermos felizes é mudar a forma como encaramos os problemas, é declarada a importância de gostarmos de nós mesmos independentemente de nossos atributos físicos, e ainda que, à medida que agimos dessa forma, os outros ao redor passariam a nos admirar também.

“Você já tentou transformar o que você julga como defeito em qualidade?”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Chris Leal, 17 anos.



“O engraçado é que hoje, quando posto minhas fotos de editoriais de moda no Facebook, aquelas pessoas que costumavam me zoar na escola são sempre as primeiras a curtir. Sei que é difícil, mas aprenda a gostar de sei mesma.”<sup>6</sup>

“A grande sacada está em não brigar com essa característica e tentar achar graça em si mesma. Isso sem falar das vantagens, né? Ser menor do que qualquer menino com que você quiser namorar, ficar confortável nas poltronas apertadas do avião, poder usar o maior salto do mundo sem encaiações...Para cara pensamento ruim sobre sua altura, tenha dois bons.”<sup>7</sup>

Por fim, a apresentação de diferentes pontos de vista sobre o mesmo assunto corrobora com a ideia de que não há uma forma exclusiva de se enfrentar determinada situação, confirmando, assim, a noção de que não há um modelo pré-estabelecido que todos devam adotar, ou ainda um guia padrão de vida para todo um grupo. Pelo contrário, tal como o individualismo promovido pelo capitalismo apregoa, cada ser é autônomo para decidir a melhor maneira de orientar sua vida em particular e, seguindo as orientações do discurso de autoajuda, buscar em si e em suas experiências pessoais as respostas para os dilemas cotidianos; experimentando viver a vida sem grandes preocupações de modo que as certezas venham justamente a partir dessas experiências.

A Revista promove um discurso fundado na ideologia oficial do capitalismo. Essa superestrutura orienta a elaboração de cada um dos enunciados da publicação e vai, quinzenalmente, repetindo certas representações de mundo, de sociedade, do que é ser adolescente, do papel social da mulher etc. de modo que, lenta e progressivamente, os conteúdos, palavras e representações vão se mostrando perfeitamente integrados ao sistema ideológico.

Nesse sentido, as publicações em *Capricho* de modo geral e a seção *Terapia de Grupo*, de forma específica, atuam como agentes de organização, regulação e reprodução das relações histórico-materiais nas sociedades capitalistas; promovendo a cultura do individualismo e do consumismo como caminhos para a realização pessoal e o sucesso social.

Em uma sociedade em que o capitalismo é o sistema econômico vigente; juventude, beleza, felicidade e prazer são buscados para que sejam atributos ou estados de espírito,

---

<sup>6</sup> Bruna Luchesi, 17 anos.

<sup>7</sup> Mara Pusch, psicóloga e consultora de imagem.

se não permanentes, duradouros; e a exposição de forma pública da vida particular é uma tônica, uma publicação como a *Capricho* representa um ótimo exemplo de como as condições de produção e de recepção orientam a elaboração e a compreensão dos enunciados.

### Últimas considerações

Considerado uma realidade possível graças à interação social, o sujeito bakhtiniano é definido pelas possibilidades da linguagem e os valores de ordem ideológica que ela comporta e faz circular e da qual também emerge. Sendo então o sujeito um ente da linguagem e da ideologia que essa veicula em dada realidade, os enunciados da *Capricho*, ao serem produzidos e compreendidos de acordo com as coerções de seus contextos sociais e históricos, concluímos pelo exposto que atuam na promoção e na manutenção da ideologia oficial do sistema econômico da sociedade em que circula, o **capitalismo**; manifestando-se, principalmente, na defesa do **consumismo**, do **individualismo** e no discurso de **autoajuda**.

Indissolúvelmente amalgamados, cada um dos pontos representa uma face do mesmo fenômeno discursivo. O consumo, tônica máxima da Revista como um todo, é, por vezes, apresentado como a possibilidade do indivíduo se diferenciar dos demais; autenticidade e originalidade são vendidas em forma de produtos, como roupas, sapatos e perfumes. Paradoxalmente, o desejo de ser diferente das demais pessoas é justamente o que padroniza o grupo de meninas leitoras, já que todas elas serão únicas à maneira que a *Capricho* orienta.

Há, desse modo, a difusão de um discurso que contribui para a formação de subjetividades frágeis, feito o papel no qual é impresso. Promovendo sujeitos de papel. A moça que lê *Capricho* é convocada a acreditar que não pode ser bela, sensível, alegre, por si só. Ela conseguirá essas qualidades se *tiver* determinados objetos. Para *ser*, ela precisa *ter*. Esse deslocamento acaba por dificultar a real possibilidade de crescimento pessoal. Até para se autoconhecer, a menina precisa da mediação do objeto: a própria Revista. Em *Terapia de Grupo*, o gênero *terapia midiática heterogênea* a ensinará como vencer conflitos, relacionar-se com seus pares e até consigo mesma.

Segundo a abordagem do Círculo de Bakhtin, a subjetividade é um produto social, já que a compreensão das coisas pela consciência individual só ocorre com base nos signos, que possuem uma materialidade proveniente da realidade concreta mais ampla, que não é e nem pode ser individual. Há, no entanto, uma possibilidade de enxergarmos espaço para uma subjetividade, digamos, “singularizadora”: ela reside no fato de que, ao estar sujeito à realidade socioideológica, mesmo que os fatores que constituem o sujeito venham de fora e não dele mesmo, o modo como a estabilização irá ocorrer em cada um será única.

Com isso, gostaríamos de destacar que, ainda que em contato com os mesmos enunciados, cada leitora de *Capricho* dialogará de modo único com eles, sempre a partir de sua história e possibilidades, o que contribuirá para a sua formação enquanto sujeito social concreto.

Finalizamos este estudo acreditando que com ele pudemos contribuir um pouco para a compreensão das questões relativas ao sujeito contemporâneo apresentando uma das maneiras possíveis de se perceber o fenômeno da constituição subjetiva: a partir de enunciados publicados em uma grande revista de circulação nacional.

Concluimos nosso enunciado sem com isso, entretanto, pretensamente encerrar a discussão sobre o tema, mas antes – e principalmente – desejando que este suscite novas respostas, outros enunciados, contrapalavras, novos elos da infinda cadeia discursiva formada pelas nossas interações sociais, a partir das quais nos constituímos, a cada instante, enquanto sujeitos.

## **Referências**

BAKHTIN, M. *Para uma filosofia do ato responsável* [Tradução aos cuidados de Valdemir Miotello & Carlos Alberto Faraco]. 2ed. São Carlos: Pedro e João Editores, 2010.

\_\_\_\_\_. *Estética de Criação Verbal*. Trad. Paulo Bezerra. 6.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BAKHTIN M./VOLOSHINOV V. A palavra na vida e na poesia. Introdução ao problema da poética sociológica (1926). In: *Palavra própria e palavra na sintaxe da enunciação*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011.

\_\_\_\_\_. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 2ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1981.

**Revista do SELL**

v. 5, no. 3

ISSN: 1983 – 3873

BITTONI, D. *Mulher de papel: A representação da mulher pela imprensa brasileira*. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

FARACO, C.A. *Linguagem e diálogo: as ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin*. Curitiba: Criar Edições, 2010.

REVISTA CAPRICHOS, São Paulo, jan. – dez. 2013 (ed. 1166 – ed. 1191).

SOBRAL, A. *Do dialogismo ao gênero: As bases do pensamento do Círculo de Bakhtin*. Campinas: Mercado das Letras, 2009.