

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE  
CAMPUS DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, EDUCAÇÃO E LETRAS – CCHEL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA – PPGH**

**GOVERNANDO INDIVÍDUOS E POPULAÇÕES:  
As faces do biopoder nas páginas da revista *Veja*  
(1979 – 1988)**

**ANDRÉ LUÍS ANDRADE SILVA**

**Marechal Cândido Rondon – PR**

**2024**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE  
CAMPUS DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, EDUCAÇÃO E LETRAS – CCHEL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA – PPGH**

**ANDRÉ LUÍS ANDRADE SILVA**

**GOVERNANDO INDIVÍDUOS E POPULAÇÕES:  
As faces do biopoder nas páginas da revista *Veja*  
(1979 – 1988)**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História, área de concentração “História, Poder e Práticas Sociais”, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em História.

Orientadora: Profa. Dra. Yonissa Marmitt Wadi.

Linha de pesquisa: Cultura e Identidades.

**Marechal Cândido Rondon – PR**

**2024**

Ficha de identificação da obra elaborada através do Formulário de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da Unioeste.

Silva, André Luís Andrade

Governando indivíduos e populações: as faces do biopoder nas páginas da revista Veja (1979 - 1988) / André Luís Andrade Silva; orientadora Yonissa Marmitt Wadi. -- Marechal Cândido Rondon, 2024.

232 p.

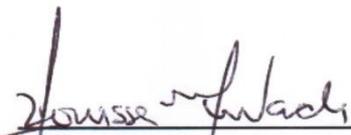
Tese (Doutorado Campus de Marechal Cândido Rondon) -- Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Centro de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História, 2024.

1. Revista Veja. 2. Dispositivo. 3. Governo. 4. Biopoder. I. Marmitt Wadi, Yonissa, orient. II. Título.

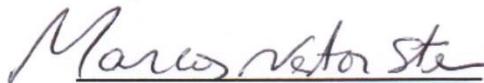
### Programa de Pós-Graduação em História

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE **ANDRÉ LUÍS ANDRADE SILVA**, ALUNO(A) DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ - UNIOESTE, E DE ACORDO COM A RESOLUÇÃO DO PROGRAMA E O REGIMENTO GERAL DA UNIOESTE.

Ao(s) 30 dias(s) do mês de outubro de 2024 às 13h30min, no(a) Auditório da Pós-graduação, realizou-se a sessão pública da Defesa de Tese do(a) candidato(a) André Luís Andrade Silva, aluno(a) do Programa de Pós-Graduação em História - nível de Doutorado, na área de concentração em História, Poder e Práticas Sociais. A comissão examinadora da Defesa Pública foi aprovada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em História. Integraram a referida Comissão os(as) Professores(as) Doutores(as): Andreia Vicente da Silva, Ariane Carla Pereira (por videoconferência), Yonissa Marmitt Wadi, Marcos Nestor Stein, José Augusto Leandro (por videoconferência). Os trabalhos foram presididos pelo(a) Yonissa Marmitt Wadi. Tendo satisfeito todos os requisitos exigidos pela legislação em vigor, o(a) aluno(a) foi admitido(a) à Defesa de TESE DE DOUTORADO, intitulada: "**Governando indivíduos e populações: As faces do biopoder nas páginas da revista Veja (1979 – 1988)**". O(a) Senhor(a) Presidente declarou abertos os trabalhos, e em seguida, convidou o(a) candidato(a) a discorrer, em linhas gerais, sobre o conteúdo da Tese. Feita a explanação, o(a) candidato(a) foi arguido(a) sucessivamente, pelos(as) professores(as) doutores(as): Andreia Vicente da Silva, Ariane Carla Pereira, Marcos Nestor Stein, José Augusto Leandro. Findas as arguições, o(a) Senhor(a) Presidente suspendeu os trabalhos da sessão pública, a fim de que, em sessão secreta, a Comissão expressasse o seu julgamento sobre a Tese. Efetuado o julgamento, o(a) candidato(a) foi **aprovado(a)**. A seguir, o(a) Senhor(a) Presidente reabriu os trabalhos da sessão pública e deu conhecimento do resultado. E, para constar, o(a) Coordenador(a) do Programa de Pós-Graduação em História, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE - Campus de Marechal Cândido Rondon, lavra a presente ata, e assina juntamente com os membros da Comissão Examinadora e o(a) candidato(a).

  
Orientador(a) - Yonissa Marmitt Wadi

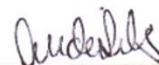
Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Marechal Cândido Rondon (UNIOESTE)

  
Marcos Nestor Stein

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Marechal Cândido Rondon (UNIOESTE)

## Programa de Pós-Graduação em História

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE **ANDRÉ LUÍS ANDRADE SILVA**, ALUNO(A) DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ - UNIOESTE, E DE ACORDO COM A RESOLUÇÃO DO PROGRAMA E O REGIMENTO GERAL DA UNIOESTE.



Andreia Vicente da Silva

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Marechal Cândido Rondon (UNIOESTE)

Documento assinado digitalmente



ARIANE CARLA PEREIRA

Data: 06/11/2024 10:41:04-0300

Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Ariane Carla Pereira

Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO)

Documento assinado digitalmente



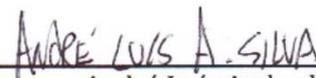
JOSE AUGUSTO LEANDRO

Data: 06/11/2024 11:48:02-0300

Verifique em <https://validar.it.gov.br>

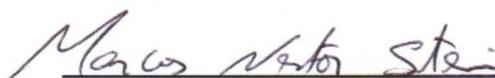
José Augusto Leandro

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)



André Luís Andrade Silva

Aluno(a)



Coordenador(a) do Programa de Pós-Graduação em História

Prof. Dr. Marcos Nestor Stein

Coordenador do Programa de

Pós-Graduação em História

Mestrado e Doutorado

Portaria nº 1633/2023-GRE

***À minha mãe, Vera Lucia***

***Ao meu pai, Renato***

## AGRADECIMENTOS

Gratidão é agradecer com o coração, gratidão é sinônimo de reconhecimento. Ser grato é reconhecer que nos falta algo, é saber que a escrita de uma tese de doutorado não se faz sozinho. Foi assim, com humildade, que (re)aprendi a essência desta palavra. Portanto, são imprescindíveis os agradecimentos a seguir:

Agradeço aos meus pais Renato da Silva e Vera Lucia Andrade Silva, os quais também dedico este trabalho. Sinto muito orgulho e admiração por vocês. Sem dúvidas, são os grandes responsáveis pelo êxito desta tese de doutorado. Obrigado, pai e mãe!

Aos demais familiares pela compreensão que tiveram comigo, pelas palavras de apoio que sempre recebi, assim como os abraços que me confortavam. Que os laços familiares que nos unem se fortaleçam e nos tragam cada vez mais perseverança e fraternidade.

À minha orientadora, Profa. Dra. Yonissa Marmitt Wadi, pela amizade que construímos ao longo destes quatro anos, pelas sábias orientações e conselhos, pelas correções sempre minuciosas, pelo seu comprometimento e seu exemplo de vida! Mulher, feminista e defensora da equidade de gênero. Uma historiadora que se revolta com as injustiças sociais e luta pela igualdade de oportunidades, liberdade de expressão e direitos humanos. Tenho muita admiração por você e pela sua trajetória de vida. Meus sinceros agradecimentos!

Aos(às) professores(as) que compuseram a banca examinadora desta tese de doutorado: Profa. Dra. Yonissa Marmitt Wadi (UNIOESTE), Profa. Dra. Ariane Carla Pereira (UNICENTRO), Prof. Dr. José Augusto Leandro (UEPG), Profa. Dra. Andréia Vicente da Silva (UNIOESTE) e Prof. Dr. Marcos Nestor Stein (UNIOESTE). Agradeço e reconheço as valiosas contribuições dadas para este trabalho. Agradeço, também, cada minuto de atenção, as sugestões, as críticas e o carinho que tiveram por mim. Muito obrigado!

Aos(às) professores(as) cujas aulas tive o prazer de presenciar: Prof. Dr. Marcio Antônio Both da Silva (UNIOESTE), Prof. Dr. Marcos Nestor Stein (UNIOESTE), Profa. Dra. Méri Frotscher (UNIOESTE), Prof. Dr. Moisés Antiquiera (UNIOESTE), Profa. Dra. Beatriz Anselmo Olinto (UNICENTRO) e Profa. Dra. Ariane Carla Pereira (UNICENTRO).

À minha namorada e companheira, Maria Cristina Kirach, pelas sugestões, críticas e admiração por este trabalho. Sou grato pelo carinho, segurança e sabedoria que você sempre transmitiu. Agradeço pela paciência, por entender os meus momentos de ausência e pelo apoio incondicional, do começo ao fim, que tive de você durante a escrita desta tese. Obrigado, mais uma vez, por me fazer sentir melhor, sonhar e crescer.

Aos amigos e amigas do PPGH/Unioeste, em especial: Aduino Duque, Alvaro Costa, Caroline Tecchio, Cesar Felipe Cardozo, Isadora Alves Flores, Tiago Bomfim, Raul Rachele e Wagner Fiuza. Sou grato pelo companheirismo e por todas as nossas discussões teóricas e metodológicas que enriqueceram esta tese. Desejo a vocês, queridos e queridas, todo o sucesso do mundo!

Aos demais amigos e amigas, em especial aqueles que estiveram muito próximos a mim. Conhecendo meus medos e angústias, expondo seus alertas e conselhos durante a escrita deste trabalho. Sou grato a todos(as) vocês: Ana Paula Furman, Claudionei Souza, Denis Fiuza, Felipe Matheus, Luiz Augusto Klosowski, Marcelo Bedreski e Vilson Schinaider. Foi uma honra tê-los ao meu lado durante esta etapa da minha vida acadêmica.

Agradeço a todos os integrantes do Só Canela Futebol Clube e do Fut Canela, por nossa parceria que a cada tarde de sábado e noite de quarta-feira se renova, nos faz sorrir e esquecer dos problemas diários. Que nosso futebol continue sendo a ferramenta para construirmos amizades. Obrigado, caneleiros!

À secretária do PPGH/Unioeste, Marileusa Serra Pareja, pela dedicação e comprometimento diário. Sempre atenciosa, seu trabalho é exemplo de um funcionalismo público com ética e eficiência.

Ao PPGH/Unioeste, pelo acolhimento e pela possibilidade de realização e publicação deste trabalho.

À CAPES, pelo financiamento desta pesquisa.

Por fim, renovo meus agradecimentos a todos que me trouxeram até aqui. Sei que, a partir de agora, tenho uma enorme responsabilidade social pela frente. Sei, também, que durante estes quatro anos de doutorado eu fui privilegiado por poder estudar em uma universidade pública e receber uma bolsa de estudos. Sei que tive acesso a um direito constitucional que é negado todos os dias para a maioria da população. Por isso, agora, eu tenho uma obrigação moral com a sociedade, em levar e construir conhecimento, combater a ignorância, aguçar a crítica e plantar a semente da reflexão, para que um dia, outras pessoas também possam se sentar na cadeira da universidade e tenham a oportunidade que eu tive.

*André Luís Andrade Silva*  
*Guarapuava, 03 de outubro de 2024*

## RESUMO

Esta tese problematiza os enunciados jornalísticos da revista *Veja*, utilizando como fonte de pesquisa um conjunto de reportagens de capa de edições publicadas entre os anos de 1979 e 1988, cujo propósito é governar a vida dos indivíduos e da população. As reportagens de capa selecionadas foram separadas em três grupos: (1) as que buscam gerenciar o corpo dos indivíduos; (2) as que têm como propósito gerenciar a interioridade dos sujeitos; e (3) as que veiculam saberes e alertas de segurança com o objetivo de gerenciar a vida da população. As reportagens de capa da revista *Veja* são examinadas por meio do referencial metodológico da arqueogenealogia de Michel Foucault, partindo do princípio de que o periódico é um dispositivo do biopoder, ou seja, uma rede tomada por múltiplos discursos que instauram e circulam saberes, exercendo poder sobre a vida dos indivíduos e da população como uma força positiva, produtiva e transformadora, estimulando os indivíduos e organizando o estado social da população. O objetivo geral deste trabalho é investigar as condições de possibilidade para a emergência destes enunciados jornalísticos que buscam exercer poder sobre a vida dos indivíduos e da população, bem como os efeitos desta produção discursiva. Para resolver nossa problemática, estruturamos o trabalho em três frentes de investigação, que são desenvolvidas em três capítulos. No primeiro capítulo, o objetivo é entender como os enunciados jornalísticos de *Veja* buscam gerenciar os corpos dos indivíduos. Neste sentido, prática de esportes, exercícios físicos e os procedimentos estéticos que buscam construir e/ou manter a beleza corporal emergem nas páginas de *Veja* como um capital humano que tem como propósito otimizar corpos para que se tornem mais eficientes no trabalho, produzam fluxos de renda e alcancem o sucesso. O segundo capítulo trata das reportagens de capa que têm como foco gerenciar a interioridade dos indivíduos, ou seja, indicam como esses devem se comportar, sentir, agir e tomar decisões em suas vidas. Portanto, adquirir novos conhecimentos e habilidades cognitivas, administrar suas emoções, ser autônomo e buscar felicidade e autoestima constante tornam-se um importante capital humano, uma vantagem competitiva que pode colocar indivíduos à frente de outros. No terceiro capítulo, são investigadas as reportagens de capa que têm como propósito gerenciar a vida da população enquanto espécie, por meio da veiculação de saberes médicos e científicos que promovem a saúde, assim como, enunciados jornalísticos que veiculam dados estatísticos, emitem normas, controles, regulamentações e alertas sobre a segurança da população. Em suma, a investigação em *Veja* consiste em desnaturalizar o olhar sobre esse veículo de comunicação, permitindo identificar os saberes e as forças que atravessam os anos de 1979 a 1988 e, ao mesmo tempo, questionar algumas de nossas certezas contemporâneas a respeito do tipo de sujeito que nos tornamos.

**Palavras-chave:** Revista *Veja*; Dispositivo; Governo; Biopoder; Discurso.

## ABSTRACT

This thesis problematizes the journalistic statements of *Veja* magazine, using as a research source a set of cover stories from editions published between 1979 and 1988, whose purpose is to govern the lives of individuals and the population. The selected cover stories were separated into three groups: (1) those that seek to manage the body of individuals; (2) those whose purpose is to manage the subjects interiority; and (3) those that convey knowledge and security alerts with the aim of managing the lives of the population. *Veja* magazine cover stories are examined through the methodological framework of Michel Foucault archaeogenealogy, based on the principle that the periodical is a device of biopower, that is, a network made up of multiple discourses that establish and circulate knowledge, exercising power over the lives of individuals and the population as a positive, productive and transformative force, stimulating individuals and organizes the social status of the population. The general objective of this work is to investigate the conditions of possibility for the emergence of these journalistic statements that seek to exercise power over the lives of individuals and the population, as well as the effects of this discursive production. To solve our problem, we structured the work into three fronts of investigation, which are developed in three chapters. In the first chapter, the objective is to understand how *Veja* journalistic statements seek to manage individuals bodies. In this sense, the practice of sports, physical exercises and aesthetic procedures that seek to build and/or maintain bodily beauty emerge on the pages of *Veja* as human capital whose purpose is to optimize bodies so that they become more efficient at work, produce flows income and achieve success. The second chapter deals with cover stories that focus on managing the interiority of individuals, that is, that indicate how they should behave, feel, act and make decisions in their lives. Therefore, acquiring new knowledge and cognitive skills, managing your emotions, being autonomous and seeking happiness and constant self-esteem become important human capital, a competitive advantage that can put individuals ahead of others. In the third chapter, the cover stories that aim to manage the lives of the population as a species are investigated, through the dissemination of medical and scientific knowledge that promotes health, as well as journalistic statements that convey statistical data, issue standards, controls, regulations and warnings about population safety. In short, the investigation in *Veja* consists of denaturalizing the look at this vehicle of communication, allowing us to identify the knowledge and forces that span the years 1979 to 1988 and, at the same time, question some of our contemporary certainties regarding the type of subject we have become.

**Keywords:** *Veja* Magazine; Device; Government; Biopower; Discourse.

## LISTA DE IMAGENS

<b>Imagem 01</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 835 .....	43
<b>Imagem 02</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 578 .....	45
<b>Imagem 03</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 726 .....	52
<b>Imagem 04</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 611 .....	56
<b>Imagem 05</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 813 .....	59
<b>Imagem 06</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 933 .....	68
<b>Imagem 07</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 658 .....	71
<b>Imagem 08</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 910 .....	75
<b>Imagem 09</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 718 .....	79
<b>Imagem 10</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 1015 .....	84
<b>Imagem 11</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 789 .....	97
<b>Imagem 12</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 779 .....	101
<b>Imagem 13</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 666 .....	107
<b>Imagem 14</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 797 .....	111
<b>Imagem 15</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 1004 .....	118
<b>Imagem 16</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 1018 .....	122
<b>Imagem 17</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 629 .....	129
<b>Imagem 18</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 640 .....	134
<b>Imagem 19</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 795 .....	138
<b>Imagem 20</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 689 .....	149
<b>Imagem 21</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 901 .....	153
<b>Imagem 22</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 678 .....	157
<b>Imagem 23</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 737 .....	161
<b>Imagem 24</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 606 .....	168
<b>Imagem 25</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 685 .....	173
<b>Imagem 26</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 884 .....	178
<b>Imagem 27</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 1040 .....	183
<b>Imagem 28</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 646 .....	189
<b>Imagem 29</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 793 .....	194
<b>Imagem 30</b> – Capa da revista <i>Veja</i> , edição 984 .....	198

## SUMÁRIO

---

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	14
CAPÍTULO I	
<b>O gerenciamento do corpo</b> .....	40
1.1 A prática de esportes e atividades físicas como capital humano .....	41
1.2 Corpos que produzem fluxos de renda .....	66
CAPÍTULO II	
<b>O gerenciamento da interioridade</b> .....	94
2.1 Novos conhecimentos e novas habilidades .....	95
2.2 Empresariando as emoções .....	117
CAPÍTULO III	
<b>O gerenciamento da população</b> .....	147
3.1 A promoção da saúde por meio da ciência .....	148
3.2 Fazer viver e deixar morrer .....	167
3.3 Em busca de segurança e estabilidade econômica .....	188
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	204
<b>FONTES</b> .....	210
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	213
<b>APÊNDICES</b> .....	221
Apêndice 1 – Edições da revista <i>Veja</i> selecionadas para estudo (1979 – 1988) .....	221
Apêndice 2 – Conjunto de capas da revista <i>Veja</i> (1979 – 1988): A prática de esportes e atividades físicas como capital humano .....	224
Apêndice 3 – Conjunto de capas da revista <i>Veja</i> (1979 – 1988): Corpos que produzem fluxos de renda .....	225
Apêndice 4 – Conjunto de capas da revista <i>Veja</i> (1979 – 1988): Novos conhecimentos e novas habilidades .....	226

Apêndice 5 – Conjunto de capas da revista <i>Veja</i> (1979 – 1988): Empresariando as emoções .....	227
Apêndice 6 – Conjunto de capas da revista <i>Veja</i> (1979 – 1988): A promoção da saúde por meio da ciência .....	228
Apêndice 7 – Conjunto de capas da revista <i>Veja</i> (1979 – 1988): Fazer viver e deixar morrer .....	229
Apêndice 8 – Conjunto de capas da revista <i>Veja</i> (1979 – 1988): Em busca de segurança e estabilidade econômica .....	230
Apêndice 9 – Temática das reportagens de capa da revista <i>Veja</i> (1979 – 1988) .....	231

## Introdução

---

A pandemia do Sars-CoV-2 nos mostrou de maneira explícita como operam os veículos de comunicação no que diz respeito ao bem-estar, à saúde, à qualidade de vida e à segurança dos indivíduos e da população. Durante os anos de pandemia, fez parte do nosso cotidiano encontrarmos na televisão, no rádio, nos jornais, nas revistas, nas redes sociais, cartazes e *outdoors* espalhados pelas cidades, orientações de como deveríamos proceder durante a pandemia, como utilizar máscara do tipo N95 (ou PFF2), manter distanciamento social, lavar as mãos e realizar a higienização com álcool 70%, entre outras recomendações oriundas da Organização Mundial da Saúde (OMS) e veiculadas pela mídia.<sup>1</sup>

Certamente, as notícias que nos chegam não são meras informações, elas também acabam orientando os indivíduos a aderirem a certas concepções, hábitos, comportamentos e costumes, ao mesmo tempo em que controlam, regularizam e gerenciam a população para seguirem determinadas condutas coletivas e a adotarem os modelos de vida propostos. Assim, é possível dizer que há uma relação de forças

---

<sup>1</sup> Todas as recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre Sars-Cov-2 podem ser consultadas em: [who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019). Sobre a cobertura midiática da pandemia, enfatizamos que dentro das inúmeras plataformas de comunicação também foram divulgadas informações imprecisas, negacionismo científico e *fake news*.

entre os veículos midiáticos e os enunciatários, um exercício de poder que tem como alvo a vida humana, uma vez que, simultaneamente, busca-se governar os indivíduos e a população. É justamente a promoção destas funcionalidades realizadas pelos veículos de comunicação que nos causam inquietação e nos levam a questionar o porquê do interesse constante em gerenciar a vida individual e coletiva, tal qual, como acontece este processo.<sup>2</sup>

Segundo estudos de Michel Foucault, talvez seja pertinente pensarmos os veículos de comunicação sob a ótica do que o autor conceituou como dispositivo, isto é, um conjunto que “engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas”.<sup>3</sup> Em suma, o dito e o não-dito são elementos do dispositivo que possuem uma posição estratégica, uma vez que, encontram-se ligados a uma relação de poder e sujeitos a uma configuração de saber. Quando estes dispositivos midiáticos têm como alvo o exercício de poder sobre a vida dos indivíduos e da população, podemos problematizar esta prática dentro do que Michel Foucault chamou de biopoder, ou seja, um composto de técnicas e mecanismos de poder investidos na vida dos indivíduos para que possam ser governados, para que se tornem mais produtivos, inovadores, eficientes e maleáveis aos processos de produção. As tecnologias do biopoder também se concentram em promover recursos coercitivos, no combate às patologias e em mecanismos que implicam em melhores condições para governar, controlar e estudar a população. Por fim, Michel Foucault ressalta que as investidas do biopoder não atuam como negação e/ou repressão à vida, mas como uma força positiva, produtiva e transformadora que, simultaneamente, estimula os indivíduos e organiza o estado social de uma população.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> É importante enfatizar que este processo não é homogêneo, ou seja, existem inúmeras formas dos leitores resistirem. Entretanto, o mapeamento e a discussão sobre as resistências não estão entre os objetivos deste trabalho, pois, nossa inquietação é por entender quais são as condições de possibilidade que permitem a emergência de enunciados jornalísticos que buscam exercer poder sobre a vida dos indivíduos e da população, bem como, quais são os efeitos desta produção discursiva.

<sup>3</sup> FOUCAULT, Michel. Sobre a história da sexualidade. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 364.

<sup>4</sup> FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**: curso dado no Collège de France (1975 – 1976). Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1999, p. 285 – 315.

Deste modo, movido pelas inquietações mencionadas, este trabalho regressa algumas décadas, especificamente, entre os anos 1979 e 1988, para examinar as reportagens de capa da revista *Veja* como um dispositivo do biopoder. Isto é, uma rede tomada por múltiplos discursos que instauram e circulam saberes, disciplinam e governam a vida dos indivíduos e da população. Exemplo quando a revista traz em suas reportagens de capa temas relacionados ao cuidado, manutenção e otimização do corpo, bem como, temáticas referentes ao gerenciamento da interioridade, isto é, a forma como os leitores desenvolvem sua individualidade, agem, tomam decisões em suas vidas e se constituem enquanto sujeitos históricos. Esses conteúdos estão presentes nas reportagens de capa que enfatizam a importância de praticar esportes e atividades físicas regularmente, em realizar procedimentos estéticos e cirúrgicos para aperfeiçoar a beleza corporal, adquirir novas competências, conhecimentos e habilidades cognitivas, melhorar o controle das emoções, ser autônomo e obter felicidade e autoestima constante em suas vidas. Há, também, reportagens de capa que têm como propósito exercer poder sobre a vida da população enquanto espécie, por meio da veiculação de saberes médicos e científicos, dados estatísticos, normas, gerenciamentos, controles, regulamentações e alertas de segurança, cujo objetivo é gerenciar a população, conduzir condutas e produzir comportamentos conformes. Essas temáticas se manifestam quando a revista *Veja* disserta sobre a eficácia da medicalização na sociedade, o perigo relacionado aos vícios e a disseminação de doenças, sobre a importância em realizar um controle demográfico, entre outras técnicas e métodos de prevenção de riscos que possam aumentar a qualidade de vida da população.

Portanto, o que está em jogo é como a revista *Veja* busca governar a vida através da condução de condutas individuais e coletivas. Logo, neste trabalho, a noção de governo é utilizada em um sentido mais abrangente, isto é, não se remete às minúcias das intrigas políticas ou às complexas relações entre políticos, legendas partidárias, funcionários públicos e burocratas. Tampouco, é empregada em termos de Estado. Para nos referirmos às relações de poder engendradas por cálculos e estratégias que buscam a regulação de condutas dos indivíduos e da população, utilizamos o conceito de governo de Michel Foucault, ou seja, um “conjunto constituído pelas instituições, procedimentos, análises e reflexões, cálculos e táticas que permitem exercer esta forma bastante específica e complexa de poder”. Esta prática de governo, o autor chamou de governamentalidade, um modo de pensar a agir que

está incorporado em tentativas de conhecer e de governar os indivíduos e a coletividade, uma confluência de técnicas através das quais os sujeitos se relacionam e governam a si mesmos, procurando mudar a si próprios, otimizando suas habilidades, competências e capacidades.<sup>5</sup>

Um dos pontos cruciais que levou à escolha de *Veja* como objeto de investigação foi sua tiragem elevada que, conseqüentemente, resulta em um poder de alcance muito grande no território nacional. Um levantamento feito pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC) revela que a tiragem média semanal de *Veja* chegou a ser de 800 mil de exemplares durante toda a década de 1980.<sup>6</sup> Segundo uma matéria do jornal *O Globo*, *Veja* se tornou a revista mais vendida do país e a terceira mais vendida do mundo nos anos 1980, com algumas edições rompendo a marca de um milhão de exemplares nos dois últimos anos da década, mantendo-se até a atualidade como a líder do mercado brasileiro de revistas.<sup>7</sup>

A revista *Veja* publicada durante a baliza temporal estabelecida para esta investigação, isto é, entre os anos 1979 e 1988, caracteriza-se por ser um periódico generalista, que aborda diversos temas e assuntos, mas não atua em um segmento específico. Suas edições semanais focam, principalmente, em pautas políticas e econômicas, com muito mais ênfase para o Brasil do que para a esfera internacional. Ainda assim, conteúdos sobre tecnologia, meio ambiente, cultura, religião e ciência também são encontrados no periódico, porém, com menor frequência. Conforme destaca Carlos Maranhão, foi depois de uma série de pequenas correções que *Veja* finalmente definiu suas principais pautas e acertou o tom da linguagem de seus leitores. Com efeito, *Veja* conquistou cada vez mais popularidade e se consolidou no mercado brasileiro de revistas no início dos anos 1980, com mais do que o dobro da tiragem semanal que havia conquistado na década passada.<sup>8</sup>

A baliza temporal desta pesquisa emerge das próprias reportagens de capa publicadas por *Veja*, que indicam por meio de um conjunto de elementos – que

---

<sup>5</sup> FOUCAULT, Michel. A governamentalidade. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 429.

<sup>6</sup> O levantamento da tiragem pode ser consultado em: [www.ivcbrasil.org.br/](http://www.ivcbrasil.org.br/).

<sup>7</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/apos-ser-vendida-editora-abril-passara-negociar-com-credores-23322666>.

<sup>8</sup> MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita: o dono da banca – a vida e as ideias do editor de *Veja* e da Abril**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016, p. 303 e seguintes.

discutiremos ao longo da tese – seu exercício de poder sobre a vida dos indivíduos e da população. De fato, o que discutimos como relações de poder são os mecanismos e as técnicas utilizadas pela revista para conduzir condutas, que estão encadeadas nas reportagens de capa do periódico e, ao longo de sua história, aparecem e desaparecem sem uma regularidade. Todavia, entre os anos de 1979 e 1988, os exercícios de poder que incidem sobre a vida dos indivíduos e da população ganham densidade e frequência em suas publicações. Eis que surge nossa inquietação nesta pesquisa. Quais são as condições de possibilidade que fazem emergir, entre 1979 e 1988, reportagens de capa da revista *Veja* que tornam a vida dos indivíduos e da população alvos do poder? Quais são os efeitos das relações de saber-poder presentes nas reportagens de capa no recorte temporal mencionado? Para buscar responder a estas inquietações e justificar nossa baliza temporal, trabalhamos com três hipóteses:

(1) A primeira hipótese está relacionada à emergência das reportagens de capa do tipo descrito, que ganham mais assiduidade a partir do ano de 1979. Isso pode estar atrelado a fatos que aconteceram em anos anteriores, que podem ter contribuído para mudanças no projeto editorial da revista. A começar pela chamada primeira fase da abertura política, a distensão, em agosto de 1974, um conjunto de políticas liberalizantes que, segundo seus artífices, levariam o Brasil a uma redemocratização “lenta, gradativa e segura”.<sup>9</sup> Outro fato importante ocorrido o ano de 1976 é o fim da censura prévia que havia sido imposta à revista pela ditadura militar logo após as primeiras publicações de *Veja*, bem como, a polêmica saída do jornalista cofundador, Mino Carta, do cargo de editor-chefe da revista *Veja*.<sup>10</sup> Neste momento, Roberto Civita assumiu sozinho o controle da linha editorial e organizou algumas mudanças que visavam definir com mais clareza quem era o público-alvo da revista. Carlos Maranhão afirma que os desafios de *Veja*, a partir deste momento, seriam o de levar informação

---

<sup>9</sup> REIS, Daniel Aarão. **Ditadura e democracia no Brasil: do golpe de 1964 à Constituição de 1988**. Rio de Janeiro: Zahar, 2014, p. 98.

<sup>10</sup> Mino Carta afirma que, no final do ano de 1975, a editora Abril solicitou um empréstimo de 50 milhões de dólares à Caixa Econômica Federal para quitar dívidas com bancos internacionais. Segundo suas afirmações, a editora teria negociado, em troca do empréstimo e do fim da censura, que ele (Mino Carta) fosse afastado da revista. Mino descobriu a negociação e pediu demissão. Dois meses depois de sua saída, já no ano de 1976, a censura acabou em *Veja* e a editora Abril recebeu o empréstimo. Roberto Civita sempre negou este episódio. Ver mais em: CARTA, Mino. Inimigo nº 1 da mediocridade. **Jornal da Associação Brasileira de Imprensa**. São Paulo, edição 332, nov., 2008, p. 16 – 21. Também, é importante ressaltar que a censura continuou em outros veículos de comunicação e só foi definitivamente abolida com a promulgação da Constituição Federal de 1988.

rápida e objetiva, apresentar os debates em torno da ciência, arte, tecnologia, educação, esportes e desenvolvimento de negócios, pois Roberto Civita acreditava que essa abordagem levaria *Veja* a conquistar novos leitores, visto que a tiragem do periódico estava em baixa desde o início da década de 1970, contribuindo para que a Editora Abril acumulasse dívidas milionárias e quase abrisse falência.<sup>11</sup> Talvez essa nova abordagem da revista tenha sido responsável pelo crescimento de sua tiragem ao longo dos próximos anos, quando saiu de uma tiragem média de 250 mil exemplares semanais, no ano de 1979, para 743 mil exemplares semanais, em 1988, um crescimento de quase três vezes.<sup>12</sup> Portanto, a Abertura Política, o fim da censura prévia e a mudança na linha editorial de *Veja* são elementos que podem indicar uma maior ênfase na publicação de reportagens de capa que, de algum modo, buscam exercer poder sobre a vida dos indivíduos e da população. Estas ganham tração no ano de 1979 e, assim, seguem até 1988, ano marcado pela guinada política da revista *Veja*, no qual a temática do biopoder perde a força que havia conquistado dentro do periódico, cedendo espaço aos debates políticos e econômicos, que entram para a década seguinte com destaque ainda maior.<sup>13</sup>

(2) A segunda hipótese relaciona-se às mudanças no contexto histórico, visíveis no recorte temporal 1979 – 1988. De acordo com Jadir Rostoldo, trata-se de um período de transição democrática, de mudanças no plano econômico, bem como de alterações nas estruturas culturais relacionadas à garantia dos direitos humanos, à liberdade de expressão, ao comportamento, aos costumes e hábitos de vida.<sup>14</sup> Mudanças correlatas aos movimentos civis que ocorreram, principalmente, na segunda metade do século XX, no Brasil e no mundo, a exemplo dos movimentos feminista, negro, *gay*, ecológico, entre outros que podem ser as condições de possibilidade que permitiram a emergência de reportagens de capa em *Veja*, que buscam exercer poder sobre a vida dos indivíduos e da população. Do mesmo modo, olhamos para o contexto externo, visto que o recorte temporal de análise condiz com

---

<sup>11</sup> MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita**, *op. cit.*, p. 229 e seguintes.

<sup>12</sup> VEJA, edição 1569, de 21 de outubro de 1998, p. 116.

<sup>13</sup> Nos anos finais da década de 1980, as pautas políticas e econômicas ganharam maior frequência em *Veja* devido aos embates oriundos da Assembleia Nacional Constituinte de 1987 – 1988 e do retorno das eleições diretas no Brasil, em 1989. Na década seguinte, entre os anos de 1990 e 1992, o conturbado governo do presidente Fernando Collor de Mello ganhou destaque nas capas da revista *Veja*. Ver mais em: MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita**, *op. cit.*, p. 283 – 319.

<sup>14</sup> ROSTOLDO, Jadir Peçanha. **Brasil, 1979 – 1989: uma década perdida?**. Jundiaí: Paco Editorial, 2014, p. 9 e 10.

a ascensão do que Michel Foucault chamou de governamentalidade neoliberal, que avançava sobre as maiores potências econômicas do mundo, a exemplo dos Estados Unidos do presidente eleito, Ronald Reagan, do Reino Unido da primeira-ministra, Margaret Thatcher, da Alemanha Ocidental governada pelo chanceler, Helmut Kohl, e da França do presidente socialista François Mitterrand, que embora fosse orientado por uma política de esquerda, implementou uma série de reformas neoliberais durante seu governo.<sup>15</sup> De fato, o neoliberalismo não estava presente na condução político-econômica do Brasil durante a baliza temporal proposta para análise, mas é possível dizer que, aos poucos, *Veja* foi introduzindo no país os debates, os costumes, os hábitos, os comportamentos, as reformas e as práticas deste novo modelo de governamentalidade que aflorava nas maiores potências econômicas seguindo o princípio da concorrência, que não busca apenas estruturar e organizar as ações do governo, mas a própria conduta dos governados.<sup>16</sup> Diante disso, manter os leitores atualizados sobre o que estava acontecendo ao redor do mundo era o que Victor Civita, presidente da Editora Abril, já anunciava como uma característica da revista logo em seu primeiro editorial, alegando que o Brasil “precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião”.<sup>17</sup>

(3) A terceira hipótese que justifica a escolha do nosso recorte temporal está relacionada a reformulação do jornalismo no Brasil, especialmente, o de revistas ocorrido neste período. Marcondes Filho argumenta que, na passagem da década de 1970 para a de 1980, o jornalismo se tornou um mecanismo que convoca seus leitores a participarem do mundo, a vivenciarem uma vida de sucesso.<sup>18</sup> Seguindo a mesma

---

<sup>15</sup> Michel Foucault não concebe o neoliberalismo como uma teoria econômica ou como uma ideologia política, mas uma arte específica de governar indivíduos e populações. Ainda assim, é importante frisar que essa arte de governar – que Foucault chama de governamentalidade – é uma condição específica do neoliberalismo enquanto teoria econômica. Sem a teoria econômica não haveria a governamentalidade baseada no governo dos outros. Ver mais em: FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978 – 1979). Trad. Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições 70, 2018, p. 333 e seguintes.

<sup>16</sup> A exceção é o Chile que, após o golpe de Estado de 1973, serviu de laboratório para o neoliberalismo. Ver mais em: HARVEY, David. **O neoliberalismo**: história e implicações. Trad. Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. 5ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014, p. 17 e 18.

<sup>17</sup> VEJA, edição 01, de 11 de setembro de 1968, p. 21.

<sup>18</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. São Paulo: Hacker, 2000, p. 145 e seguintes.

linha de análise, José Prado acredita que para este novo modelo de jornalismo de revista não basta somente noticiar, mas, é preciso transformar, moldar os indivíduos e populações, criar pacotes identitários, mapear caminhos, apresentar-se para seus leitores como um manual de autoajuda, um guia político, econômico e cultural, emitindo receituários e saberes.<sup>19</sup> O fenômeno midiático que os autores mapearam no país tem como propósito conquistar os leitores por meio de seções especializadas em instruí-los, mostrar a utilidade prática do periódico em seu cotidiano, ser uma espécie de guia que induz, orienta, educa, mobiliza e impulsiona os leitores a executarem uma ação e/ou reação. Deste modo, a reformulação do jornalismo de revista pode ter sido assim, uma condição de possibilidade para a emergência de exercícios de poder sobre a vida dos indivíduos e da população, na revista *Veja*, dentro do recorte temporal mencionado.

Publicada semanalmente pela Editora Abril,<sup>20</sup> a revista *Veja* foi criada pelos jornalistas e empresários Roberto Franco Civita (1936 – 2013) e Demetrio Carta, conhecido como Mino Carta (1933), em 11 de setembro de 1968, “apenas um ano depois da recém implantada Lei de Imprensa, a qual restringia a liberdade dos veículos midiáticos e três meses antes do decreto do Ato Institucional n.º 5, (AI-5)”, que instaurou uma forte censura aos meios de comunicação do país, entre outras arbitrariedades.<sup>21</sup> Portanto, os primeiros anos de circulação do periódico no Brasil coincidiram com os primeiros anos da ditadura militar.

Além disso, a revista *Veja* nascia dentro de um país que possuía a maior parcela de sua população vivendo na zona rural e que, também, ainda detinha grandes desafios logísticos e índices elevados de analfabetismo.<sup>22</sup> Vale lembrar que *Veja* tinha a difícil missão de dividir espaço nas bancas e conquistar a preferência dos leitores frente às renomadas revistas semanais ilustradas, a exemplo de: *O Cruzeiro* (Diários

---

<sup>19</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ, 2013, p. 45 – 73.

<sup>20</sup> Desde sua criação e, durante décadas, a publicação foi realizada todas às quartas-feiras. A partir da edição 2635, de 17 de maio de 2019, a revista *Veja* passou a ser publicada nas sextas-feiras.

<sup>21</sup> SILVA, André Luís A. **Quando História e Jornalismo se encontram: os enunciados jornalísticos de *Veja* como dispositivos de poder (2011 – 2016)**. Dissertação de Mestrado em História, Universidade Estadual do Centro-Oeste, Irati, 2019, p. 16.

<sup>22</sup> Segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, na década de 1960, o Brasil possuía cerca de 39,6% da população acima dos 15 anos de idade analfabeta. O estudo foi registrado em abril de 2012 e pode ser consultado de forma completa através do site do IBGE: <https://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-portemas/educacao.html>.

Associados) e *Manchete* (Bloch Editores), embora tenha se posicionado em outro segmento, o da informação.<sup>23</sup> Os desafios de *Veja* eram grandes, porém, segundo Maria Almeida, estava à altura da equipe editorial e do projeto que havia sido organizado ao longo das treze edições testes.<sup>24</sup> Thomaz Corrêa afirma que *Veja* inaugurou no Brasil um novo formato de revista semanal de informação, que trazia novas técnicas de edição – como títulos, subtítulos, imagens e legendas – no intuito de transmitir ao leitor uma mensagem mais clara do tema e conteúdo noticiado. Nascia, naquele momento, um veículo de comunicação inovador que contava com uma estrutura complexa, inspirada nos moldes das revistas semanais estadunidenses *Time* e *Newsweek*.<sup>25</sup> Segundo Carlos Maranhão, a revista *Realidade*, criada pela Editora Abril, em 1966, também foi uma das inspirações para o desenvolvimento do projeto de *Veja*. Embora fosse uma revista de circulação mensal, *Realidade* foi um experimento bem sucedido financeiramente da família Civita, o que transmitiu confiança para que, dois anos mais tarde, a editora lançasse no mercado uma revista de periodicidade semanal, a *Veja*.<sup>26</sup>

Os criadores de *Veja* foram os editores iniciais, ambos profissionais com boa experiência no campo de trabalho, visto que Roberto Civita, quando ainda jovem, realizou estágio na editora *Time Inc* por um ano e meio. Depois que voltou ao Brasil, no ano de 1958, ajudou a criar a revista *Exame*, em 1967 e foi diretor de publicidade das revistas *Quatro Rodas* e *Realidade*. Por sua vez, seu companheiro de editoração, Mino Carta, possuía um extenso currículo. Havia sido redator dos jornais *Gazzetta Del Popolo* e *Il Messaggero*, na Itália. No período em que morou na Europa, foi correspondente da revista brasileira *Mundo Ilustrado*. Quando retornou ao Brasil, em 1960, foi durante quatro anos editor da revista *Quatro Rodas*, posteriormente, fundou e dirigiu a edição de esportes do jornal *O Estado de S. Paulo*, entre os anos de 1964

---

<sup>23</sup> O nome *Veja* foi escolhido devido ser uma boa denominação para ser concorrente das semanais ilustradas *O Cruzeiro* e *Manchete*, porém não era um bom título para uma revista semanal de informação, que era mais para ler do que para ver. Portanto, desde sua inauguração até a edição 351, de 28 de maio de 1975, *Veja* era acompanhada pelo subtítulo “e leia” em suas capas. Também, por exigência jurídica da época, uma palavra de uso comum, como *Veja*, não poderia ser registrada sozinha para ser título de um periódico. Ver mais em: ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. **Veja sob censura: 1968 – 1976**. São Paulo: Jabuticaba, 2009, p. 36 e seguintes.

<sup>24</sup> ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. **Veja sob censura**, *op. cit.*, p. 36.

<sup>25</sup> CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 218 e seguintes.

<sup>26</sup> MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita**, *op. cit.*, p. 156 e seguintes.

e 1965. O sucesso foi tão grande que, a pedido da família Mesquita, criou o *Jornal da Tarde*, em 1966.<sup>27</sup>

Os dez primeiros anos de circulação de *Veja*, isto é, de 1968 a 1978, foram marcados por instabilidade nas suas tiragens semanais e pela tentativa de se consolidar no mercado editorial de revistas. Como já mencionado, a censura se fez presente, fato que contribuiu para gerar enormes prejuízos financeiros que frearam o desenvolvimento do jovem periódico.<sup>28</sup>

Segundo Beatriz Kushnir e Muza Velasquez, a chegada de *Veja* ao mercado de revistas brasileiro foi um sucesso excepcional, porém, durou apenas as suas duas primeiras edições, que tiveram tiragem de 700 mil e 500 mil exemplares, respectivamente. Ao longo das semanas seguintes as tiragens diminuíram, a quinta edição foi cerca de 100 mil e, nas vinte edições posteriores, as vendas não passaram de 16 mil exemplares, o que acarretou a perda de quase metade de seus anunciantes. As baixas tiragens entre o final de 1968 e início de 1971, por pouco não decretaram sua falência e retirada do mercado.<sup>29</sup> A principal justificativa do fracasso seria a de que os redatores de *Veja* produziam conteúdos apenas para o eixo Rio-São Paulo e que o público estava habituado com as revistas semanais de ilustração, portanto acostumados a folhear revistas e não a ler. Assim, estava nítido para Civita e Carta que mudanças significativas eram necessárias para garantir a sobrevivência do periódico.<sup>30</sup>

De acordo com Maria Almeida, durante meses os editores de *Veja* se debruçaram sobre as revistas semanais estadunidenses *Time* e *Newsweek*, para

---

<sup>27</sup> Para mais informações sobre os primeiros editores da revista *Veja*, recomendamos a leitura da Primeira Parte da obra: ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. ***Veja sob censura***, *op. cit.*, p. 23 – 175.

<sup>28</sup> Grande parte das matérias vetadas pela censura eram aquelas que falavam sobre desaparecidos políticos, casos de tortura e morte, cassação de mandatos parlamentares, abuso de força policial, prisões arbitrárias, desemprego, desigualdades sociais, movimentos estudantis e denúncias de corrupção nos governos militares. O levantamento de dados completo pode ser consultado em: ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. ***Veja sob censura***, *op. cit.*, p. 99 – 154.

<sup>29</sup> É importante ressaltar que a tiragem é a quantidade de unidades impressas de um periódico, enquanto que a venda é a comercialização dos exemplares. Portanto, tiragem e venda não são a mesma coisa, mas podem ser entendidos como dados correlatos, pois quando um periódico apresenta uma demanda maior de venda, tende-se na próxima edição aumentar sua tiragem. Quando o número de comercialização diminui, a tiragem é reduzida para evitar prejuízos.

<sup>30</sup> KUSHNIR, Beatriz; VELASQUEZ, Muza C. C.. *Veja* (verbetes). In: ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; LAMARÃO, Sérgio Tadeu de Niemeyer (Orgs.). **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro pós-1930**. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, v. 5, 2001, p. 6001 e seguintes.

entender sua fórmula de sucesso e repeti-la no Brasil.<sup>31</sup> Foi por inspiração destes periódicos que, a partir do mês de junho de 1969, foi inaugurado uma seção de conversação inicialmente intitulada de *Entrevista*, presente logo nas primeiras páginas da revista, que tinha como objetivo trazer para os leitores a transcrição de uma entrevista com personalidades nacionais e internacionais, convidados por *Veja* para dialogar e discutir sobre assuntos de grande relevância e de interesse para seu público leitor.<sup>32</sup> Outra inspiração deu origem ao modelo de assinaturas, implementado em outubro de 1971, possibilitando que a revista chegasse às mãos do leitor rapidamente.<sup>33</sup>

Carlos Maranhão ressalta que durante os primeiros dois anos de circulação da revista foi realizado pequenas mudanças editoriais para redescobrir a linguagem e a melhor maneira de escrever matérias. Segundo o autor, a cobertura política foi responsável por projetar *Veja* nacionalmente, interligando a revista em todo território nacional através de uma escrita simples, objetiva e auxiliada por fotografias e infográficos que buscavam situar e prender os leitores no texto.<sup>34</sup> Não demorou muito para que bons resultados chegassem. Segundo os dados levantados por Maria Almeida, no último trimestre de 1972, as vendas de *Veja* chegaram a 97 mil exemplares de média semanal, sendo 52 mil em bancas e 45 mil por assinaturas. No último semestre de 1976, foram vendidos 215 mil exemplares em média, cerca de 79 mil em bancas e 136 mil por assinaturas.<sup>35</sup> Após dez anos de seu lançamento, a tiragem média semanal de *Veja*, em 1978, era de 249 mil exemplares.<sup>36</sup>

Conforme Beatriz Kushnir e Muza Velasquez, os primeiros anos de *Veja* demonstravam alguns traços já bem definidos. Para as historiadoras, o periódico nunca

---

<sup>31</sup> ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. **Veja sob censura**, *op. cit.*, p. 47.

<sup>32</sup> O dramaturgo e cronista Nelson Rodrigues foi o primeiro entrevistado na seção que ganhou o nome de *Entrevista*, na edição 39, de 04 de junho de 1969. Ao longo da segunda metade do ano de 1970, este espaço foi renomeado para *Páginas Amarelas*, fazendo referência à coloração do papel utilizado em suas páginas. O emprego do papel de cor amarela foi uma forma de despachar o material que havia sido comprado em grande quantidade pela Editora Abril. Com o passar dos anos, as *Páginas Amarelas* se tornaram uma característica peculiar da revista. Ver mais em: ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. **Veja sob censura**, *op. cit.*, p. 49 e 50.

<sup>33</sup> Até mesmo o formato 20,2x26,6 cm foi inspirado na revista *Time*, o que na época representava melhor utilização do papel e, por isso, uma maior economia. Ver mais em: SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2011, p. 40.

<sup>34</sup> MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita**, *op. cit.*, p. 271 e seguintes.

<sup>35</sup> ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. **Veja sob censura**, *op. cit.*, p. 56.

<sup>36</sup> VEJA, edição 1569, de 21 de outubro de 1998, p. 116.

foi uma revista de esquerda e, embora tenha afrontado a ditadura militar algumas dezenas de vezes, era um periódico conservador, principalmente, no que diz respeito aos costumes.<sup>37</sup> Caren Silveira enfatiza que os títulos da Editora Abril adotaram o “padrão liberal de jornalismo”, também conhecido como jornalismo empresarial norte-americano, que tinha como principal característica transformar seus títulos em produtos mercadológicos para a venda, no propósito de obter lucro. Baseado nessa premissa, a esse padrão de jornalismo foram relacionadas ideias como “neutralidade, objetividade, competência, autonomia, imparcialidade”, já que o produto deveria atingir o máximo possível de compradores.<sup>38</sup>

Outra marca da revista foi a definição de seu público leitor que, para José Prado, tinha como alvo os profissionais liberais, funcionários públicos, intelectuais, investidores e empresários. Ou seja, *Veja* nasceu destinada à classe média urbana que se formava nos grandes centros demográficos do Brasil. Foi para esta camada social que o periódico se propôs a firmar uma espécie de contrato social, apresentando-se como um guia, no intuito de levá-la a galgar o último degrau em direção ao sucesso, pois "aquele que busca a vitória precisa de uma revista vitoriosa, de um enunciador potente, de opinião forte", necessita, ainda, que apresentem a imagem do vitorioso, do maior, do primeiro, do mais importante, daquele que conseguiu conquistar o sucesso, mostrando seu percurso e os feitos que o levaram ao pódio.<sup>39</sup>

Uma análise tendo como objeto de pesquisa as publicidades veiculadas nas páginas de *Veja* durante a década de 1970, efetuada por Douglas Voks, também segue a mesma linha, pois muitos dos produtos anunciados, tais como automóveis, eletrônicos, opções de investimentos, serviços bancários, vestimentas e acessórios para o corpo, não cabiam no orçamento da grande massa dos trabalhadores. A produção publicitária em *Veja* era claramente destinada à classe média brasileira que detinha um poder de compra mais alto. O autor constatou que as publicidades não tratavam apenas da comercialização de produtos, mas da venda de um estilo de vida

---

<sup>37</sup> KUSHNIR, Beatriz; VELASQUEZ, Muza C. C.. *Veja* (verbete), *op. cit.*, p. 6001 e seguintes.

<sup>38</sup> SILVEIRA, Caren Santos da. **A construção do sujeito representativo da oposição liberal nas páginas da revista *Veja* (1979 – 1988)**. Tese de Doutorado em História, PUC-RS, Porto Alegre, 2010, p. 26 e 27.

<sup>39</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 115.

que norteava a construção de uma nova classe média que, ao consumir determinados produtos e/ou marcas, estabelecia relações de pertencimento a um grupo social.<sup>40</sup>

Nossa opção por investigar o jornalismo de revista deve-se, ainda, às suas características próprias. De acordo com Tania de Luca, as revistas possuem uma função pedagógica e podem influir no processo de constituição dos indivíduos e populações, uma vez que ensinam, aconselham, propõem e indicam condutas. Vale lembrar que a grande maioria das revistas tem periodicidade semanal ou mensal, tempo necessário para produzir matérias mais completas, amplas e com auxílio de especialistas de várias áreas do conhecimento. Outra característica que a autora elenca é que o jornalismo de revista é específico para públicos segmentados, possui cuidados com seu acabamento, linguagem de tom coloquial, “de alguém próximo e que aconselha, ampara, aplaca angústias, resolve dúvidas, sugere, fazendo às vezes de uma amiga e companheira à qual sempre se pode recorrer”.<sup>41</sup> Com efeito, essas características tornam as revistas atraentes, prazerosas e empáticas, diferente do jornal impresso convencional, de periodicidade diária, publicado em material espesso e áspero, apresentando preocupação com o fato derradeiro. Seguindo esta mesma linha de análise, Marília Scalzo alega que, ao longo do século XX, as revistas se desvincularam dos jornais convencionais e foram adquirindo particularidades, como a segmentação em vários nichos que visavam complementar a educação, aprofundar o conhecimento sobre diversos assuntos, aguçar a curiosidade e auxiliar o leitor na interpretação dos acontecimentos. Para a autora, as revistas se posicionaram ao longo do tempo entre os livros – materiais complexos, com profundas análises, linguagem filosófica/acadêmica –, e os jornais, designados para o debate político, com pouco aprofundamento devido a sua periodicidade direcionada para noticiar o imediatismo do fato.<sup>42</sup>

Chamando a atenção para o impacto dos periódicos no meio social, Ana Martins e Tania de Luca destacam que os impressos que circularam no país, nos últimos 200 anos, testemunham e veiculam nossa história, bem como a construção

---

<sup>40</sup> VOKS, Douglas Josiel. Propagandas na *Veja*: construindo uma “nova” classe média (década de 1970). In: AREND, Sílvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 – 1980)**. Curitiba: Editora CRV, 2014, p. 195 e seguintes.

<sup>41</sup> LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 465.

<sup>42</sup> SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**, *op. cit.*, p. 11 e seguintes.

do Brasil. Para as autoras, "a história do Brasil e a história da imprensa brasileira caminham juntas, se auto explicam, alimentam-se reciprocamente, integrando-se num imenso painel".<sup>43</sup> A afirmação das historiadoras deve-se aos inúmeros estudos realizados nas últimas décadas, tendo como objeto e/ou fonte a imprensa brasileira. Estes trabalhos têm nos mostrado sujeitos, práticas e condutas sociais que atuam na constituição do nosso modo de vida, da nossa concepção e consciência histórica. Neste panorama, é fundamental lembrarmos que os impressos se caracterizam por serem, ao mesmo tempo, um espaço político e cultural, pois neles, e por meio deles, são expostos os debates e as discussões de uma nação, lugar no qual se articulam elementos, objetos e ações dos indivíduos e da sociedade, dos quais organizam, inventam, definem e vivenciam experiências diversas.

Segundo Michael Pollak, a memória é um campo de disputa e a história está perdendo, para o jornalismo, o protagonismo central conquistado ao longo do tempo na constituição e formalização da memória social. Para o autor, nos últimos séculos, a história se consolidou como um discurso de verdade e como a responsável pela memória oficial, selecionando, ordenando e classificando os fatos, seguindo certos critérios, construindo-se, também, através dos silêncios e repressões.<sup>44</sup> No entanto, as últimas décadas mostram que a história vem perdendo este espaço, devido à inserção dos meios de comunicação na sociedade, como o jornalismo, que "desde o século XX passou a ocupar uma posição institucional que lhe conferiu o direito de produzir enunciados em relação à realidade, aceitos pelo consenso da sociedade como verdadeiros".<sup>45</sup> Deste modo, na contemporaneidade o jornalismo disputa com a história o principal lugar de memória das sociedades contemporâneas, visto que cada vez mais os veículos de comunicação detêm o poder de dar relevância aos acontecimentos do cotidiano e elevá-los à condição de históricos.

Os elementos listados nos últimos parágrafos justificam nossa escolha por investigar o jornalismo de revista, especificamente *Veja* dentro do período histórico já mencionado. De acordo com o levantamento realizado neste trabalho, entre janeiro

---

<sup>43</sup> MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 08.

<sup>44</sup> POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, Cpdoc, 1989, p. 03 – 15.

<sup>45</sup> RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Os meios de comunicação e as políticas de memória e esquecimento. In: COUTINHO, Eduardo Granja; FILHO, João Freire; PAIVA, Raquel (Orgs.). **Mídia e poder: ideologia, discurso e subjetividade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008, p. 195.

de 1979 e dezembro de 1988, foram publicadas 522 edições da revista *Veja*, as quais catalogamos em uma tabela conforme a temática abordada na capa de cada edição.<sup>46</sup> Cada exemplar de *Veja* publicado neste período possui, em média, entre 160 páginas. Portanto, em virtude da quantidade de páginas e do volume de edições publicadas durante a baliza temporal definida, somente as reportagens de capa da revista *Veja* foram analisadas em nossa investigação, ou seja, a pauta que está em destaque na capa e, posteriormente, sua reportagem completa, encontrada no interior do periódico.<sup>47</sup>

Das 522 edições de *Veja* mapeadas, selecionamos para análise 30 reportagens de capa disponíveis no Acervo Digital Online da revista *Veja*.<sup>48</sup> Em seguida, as reportagens de capa selecionadas foram organizadas por meio de uma tabela e classificadas em três grandes grupos temáticos, com seus respectivos subgrupos. São eles: (1) Gerenciamento do Corpo, e seus respectivos temas; (A) imperativo da performance; e (B) imperativo da renda. (2) Gerenciamento da Interioridade, e suas temáticas correlacionadas; (A) imperativo do conhecimento; e (B) imperativo empresarial. (3) Gerenciamento da População e suas temáticas; (A) imperativo da saúde; (B) imperativo da vida e morte; e (C) imperativo da segurança.<sup>49</sup> É importante frisar que as reportagens de capa não são analisadas neste trabalho levando em consideração sua cronologia de publicação, mas a partir de conteúdos específicos que compõe uma mesma formação discursiva e apresentam uma regularidade, entre os anos de 1979 e 1988.

Um dos critérios utilizados na seleção das reportagens de capa da revista *Veja* está relacionado ao governo dos indivíduos, ou seja, selecionamos reportagens de capa que demonstram algum tipo de preocupação e/ou cuidados referentes ao corpo

---

<sup>46</sup> A tabela está disponível em: Apêndice 9 – Temática das reportagens de capa da revista *Veja* (1979 – 1988), p. 231.

<sup>47</sup> É importante ressaltar que quase todas as reportagens de capa publicadas entre 1979 e 1988 não são assinadas pelos autores. Contudo, o foco desta investigação não é trabalhar com os jornalistas, mas com os enunciados veiculados pela revista em sua totalidade, pois entendemos que os inúmeros autores falam em nome do periódico e, portanto, estão alinhados com o projeto editorial adotado pela revista. Outro ponto significativo é a grande proporção de publicidade nas páginas de *Veja* que, embora seja uma discussão relevante, não está entre os objetivos desta pesquisa. Como leitura prévia sobre o tema, recomendamos: VOKS, Douglas Josiel. Propagandas na *Veja*: construindo uma “nova” classe média (década de 1970). In: AREND, Silvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso**: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 – 1980). Curitiba: Editora CRV, 2014.

<sup>48</sup> Disponível em: <http://acervoveja.digitalpages.com.br/home.aspx>.

<sup>49</sup> A tabela está disponível em: Apêndice 1 – Edições da revista *Veja* selecionadas para estudo (1979 – 1988), p. 221.

e à beleza estética dos sujeitos, que enfatizam a importância de estes adquirirem novos conhecimentos e habilidades cognitivas, que discutam o gerenciamento das emoções, a autonomia e a busca por obter felicidade e autoestima constante. O outro critério está relacionado ao governo das populações, assim, também selecionamos reportagens de capa que ressaltam a promoção da saúde, que emitem alertas sobre os efeitos nocivos causados por vícios, sobre a propagação de doenças e prevenções de possíveis ameaças que possam afetar a segurança e o bem-estar individual e coletivo. Em suma, a seleção das 30 reportagens de capa da revista *Veja* foi feita conforme sua aproximação com a trama do biopoder, isto é, do exercício de poder sobre a vida dos indivíduos e populações, tendo em vista o nosso objetivo de fazer emergir formações discursivas que apresentem regularidade de publicação dentro da baliza temporal estabelecida para investigação.

A opção por investigar as reportagens de capa ocorreu pelo fato de que, no jornalismo de revista, as capas se caracterizam como os principais espaços e, por isso, possuem melhor acabamento ilustrativo. Marília Scalzo enfatiza que a manchete e a linha fina da capa buscam causar impacto, têm por finalidade reforçar e legitimar o conteúdo visual, ao mesmo tempo em que convocam o público à leitura.<sup>50</sup> Com efeito, as capas de *Veja* têm por objetivo principal chamar a atenção de seus leitores para determinado fato e/ou reportagem que a própria revista classifica como a mais importante da edição e, portanto, merece maior destaque. Nas páginas destinadas à reportagem principal da revista, existe uma tentativa de sanar todas as dúvidas dos leitores, alertá-los e convencê-los. Criam-se através de crônicas de transformações os mapas e as modalizações de comportamentos. A revista coloca o leitor na posição de quem necessita de ajuda, mostrando para ele os benefícios da mudança e/ou as pessoas que mudaram e possuem uma nova vida. Ao mesmo tempo, as reportagens buscam proporcionar interações com os leitores, com intuito de representá-los e convencê-los a mobilizarem-se, a mudarem hábitos e a tomarem decisões.

Nas últimas duas décadas, no Brasil, foram publicadas várias teses de doutorado tratando de temáticas relacionadas ao exercício de poder sobre a vida dos indivíduos e/ou da população, difundido pelos veículos midiáticos, em especial, os impressos. Todavia, poucos destes trabalhos são oriundos dos programas de pós-graduação em História. Ainda assim, ressalto alguns trabalhos que nos servem como

---

<sup>50</sup> SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**, *op. cit.*, p. 62 e seguintes.

referência, a exemplo da tese, *Os sentidos das aparências: invenção do corpo feminino em Fortaleza (1900 – 1959)*, de Luciana Almeida, defendida e publicada pelo Programa de Pós-Graduação em História da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, em 2016. Nela, a autora investigou como os periódicos da cidade de Fortaleza, no Ceará, difundiram noções de uma modernidade inspirada nas cidades do Rio de Janeiro e Paris, do início do século XX, nas quais o corpo das mulheres passou a ser interpretado como um problema médico e estético, tornando-se alvo de investimentos de poder que tinham como objetivo construir um novo corpo feminino, tracejado por um moderno padrão de beleza, comodidade e qualidade de vida.<sup>51</sup>

Outra tese no campo da História que aborda questões sobre biopoder é *Entre viciados e criminosos: discurso antidrogas, controle social e biopolítica em Salvador (1970 – 1990)*, de Rogério França, defendida e publicada pelo Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal da Bahia, em 2018. Neste trabalho, o autor investigou como os periódicos locais construíram o problema das drogas na capital baiana entre as décadas de 1970 e 1990, identificando nas práticas discursivas e não-discursivas os sujeitos e as áreas consumidoras de droga na cidade, como um problema social a ser resolvido. França argumenta como os veículos de comunicação detinham um discurso autorizado e, ao mesmo tempo, moral sobre a política antidrogas daquele período histórico.<sup>52</sup>

Saliento, também, algumas teses de doutoramento que estabelecem diálogos interdisciplinares com a historiografia, pois os programas de pós-graduação em Comunicação Social, Letras e Linguística, já produziram vários trabalhos que dialogam com nossa temática de pesquisa, ou seja, a questão do biopoder. Por isso, é importante que nossa investigação se aproxime dos estudos e das discussões destas áreas de conhecimento.

Destacamos o trabalho de Veronice Silva, que se debruçou sobre quatro décadas de análise sobre a revista *Veja*, para concluir sua tese intitulada *De anônimos a heróis: discursos sobre o câncer de 1973 a 2013 no gênero reportagem de popularização da ciência na revista Veja*, defendida e publicada pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Santa Maria, em 2015. Nesse

---

<sup>51</sup> ALMEIDA, Luciana Andrade de. **Os sentidos das aparências:** invenção do corpo feminino em Fortaleza (1900 – 1959). Tese de Doutorado em História, PUC-SP, São Paulo, 2016.

<sup>52</sup> FRANÇA, Rogério dos Santos. **Entre viciados e criminosos:** discurso antidrogas, controle social e biopolítica em Salvador (1970 – 1990). Tese de Doutorado em História, UFBA, Salvador, 2018.

estudo, a autora analisou todas as publicações relacionadas ao câncer veiculadas na revista *Veja* nas décadas mencionadas e, por meio de uma análise discursiva, constatou que falar sobre a doença não era apenas um hábito relacionado à qualidade de vida e ao bem-estar, mas, um meio para que o periódico pudesse promover e popularizar a ciência no Brasil. A tese ressaltou como o discurso da revista sobre a doença mudou ao longo dos quarenta anos de publicação, bem como sua representação, visto que nas primeiras décadas os pacientes eram retratados como pessoas indefesas e, nas últimas décadas de análise, como heróis que enfrentavam uma gravíssima doença.<sup>53</sup>

Outro destaque é a tese *Estresse na mídia: a construção discursiva de um mal-estar contemporâneo*, de Bruna Bakker, defendida e publicada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 2019. Bakker, investigou o discurso sobre o estresse veiculado pela revista *Veja* entre os anos de 1968 e 2018. De acordo com a autora, o estresse foi discursado e interpretado pelo periódico como um fator de risco para a saúde e qualidade de vida da população. Portanto, o estresse passou a ser entendido como uma epidemia, oriundo do grande mal-estar da contemporaneidade, representando ser um obstáculo para o bem-estar físico e mental, bem como para o êxito profissional e pessoal dos indivíduos. Assim, o estresse deveria ser administrado e controlado por técnicas biopolíticas que gerenciassem e governassem a população.<sup>54</sup>

Livros também abordam a questão do biopoder nos veículos de comunicação, debruçando-se sobre os periódicos impressos. A obra *A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo*, organizada por João Freire Filho e Maria das Graças Coelho, publicada em 2011, reúne artigos de vários pesquisadores que discutem como os veículos de comunicação indicam para seus leitores os melhores modos de gerenciar suas emoções e suas maneiras de interagir socialmente, com a finalidade de impulsionar performances, desempenho e resiliência. O livro tem como objetivo realizar um debate sobre como os veículos

---

<sup>53</sup> SILVA, Veronice Mastella da. **De anônimos a heróis: discursos sobre o câncer de 1973 a 2013 no gênero reportagem de popularização da ciência na revista *Veja***. Tese de Doutorado em Letras, UFSM, Santa Maria, 2015.

<sup>54</sup> BAKKER, Bruna Werneck. **Estresse na mídia: a construção discursiva de um mal-estar contemporâneo**. Tese de Doutorado em Comunicação, UFRJ, Rio de Janeiro, 2019.

mediáticos promovem capital humano, como ele está atrelado a um processo de subjetivação configurado pelo novo espírito do capitalismo.<sup>55</sup>

Outro livro pertinente que dialoga com o nosso tema de investigação é a obra *Ser mãe é... A maternidade normalizada pelo discurso jornalístico*, publicada em 2018, pela jornalista Ariane Pereira, tendo como proposta mapear e discutir os processos de objetivação que levam as mulheres a se reconhecerem como mães, a partir de uma análise discursiva da revista *Pais & Filhos*, utilizando-se de um referencial teórico-metodológico foucaultiano, o qual penso ser uma abordagem pouco explorada pelos historiadores ao trabalharem com veículos de comunicação impressos.<sup>56</sup>

Ainda no campo da Comunicação Social, faço referência ao livro *Biopoder e Mídia* do jornalista Jeferson Bertolini. Publicado em 2020, a obra levanta uma reflexão sobre como os meios de comunicação têm criado, nos últimos anos, uma preocupação excessiva com o corpo dos indivíduos. Para o autor, a apreensão demasiada objetiva construir um novo modelo de corpo que seja economicamente ativo, dócil e útil frente às linhas de produção e performance que o capitalismo atual nos exige. Portanto, é nesse momento que entram as intervenções do biopoder, isto é, um adestramento social por meio das atividades físicas, saúde, bem-estar e alimentação saudável, no intuito de formar indivíduos produtivos e, ao mesmo tempo, consumidores de produtos, bens e serviços relacionados ao cuidado do/com o corpo.<sup>57</sup>

É importante mencionar que há outros trabalhos na área das ciências humanas sobre os veículos de comunicação, especialmente sobre a revista *Veja*, porém que analisam questões e temas diferentes dos mencionados ou utilizam arcabouços teóricos e metodologias divergentes, o que de certa forma dificulta o diálogo com o presente trabalho. Neste sentido, vale citar a obra da historiadora Carla Luciana Silva, intitulada *Veja: o indispensável partido neoliberal 1989 – 2002*, publicada em 2009, que define a revista como um partido político porta voz do neoliberalismo econômico, que age na acepção gramsciana do termo, formalizando uma força hegemônica que

---

<sup>55</sup> FREIRE FILHO, João; COELHO, Maria das Graças Pinto (Orgs.). **A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

<sup>56</sup> PEREIRA, Ariane Carla. **Ser mãe é...** A maternidade normalizada pelo discurso jornalístico. Curitiba: Appris, 2018.

<sup>57</sup> BERTOLINI, Jeferson. **Biopoder e mídia: como adestram nosso corpo falando em alimentação e atividade física**. Cajamar: Amazon, 2020.

correlaciona demais grupos, de empresários, de investidores e de políticos, e que utilizam táticas para alcançar seus objetivos: formulação, organização e policiamento. Sendo assim, a revista *Veja* ajuda a manter o sistema capitalista e reforça o ponto de vista do poder econômico.<sup>58</sup> Também, menciono a obra *Mídia: propaganda política e manipulação*, do linguista estadunidense Noam Chomsky, publicada em 2013, na qual sua argumentação central é a de que os veículos midiáticos funcionam como propaganda e manipulação política a serviço de uma elite político-econômica que busca maquiagem e/ou distorcer a realidade, construir uma opinião pública consensual para poder exercer domínio sobre as massas e retirar da pauta midiática a discussão dos reais problemas sociais, como a desigualdade, a violação de direitos, a criminalidade e a precarização do trabalho.<sup>59</sup>

Logo, o que procuramos realizar nas páginas anteriores foi um breve panorama das teses de doutorado e das obras publicadas nas últimas duas décadas no Brasil que, de algum modo, possam estreitar diálogos com o presente trabalho, uma vez que abordam as facetas e os efeitos do biopoder, veiculados por meios de comunicação impressos. Como observado, a temática de pesquisa deste trabalho não é uma exclusividade do campo da História, inclusive, ela permeia e dialoga com outras áreas do conhecimento, o que nos permite refletir sobre outros olhares, fazer revisões teóricas e conceituais, bem como entender a complexidade dos impressos através de diferentes abordagens metodológicas.

Pensando justamente na questão metodológica de nossa pesquisa, a arqueogenealogia é a metodologia usada para a análise dos enunciados jornalísticos disseminados por *Veja*. Proposta pelo filósofo francês Michel Foucault, essa metodologia de análise busca desconstruir os conceitos, os saberes e as noções de tudo aquilo que é dito como essencial e fundamental para a condição humana. Com efeito, dispõe-se pela desconstrução do que é visto e apresentado como normal e natural em nosso cotidiano. A arqueologia do saber, compreendida como a primeira parte desta metodologia, encarrega-se em fazer uma intensa investigação sobre a construção dos saberes humanos. A arqueologia parte do nosso presente e tem a tarefa de compreender as regras, as práticas e as condições que tornaram possível

---

<sup>58</sup> SILVA, Carla Luciana. **Veja**: o indispensável partido neoliberal 1989 – 2002. Cascavel: Edunioeste, 2009.

<sup>59</sup> CHOMSKY, Noam. **Mídia**: propaganda política e manipulação. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Editora WMF, 2013.

um discurso e não outro. De acordo com Michel Foucault, a arqueologia não é uma metodologia estrutural, pois sua função é analisar os arquivos discursivos, logo, seu objeto de estudo são as coisas ditas. Em última análise, seu método busca compreender as condições de possibilidades da emergência de saberes.<sup>60</sup> A segunda parte da metodologia é a genealogia do poder, proposta pelo filósofo durante a década de 1970. Conforme Michel Foucault, a genealogia deve ser entendida como um momento de ampliação do seu campo de estudo, pois, agora, seu método passa a abordar e a analisar as práticas não-discursivas, o não-dito, os silenciamentos, as expressões faciais, as arquiteturas, entre tantas outras formas discursivas. A preocupação da genealogia é analisar as formas e as técnicas de exercício do poder, examinar o saber em termos de estratégias e táticas. Portanto, Michel Foucault se atém às relações de poder, mas sem deixar de considerar a produção de saberes.<sup>61</sup>

Arqueologia e genealogia estão imbricadas. Afinal, todo saber é político e todo poder é uma relação de força. Deste modo, a proposta metodológica de Michel Foucault se apresenta como um caminho pertinente para a análise dos enunciados jornalísticos de *Veja*. Uma trilha, na qual podemos problematizar a revista como um dispositivo do biopoder responsável pela emergência e circulação de saberes, exercícios de poder e produção de subjetividades.

Devido à quantidade de fontes selecionadas, esta pesquisa demanda por uma metodologia destinada ao manuseio e a organização desse material. Neste sentido, Tania de Luca fornece algumas sugestões práticas para trabalhar com periódicos, por exemplo: consultar toda a série do material publicado que compõe o recorte temporal estabelecido, atentar-se em como o periódico organiza a ordem dos conteúdos, o segmento do periódico, as principais publicidades, os principais jornalistas e colunistas, o grupo editorial pertencente, o público-alvo do periódico, tiragem e a materialidade. A historiadora ainda ressalta a importância em construir tabelas e/ou gráficos contendo: tema da capa, tema das reportagens, número da edição, quantidade em que o tema aparece no periódico, etc.<sup>62</sup> As técnicas mencionadas para

---

<sup>60</sup> FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2016, p. 165 e seguintes.

<sup>61</sup> FOUCAULT, Michel. Genealogia e poder. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 262 e seguintes.

<sup>62</sup> LUCA, Tania Regina de. A história dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005, p. 111 – 153.

analisar periódicos nos permitem coletar dados, empreender observações, organizar, classificar, interpretar e analisar conteúdo.<sup>63</sup>

É importante destacar alguns conceitos que fundamentam nossa investigação, bem como noções que articulam todos os capítulos da tese, a exemplo da tríade de Michel Foucault: discurso-saber-poder, que se intercalam no desdobramento deste trabalho como os principais instrumentos teóricos para analisarmos os efeitos da relação entre a revista e seus leitores. Na concepção de Michel Foucault, os discursos são práticas descontínuas e emergem de um desejo por uma vontade de verdade que, por essa razão, está a todo momento em confronto, uma vez que "o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar".<sup>64</sup> Essa luta pelo discurso acontece pelo fato de nossa sociedade ser formada por diversas formações discursivas, que a todo instante buscam se sobrepor umas sobre as outras, pois vivemos dentro de uma malha infinita de discursos que se cruzam, provocam choques, lutas e conflitos. Nesta conjectura, não podemos compreender os enunciados jornalísticos da revista *Veja* como algo natural, singular e isento, considerando que se trata de construções discursivas que emergem em um determinado tempo histórico.

Pelos discursos veiculam-se os saberes que, para Michel Foucault, referem-se a uma forma de dominação para chegar a uma verdade, a exemplos do saber médico, religioso, jurídico e, em nossa análise, o saber jornalístico, construído através de uma série de regras e procedimentos, em seguida, posto em circulação no meio social.<sup>65</sup> O saber que a revista *Veja* produz em suas publicações está relacionado com sua prática discursiva, ambos se constroem em conjunto e servem como um instrumento de poder para chegar a uma vontade de verdade. Logo, seus efeitos podem estar associados à condução de condutas, à constituição da identidade de seus leitores, bem como, presente nas ações e nos comportamentos dos indivíduos e da população.

Em razão do que foi mencionado, os saberes precisam ser compreendidos dentro das relações de poder. Dado que não há poder sem a produção de um saber,

---

<sup>63</sup> O levantamento de dados deste trabalho está disponível em: Apêndice 1 – Edições da revista *Veja* selecionadas para estudo (1979 – 1988), p. 221.

<sup>64</sup> FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 24ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014, p. 10.

<sup>65</sup> FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**, *op. cit.*, p. 214 – 236.

assim como não há relações de poder que não estejam correlatadas aos espaços de saber. Na perspectiva de Michel Foucault, saber e poder são conceitos indissociáveis, trabalham articulados, pois toda vontade de verdade corresponde a uma luta pelo poder. Em vista disso, o autor apresenta uma concepção mais estendida sobre o poder e sua definição é essencial para entendermos as relações humanas. Como afirma o filósofo, o exercício do poder não é uma exclusividade de um governo constitucional, visto que sua aplicação está ligada ao entrelaçamento do saber com o poder. Para ele, o poder não é algo que se tem, mas algo que se exerce; é dinâmico, microfísico, multifacetado, encontra-se em movimento e se exerce em forma de rede. Nesta concepção, não existe um único centro de poder, pois ele está espalhado em inúmeros fluxos, lugares e momentos. Sem que percebamos, ele nos atravessa e nos entrelaça com todos os indivíduos. Foucault compreende o poder como plural, algo que se exerce em práticas heterogêneas sujeitas à transformação.<sup>66</sup>

O poder em nossa investigação é entendido como uma relação, uma troca mútua, pois *Veja* exerce poder sobre os indivíduos e sobre a população, devido a sua investida em gerenciar condutas, constituir sujeitos e subjetividades. Porém, a revista também está submetida ao poder, visto que os sujeitos e a sociedade não são pontos estáticos, eles se transformam, mudam seus costumes e hábitos em função de outras relações de saber-poder que se cruzam em seu cotidiano e, assim, os indivíduos engendram suas formas de resistência. Como nos lembra Michel de Certeau, os sujeitos não são consumidores passivos, visto que resistem através de inúmeras táticas, como a bricolagem, que cola pedaços destes produtos culturais.<sup>67</sup> A partir de então, os sujeitos criam coisas novas, inventam o cotidiano, influenciam os veículos de comunicação a reorganizarem seus enunciados jornalísticos e a adotarem outras práticas de condução e estratégias nesta relação de poder.<sup>68</sup>

Como já mencionado, o poder é concebido nesta investigação enquanto biopoder, ou seja, como um exercício de poder que incide sobre a vida dos indivíduos

---

<sup>66</sup> FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Trad. Raquel Ramallete. 42ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014, p. 167 e seguintes.

<sup>67</sup> CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer**. Trad. Ephraim Ferreira Alves. 22ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014, p. 86 e seguintes.

<sup>68</sup> Apesar de reconhecer que os indivíduos e a população não são pontos inertes e estagnados, novamente, é importante ressaltar que, não é objetivo deste trabalho mapear e discutir as inúmeras formas de resistência, pois nossa inquietação é por entender quais são as condições de possibilidade para a emergência de enunciados jornalísticos que buscam exercer poder sobre a vida dos indivíduos e da população, bem como, quais são os efeitos desta produção discursiva.

e da população, no propósito de conduzir suas condutas. Com efeito, a noção de biopoder é o nosso fio condutor neste trabalho e, a partir dele, estruturamos a pesquisa em três grandes eixos de investigação.

No primeiro capítulo, iniciamos a problematização sobre a revista *Veja* por meio da seleção de um conjunto de reportagens de capa, no sentido de mapear e discutir como o periódico busca governar a vida dos indivíduos. Nossa linha investigativa parte do princípio de que há nestas edições uma tentativa de gerenciar o corpo dos indivíduos através de mecanismos e técnicas disciplinares. As análises das fontes evidenciam que *Veja*, de maneira frequente, manifesta para seus leitores a importância de cuidar do corpo, seja por meio da prática de esportes e de exercícios físicos, em cultivar a beleza e a estética corporal, combater a velhice e se manter sempre jovem. Deste modo, nota-se que, periodicamente, a revista *Veja* veicula uma série de métodos para que os corpos dos indivíduos passem a ser gerenciados, remodelados e potencializados para que se tornem cada vez mais competitivos, produtivos, úteis e eficientes para o mercado de trabalho, mas, também, para que estes corpos se tornem ativos que produzam fluxos de renda. Daí surge a importância do que Michel Foucault chamou de capital humano, isto é, do investimento em habilidades, competências e aptidões que, se bem administradas, podem colocar indivíduos à frente de outros.<sup>69</sup> Ainda assim, é necessário que *Veja* mostre e promova para seus leitores quem são as celebridades vitoriosas que otimizaram seus corpos, pois esses expoentes servem de espelho, afinal, são os seus exemplos que devem ser seguidos pelos leitores de *Veja* para que os motivem e os conduzam a obter grandes performances, eficiência, produtividade e sucesso na vida pessoal e profissional.

No segundo capítulo, as tentativas de governar a vida dos indivíduos passam pelo gerenciamento da sua interioridade, ou seja, o que está em jogo é seu desenvolvimento interior, como os leitores devem agir, sentir, formar sua individualidade e tomar decisões que coloquem significado em suas vidas. Nesse sentido, o conjunto de reportagens de capa que selecionamos nos mostra que há uma regularidade nas publicações da revista *Veja* que enfatiza a importância para que os leitores obtenham novos conhecimentos e habilidades cognitivas, para que gerenciem da melhor maneira possível suas emoções, sejam indivíduos autônomos e busquem

---

<sup>69</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 275 – 301.

por autoestima e felicidade constante em suas vidas. Novamente, a aquisição de capital humano entra em cena e passa a ser veiculado nas páginas de *Veja* como uma vantagem competitiva que pode colocar indivíduos à frente de outros, o que significa torná-los mais produtivos e eficientes para que conquistem as melhores profissões, remunerações mais altas, realizações pessoais e profissionais. Também neste capítulo, analisamos os enunciados jornalísticos de *Veja* que exaltam e promovem as celebridades como referência para seus leitores, pois, de acordo com a revista, elas se destacaram por alcançarem uma vida de sucesso pessoal e profissional, de muita prosperidade, progresso e acúmulo de grandes triunfos, prazeres e vitórias.

No Capítulo III, as reportagens de capa selecionadas evidenciam uma tentativa da revista *Veja* governar a vida da população enquanto espécie. Os gerenciamentos aparecem quando o periódico busca promover a saúde por meio do consumo de medicamentos, seja para prevenir ou tratar doenças, seja para que a população alcance uma vida equilibrada, saudável e sem dores. O conjunto destas reportagens de capa indica o estabelecimento de normas e mecanismos de controle no propósito de redirecionar, para dentro da margem social, aqueles indivíduos que se desviaram e estão fora da normalidade, como os viciados em bebidas alcoólicas e cigarros, assim como para abandonar e excluir socialmente os indivíduos que já não são mais produtivos e causam despesas para o Estado, como no caso das pessoas que vivem com HIV/AIDS. A investigação neste capítulo também se encarrega de problematizar as reportagens de capa de *Veja* que emitem uma série de alertas no que diz respeito a segurança da população, tal como observações e dados estatísticos sobre a ameaça que um descontrole demográfico pode ocasionar. Neste sentido, a revista *Veja* emerge como uma grande aliada da biopolítica que, de acordo com Michel Foucault, é um modelo de governo que almeja administrar a vida em sociedade, isto é, buscar resolver, de maneira racional e calculista, os problemas próprios de uma população. Entre estes problemas estão o crescimento demográfico, as questões de saúde, higiene, natalidade, longevidade, segurança, urbanização, etc. Os procedimentos da biopolítica se encarregam de organizar o meio social, regular os processos da vida, bem como gerenciar a vida das populações. Para o autor, é a biopolítica que garante o equilíbrio, o controle e a governabilidade dos povos.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**: curso dado no Collège de France (1977 – 1978). Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2023, p. 447 – 486.

De fato, são as inquietações elencadas em nosso presente histórico que nos levaram a mapear e a problematizar um conjunto de reportagens de capa da revista *Veja*, veiculadas entre os anos de 1979 e 1988, as quais exercem poder sobre a vida dos indivíduos e da população, seja por meio de técnicas e/ou de mecanismos de governo que buscam conduzir condutas. Também, é importante lembrar que ambos os capítulos dialogam entre si, uma vez que, no desfecho deste trabalho, espera-se que as análises se entrelacem e amarrem a tese como um todo, fazendo florescer as múltiplas facetas do biopoder, pois ambas as técnicas e mecanismos de poder constituem o que procuramos discutir por toda a tese como biopoder: um exercício de poder que incide sobre a vida.

Brevemente, é desta forma que estruturamos o presente trabalho e lançamos o desafio de refletir sobre os efeitos da prática discursiva da revista *Veja* e, ao mesmo tempo, entender que a emergência de saber e o exercício de poder não são novidades e, nem mesmo, uma exclusividade dos veículos de comunicação em tempos de pandemia, mas constituem práticas comuns e frequentes que, muitas vezes, passam despercebidas por nosso olhar. Deste modo, a provocação desse trabalho é pensar aquilo que ainda não pensamos, interrogar sobre a maneira que nos constituímos e nos conduzimos, praticar o exercício da suspeita que consiste em deslocar o olhar. Como afirma Michel Foucault, “tornar visível o que é visível, fazer aparecer o que está tão próximo, tão intimamente ligado a nós que, por este motivo, não o vemos”.<sup>71</sup> Por fim, as inquietações explanadas nas últimas páginas nos levam a questionar as vontades de verdade, neste caso, a dos enunciados jornalísticos.

---

<sup>71</sup> FOUCAULT, Michel. A cena da Filosofia. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos VII** – Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011, p. 246.

## CAPÍTULO I

**O gerenciamento do corpo**

---

O objetivo deste capítulo inicial é mapear e, posteriormente, entender como os enunciados jornalísticos de *Veja* buscam gerenciar os corpos dos indivíduos. Regularmente, as reportagens de capa da revista apresentam discursos sobre a condução da vida de seus leitores, especificamente, sobre como devem ser os cuidados e/ou intervenções em seus corpos. De fato, como veremos nas próximas páginas, os enunciados de *Veja* corroboram com o biopoder, isto é, caracterizam-se como um exercício de poder que incide sobre a vida dos indivíduos, na medida em que as reportagens de capa discursam a importância da obtenção de capital humano e uma série de técnicas e mecanismos disciplinares que buscam otimizar seus corpos, com o propósito de tornar os indivíduos cada vez mais competitivos, úteis, produtivos e eficientes, para vencerem o *stress* profissional, produzirem maiores fluxos de renda e alcancarem o sucesso, constituindo os processos de subjetivação que chamamos de imperativo da performance e imperativo da renda. Nesse sentido, a obtenção de capital humano e as disciplinas seguem caminhos distintos quando direcionadas aos homens e as mulheres, que têm seus corpos explorados como se fossem objetos de inúmeros investimentos e, ao mesmo tempo, um espetáculo que deve ser veiculado para que sejam desejados pelos leitores.

## 1.1 A prática de esportes e atividades físicas como capital humano

Assim como o estudante que sai da escola sabe que um mínimo de matemática lhe permitirá **calcular seu imposto de renda**, uma geração nova de estudantes está abandonando o uniforme consciente de que uma **vida sadia passa pela boa forma física**.<sup>72</sup>

O trecho acima é parte de uma reportagem da revista *Veja* publicada em 05 de setembro de 1984, intitulada *Aprendendo a Crescer*. De início, duas questões neste recorte nos chamam a atenção. A primeira é que este trecho menciona que os estudantes sairão da escola sabendo “calcular seu imposto de renda”.<sup>73</sup> Logo, uma consulta à Legislação do Imposto de Renda do ano de 1984,<sup>74</sup> mostra que somente os assalariados com rendimentos mensais acima de Cz\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil cruzeiros), o que na época correspondia, aproximadamente, a quatro salários mínimos,<sup>75</sup> eram obrigados a realizar a declaração anual de imposto de renda. Já os rendimentos mensais abaixo desta faixa eram isentos e sua declaração não era necessária. Portanto, estes dados nos levam a compreensão de que o público-alvo da revista *Veja* eram as classes mais abastadas financeiramente, uma vez que, no momento em que o periódico expõe a importância em saber calcular o próprio imposto de renda, ele está dialogando com as classes cujos rendimentos recebidos mensalmente são superiores a faixa de isenção, ou seja, com indivíduos pertencentes a classe média e alta brasileira.

A nossa outra inquietação é sobre o trecho da reportagem em que a revista *Veja* menciona que as crianças já têm consciência de que uma “vida sadia passa pela boa forma física”.<sup>76</sup> Inclusive, esta é a pauta principal da reportagem, uma vez que o periódico discorre por cinco páginas sobre a importância de as crianças praticarem exercícios físicos, ginástica e/ou alguma modalidade esportiva dentro das escolas. Algumas atividades são consideradas mais apropriadas para cada faixa etária, pois,

---

<sup>72</sup> VEJA, edição 835, de 05 de setembro de 1984, p. 69, grifo nosso.

<sup>73</sup> VEJA, edição 835, de 05 de setembro de 1984, p. 69.

<sup>74</sup> A Legislação do Imposto de Renda do ano de 1984 pode ser consultada em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1980-1987/decreto-lei-2182-11-dezembro-1984-374708-publicacaooriginal-1-pe.html>.

<sup>75</sup> Para uma base de comparação, o Decreto nº 90.381, de 29 de outubro de 1984, fixou o salário mínimo em Cr\$ 166.560,00 (cento e sessenta e seis mil, quinhentos e sessenta cruzeiros) mensais, válido para todo território nacional.

<sup>76</sup> VEJA, edição 835, de 05 de setembro de 1984, p. 69.

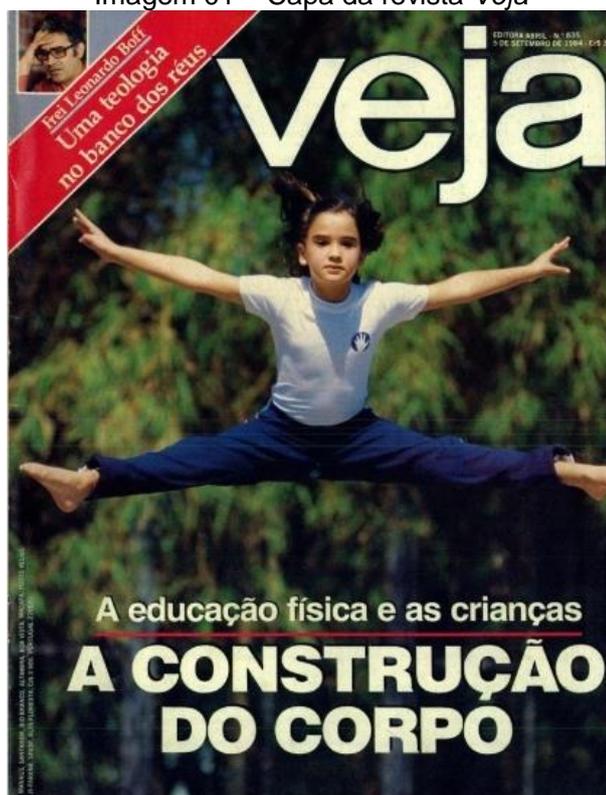
de acordo com a reportagem, é necessário que as crianças passem a adquirir bem-estar físico desde cedo em suas vidas, assim como saiam da escola e entrem na vida adulta sabendo que o seu bem-estar e sua qualidade de vida estão intimamente relacionados com uma boa forma física.

A seguir, a reportagem resume como a disciplina de educação física foi implantada na grade curricular da educação infantil no Brasil elencando seus principais avanços na última década. Entretanto, aponta uma série de críticas ao modelo brasileiro, como a de que a matéria escolar é “ministrada por leigos e com base em métodos ultrapassados” e, por esta razão, não é focada na construção de uma boa forma física para as crianças.<sup>77</sup> Embora tenham ocorrido avanços, é necessária uma ampla reformulação na disciplina de educação física, assim como ocorreu nos Estados Unidos na década de 1950, pois o modelo atual brasileiro já estaria, em partes, defasado. A reportagem deixa claro para o leitor o encanto e a inspiração dada pela matriz estadunidense, bem como o desejo de que aquele modelo fosse implementado no Brasil.

As críticas efetuadas são o motivo pelo qual a reportagem de *Veja* traz informações úteis que podem fazer toda a diferença na obtenção de uma boa qualidade de vida e bem-estar físico para as crianças. Trata-se de um texto formulado a partir do auxílio de profissionais e especialistas da área de anatomia humana, como professores de educação física e fisioterapeutas, o que agrega à reportagem um caráter científico e pedagógico, para que assim demonstre legitimidade ao discursar sobre a importância da prática de exercícios físicos e esportes regularmente, mas também para ensinar, instruir e orientar os leitores no que diz respeito ao bem-estar de seus filhos. Portanto, duas questões chamam a atenção na matéria: (1) por que esta reportagem é a principal desta edição, sendo escolhida para ser veiculada na capa semanal de *Veja*?; (2) qual o motivo da preocupação da revista com o bem-estar das crianças? Ou seja, pelo cuidado de seu corpo que perpassa por uma boa forma física, que por sua vez, deve ser moldada desde a infância, principalmente, dentro das escolas, tendo em vista que os alunos devem criar este hábito em suas vidas.

---

<sup>77</sup> VEJA, edição 835, de 05 de setembro de 1984, p. 68.

Imagem 01 – Capa da revista *Veja*

Fonte: VEJA, edição 835, de 05 de setembro de 1984, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da edição 835, de 05 de setembro de 1984 (Imagem 01), mencionada no início desta análise, traz a fotografia de uma criança com uniforme escolar praticando uma atividade física. Ao fundo da foto, pode-se ver que a prática é realizada em um local aberto, ao ar livre, provavelmente, dentro de uma escola em horário dedicado à educação física. Outro ponto importante é o clique certo do fotógrafo, pois ele capta o momento exato, em que a criança executa um movimento aéreo, possivelmente, ocasionado graças ao impulso de uma cama elástica e/ou algum outro equipamento do tipo, que não foi captado na foto. O exato momento do clique do fotógrafo busca criar o efeito de uma criança sadia e com muita energia para praticar atividades físicas e, assim, conduzir os leitores na leitura e entendimento da imagem.

Segundo Marília Scalzo, o principal momento de comunicação entre um periódico e seu enunciário é realizado quando a imagem e a manchete da capa estão precisamente vinculadas, pois acabam produzindo um sentido único, causam impacto e despertam a curiosidade.<sup>78</sup> Este processo é perceptível nesta edição de *Veja*, que também segue com a mesma coerência na reportagem no interior da revista,

<sup>78</sup> SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*, *op. cit.*, p. 62 e 63.

na qual destaca que a construção do corpo perpassa pela educação física dentro das escolas. Até aqui, fica evidente que, de acordo com a revista *Veja*, para as crianças obterem bem-estar e qualidade de vida, o corpo deve se tornar um alvo de saber e poder.

Para seguir e aprofundar as análises, consideramos ser necessário compreender o conceito de corpo, cujo entendimento vai além das disciplinas médicas, biológicas e farmacêuticas, ou seja, o corpo não é uma verdade universal, um substrato biológico, naturalmente dado, composto por membros, órgãos, sistemas e estruturas, regidos pelas leis da anatomia e fisiologia. De acordo com Le Breton, nas Ciências Humanas o corpo está associado ao estrato social, cultural, político e econômico dos sujeitos, podendo haver interpretações e significados distintos de acordo com cada sociedade e período histórico. Deste modo, o corpo é uma construção que atravessa por todas as esferas historicamente, sobre o qual são conferidas diferentes marcas em sociedades e tempos distintos, sendo assim, provisório e mutante. Portanto, as ciências humanas têm a tarefa de descobrir as raízes sociais e culturais que pesam sobre os corpos.<sup>79</sup> Em complemento, Michel Foucault acentua que o corpo é um local de investimento de forças, de constantes embates, de articulações de saber e poder. Para o autor, o corpo do indivíduo é objeto de uma série de procedimentos disciplinares, que tem como propósito vigiar, treinar, adestrar, punir, utilizar e intensificar forças para torná-lo útil, dócil, eficiente e produtivo. Ainda segundo o autor, o aparecimento das primeiras técnicas e mecanismos disciplinares sobre os corpos emergiram no Ocidente, no final do século XVII e início do século XVIII e, desde então, foram amplamente utilizadas com um instrumento de relação de poder em quartéis militares, prisões, hospitais, fábricas e escolas, através do cuidado meticuloso da organização e controle do corpo, do espaço e tempo. Este exercício de poder sobre a vida dos indivíduos, Michel Foucault chamou de biopoder.<sup>80</sup>

A reportagem de capa de *Veja* com a qual iniciamos esta discussão, nos estimula a pensar sobre a existência de uma relação entre o corpo, as técnicas disciplinares e a escola, bem como, a responder as nossas inquietações: por que disciplinar os corpos? Como esta técnica aparece em *Veja*?

---

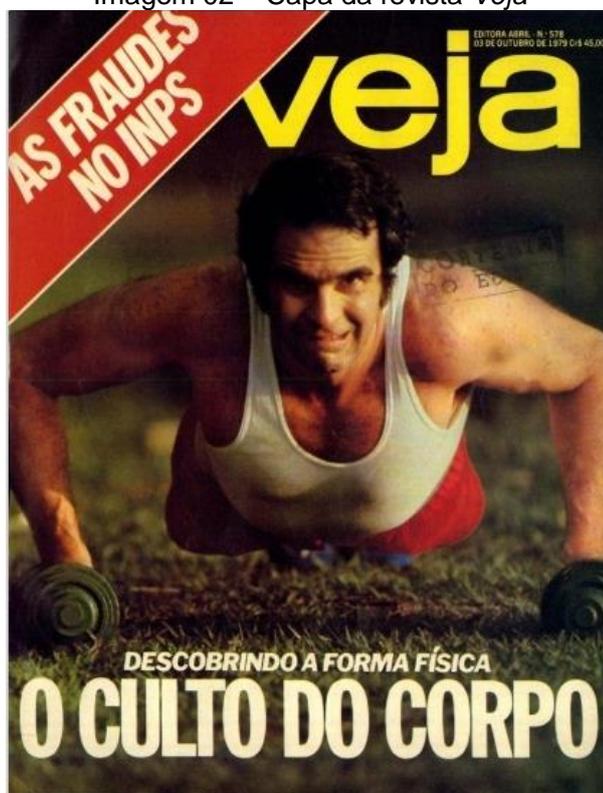
<sup>79</sup> LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Petrópolis: Vozes, 2006, p. 24 e seguintes.

<sup>80</sup> FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**, *op. cit.*, p. 133 – 219.

Movidos por estas questões apresentadas, mapeamos outras reportagens de capa que compõe e dialogam com a temática, ou seja, a preocupação de *Veja* com o corpo dos indivíduos. É possível dizer que as edições mapeadas estabelecem conexões entre si, pois ambas estão intimamente relacionadas com a construção/cuidado do/com o corpo físico.

A capa da edição 578, de 03 de outubro de 1979 (Imagem 02), a seguir, também discorre sobre o tema.

Imagem 02 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 578, de 03 de outubro de 1979, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa em destaque traz uma fotografia de Murilo Macedo, que naquela época, ocupava a chefia do Ministério do Trabalho.<sup>81</sup> Longe do vestuário habitual utilizado em seu cotidiano enquanto executivo, nesta fotografia, Murilo está vestido um com traje esportivo e praticando exercícios físicos em céu aberto. A linha fina da capa anuncia a descoberta da forma física, isto é, de acordo com a revista, é uma conquista através da prática de exercícios físicos e do culto ao corpo. No interior da edição, a reportagem

---

<sup>81</sup> Murilo Macedo foi Ministro do Trabalho durante o governo do presidente João Baptista de Oliveira Figueiredo (1979 – 1985).

O *Suor Entrou Na Moda*, ressalta, por meio de oito páginas, a explosão da prática de esportes como um fenômeno de massa, principalmente no Brasil. Também, menciona os benefícios de realizar exercícios físicos de forma regular ou praticar periodicamente alguma modalidade de esporte durante a semana. Mas, o que realmente chama atenção são os relatos daqueles que praticam.

Murilo Macedo, 54 anos, 1,75 de altura, 86 quilos de peso. **Joga tênis quatro vezes por semana e, depois das partidas noturnas, corre uns 4 quilômetros em volta da pista.** Nos fins de semana, para variar, costuma correr pelas ruas do lago sul. Com ele, a coisa funciona assim: **quanto mais tenso for o dia de trabalho, mais tempo ele gasta à noite com a ginástica.**<sup>82</sup>

O trecho que relata o cotidiano do ministro Murilo Macedo, acaba estabelecendo ligação entre a prática de esporte e sua rotina profissional. Ao frisar que, quanto mais exausto for seu dia de trabalho, mais tempo Murilo dedica à atividade física durante a noite, a reportagem destaca que a prática de exercícios físicos não é apenas uma forma de cultivar o corpo, cuidar da saúde e obter bem-estar, mas um método para adquirir benefícios, habilidades e a energia necessária para estar sempre preparado para encarar os desafios diários referentes ao trabalho. Portanto, a prática de exercícios aparece em *Veja* como uma espécie de investimento, um capital humano que, se bem executado, pode tornar Murilo, mesmo aos 54 anos, mais eficiente, dinâmico e competitivo, para que possa se posicionar à frente dos outros indivíduos.

Michel Foucault, em suas aulas ministradas no curso *Nascimento da Biopolítica 1978 – 1979*, analisa o conjunto de artigos escritos pelo economista Theodore W. Schultz entre as décadas de 1950 e 1960, reunidos em um livro intitulado *Investment in Human Capital: the role of education and of research*,<sup>83</sup> publicado pela *The Free Press*, em 1971, no qual o conceito de capital humano teria lhe chamado a atenção. Deste modo, Michel Foucault destaca em seu curso que a teoria de capital humano busca realizar uma ampla reformulação na vida dos indivíduos com base no protótipo de uma empresa, isto é, “um modelo de existência realmente, uma forma de relação

---

<sup>82</sup> VEJA, edição 578, de 03 de outubro de 1979, p. 55, grifo nosso.

<sup>83</sup> *Investimento em capital humano: o papel da educação e da pesquisa*. Tradução nossa. Consultar obra completa em: SHULTZ, Theodore. **Investment in Human Capital: the role of education and of research**. Nova York: The Free Press, 1971.

do indivíduo consigo mesmo, com o tempo, com o seu círculo de amizades, com o futuro, com o grupo social, com a família”, e que a introdução dessa teoria havia contribuído para o desenvolvimento do pensamento neoliberal, pois o neoliberalismo seria uma nova arte de governar, uma governamentalidade que implica em transformar o indivíduo em uma espécie de *Você S/A*, um microempreendedor de si mesmo.<sup>84</sup> Ainda neste curso, Michel Foucault nos alerta que o que está em jogo não é simplesmente a questão econômica do neoliberalismo, mas o fator cultural, a gestão dos indivíduos por meio de uma ampla reforma em seus hábitos de vida, costumes, tradições e identidade. Deste modo, o investimento em conhecimentos e habilidades se torna a matéria-prima para o desenvolvimento da governamentalidade neoliberal.<sup>85</sup>

Peter Pelbart destaca a importância de discutirmos o neoliberalismo não apenas em seu aspecto econômico. Seu alerta é para levarmos em conta toda a racionalidade cultural que ele desenvolve na vida dos indivíduos.<sup>86</sup> Para Michel Foucault, foi a racionalidade neoliberal que fez emergir o que o autor chama de *homo oeconomicus*, um “sujeito empresário de si, sendo ele próprio seu capital, sendo para si mesmo seu produtor, sendo para si mesmo a fonte de sua renda”.<sup>87</sup> Segundo o autor, a concepção clássica do *homo oeconomicus* é encontrada no liberalismo, trata-se do homem parceiro no processo de troca que, no neoliberalismo, deixa de existir para dar espaço ao homem da concorrência, empresário de si mesmo. Com efeito, o sujeito neoliberal passa a levar a competição para todas as esferas da vida. A competição inicia já na infância, na escola, depois migra para o trabalho, para a universidade e amplia-se para as demais atividades da vida cotidiana. Por isso, a necessidade de investir em capital humano, ou seja, em competências, habilidades e aptidões físicas em que os indivíduos são constituídos como capital de si mesmos, uma vez que isso é economicamente compensatório e lucrativo.

Luis Correia salienta que as nações mais desenvolvidas da segunda metade do século XX eram aquelas que investiam em capital humano, ou seja, no acesso à educação e à saúde. Quanto mais os sujeitos adquiriam conhecimentos, habilidades e qualidade de vida, maior era o desenvolvimento econômico daqueles países.

---

<sup>84</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 247.

<sup>85</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 247 e seguintes.

<sup>86</sup> PELBART, Peter Pál. **Vida capital: ensaios de biopolítica**. São Paulo: Iluminuras, 2009.

<sup>87</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 286.

Portanto, os sujeitos deveriam, ao longo de suas vidas, acumular capital humano, assim como realizar manutenções periodicamente para que seu capital não se tornasse improdutivo, obsoleto. Logo, o sujeito deveria ser compreendido como um ativo que alocaria seu capital em uma empresa e, em troca, receberia maiores recompensas financeiras, satisfação, autoestima, benefícios, progressão no trabalho, etc. Para as empresas, a recompensa por contratar indivíduos com capital humano seria ficar bem-posicionada no mercado competitivo, agregar valor patrimonial, a realização de maiores lucros e a eliminação de riscos, como o de falência, por exemplo.<sup>88</sup>

O economista Gary Becker, em diálogo com os artigos de Theodore Schultz propagados na mesma década, publica o artigo *Human Capital: a theoretical and empirical analysis with special reference to education*,<sup>89</sup> no qual destaca que as formas tangíveis de capital não eram as únicas possíveis, logo, o próprio sujeito poderia tornar-se capital ao investir em habilidades, aptidões físicas, conhecimentos, descoberta de talentos e cuidados com a saúde. De fato, a governamentalidade neoliberal que Theodore Schultz e Gary Becker começam a desenvolver, ao longo das décadas de 1950 e 1960, sofreu críticas e ajustes ao longo dos anos seguintes, inclusive pelos próprios autores, entretanto, o capital humano não deixou de ser a alma da doutrina neoliberal. Sua governamentalidade se espalhou para várias gestões ao redor do mundo, que colocavam para os sujeitos a necessidade de acumularem capital humano.

Ao observarmos as reportagens de capa de *Veja*, percebemos que a prática de esportes e o desenvolvimento de habilidades físicas emergem em suas páginas como aptidões e atitudes empreendedoras, ações elencadas pela revista como um imperativo que melhora a performance dos indivíduos, torna-os mais competitivos, cria concorrência e os coloca à frente um dos outros. Isto está de acordo com a teoria do capital humano, pois esta consiste em pensar os sujeitos como uma forma de capital, um recurso econômico que, se devidamente aplicável e gerenciado, pode trazer eficiência e produtividade, além de ganhos em matéria de bem-estar social, físico,

---

<sup>88</sup> CORREIA, Luis Adonis. **Riscos do capital humano: talentos, processos e crenças**. Rio de Janeiro: Brasport, 2012, p. 08 – 20.

<sup>89</sup> *Capital humano: uma análise teórica e empírica com especial referência à educação*. Tradução nossa. Consultar a obra completa em: BECKER, Gary S. *Human Capital: a theoretical and empirical analysis with special reference to education*. **National Bureau of Economic Research**. Nova York, 3ª ed, 1964.

econômico e psicológico. Ora, isso explica as nossas questões iniciais sobre a preocupação de *Veja* com a construção do corpo das crianças, como vimos na reportagem de capa da edição 835, de 05 de setembro de 1984 (Imagem 01), na abertura deste capítulo. O propósito da revista não é, necessariamente, a construção de um corpo que traga bem-estar, o intuito é mostrar para seus leitores que a obtenção e/ou acumulação de capital humano deve ser realizado desde cedo, ainda na infância, e que este processo deve ser iniciado já na fase escolar, por isso a importância da disciplina de educação física na construção dos corpos das crianças.

Segundo Philip Corrigan, a vida das crianças está se tornando cada vez mais regimentada, devido à um aumento de atividades de desenvolvimento supervisionadas, que ocupam todo o seu tempo. É dentro das escolas que os corpos são disciplinados, ensinados, medidos, avaliados, examinados, coagidos, categorizados, aprovados ou reprovados. A escola ensina as crianças a usarem seus corpos de uma determinada forma, sempre buscando extrair ao máximo suas potencialidades. Para o autor, o objetivo da escola é fazer com que seus alunos levem para a vida a autodisciplina, o investimento continuado e autônomo sobre si mesmo.<sup>90</sup> Neste sentido, Pierre Dardot e Christian Laval ressaltam que a educação e os veículos midiáticos são os principais meios para promover a difusão dessa nova formação de crianças e jovens dentro do espírito de empreendimento de si mesmo, tendo em vista que ambos possuem um papel determinante em apresentar a ordem da lógica adaptativa para torná-los, desde cedo, indivíduos aptos ao novo modelo de vida, no qual a concorrência e a competitividade são as normas.<sup>91</sup>

Nota-se que a lógica do *homo oeconomicus* se faz presente em *Veja* quando a revista se preocupa com a otimização dos corpos dos indivíduos. Primeiramente, por uma questão de saúde, pois a prática de exercícios físicos ajuda os indivíduos a não adoecerem e, assim, estarem sempre hábeis para produzir, serem cada vez mais eficientes no trabalho e alcançarem o sucesso. Essa é a verdadeira preocupação de *Veja* e o principal motivo em disciplinar os corpos, isto é, torná-los otimizados e economicamente ativos, tal como vimos no exemplo de Murilo Macedo que “joga tênis

---

<sup>90</sup> CORRIGAN, Philip. Making the boy: meditations on what grammar school did with, to and for my body. In: GIROUX, Henri (Org.). **Postmodernism, feminism and cultural politics**. Nova York: State University of New York Press, 1991, p. 196 – 216.

<sup>91</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. Trad. Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016, p. 149 e seguintes.

quatro vezes por semana e, depois das partidas noturnas, corre uns 4 quilômetros em volta da pista”, pois, com ele funciona assim, “quanto mais tenso for o dia de trabalho, mais tempo ele gasta à noite com a ginástica”.<sup>92</sup> Também, nota-se que a prática de esportes e exercícios físicos emergem nas páginas de *Veja* como um imperativo da performance, isto é, a ordem para se ganhar a energia e a autoestima necessária para enfrentar o *stress* profissional e o mundo competitivo do trabalho.

Byung-Chul Han enfatiza que na contemporaneidade o paradigma clássico da disciplina apresentado por Michel Foucault é ajustado pelo protótipo do desempenho, eficiência e performance. De acordo com o autor, o sujeito continua disciplinado pelo esquema positivo do biopoder, porém o foco não é apenas a produção, mas o imperativo de que é preciso ser cada vez mais eficiente, maximizar a performance e a utilidade profissional.<sup>93</sup> Nikolas Rose e Peter Miller acrescentam nesta análise o elemento da autorrealização do sujeito, pois argumentam que “a teoria gerencial do trabalho durante os anos 1980 era a de um indivíduo em busca de realizar a si mesmo através do trabalho, e o trabalho era um elemento essencial na vereda da autorrealização”. Portanto, esta nova configuração de trabalhador deveria ser a de “um indivíduo empreendedor em busca de sentido, responsabilidade e senso de conquista pessoal na vida e, portanto, no trabalho”.<sup>94</sup> A teoria gerencial do trabalho que Nikolas Rose e Peter Miller destacam foi apresentada na 67ª reunião da Conferência Internacional do Trabalho, proferida em Genebra, em 1981, que tinha como meta melhorar a qualidade de vida laboral, ou seja, a saúde mental e física do trabalhador visando sua realização pessoal. Afirmou-se, então, que o trabalho deveria se tornar criativo, inovador, eficiente e produtivo. Deveria engajar, ao mesmo tempo, empresa e trabalhador na busca pela satisfação de ambos.<sup>95</sup>

Nota-se a tentativa em reconfigurar a identidade do trabalhador, que passa a ser a de um indivíduo ativo, motivado, em busca de realizações e autonomia. Agora, “a imagem do trabalhador é a do indivíduo em busca de sentido e satisfação” em que, “a produtividade deve ser aprimorada através da participação ativa dos impulsos de

---

<sup>92</sup> VEJA, edição 578, de 03 de outubro de 1979, p. 55.

<sup>93</sup> HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Trad. Enio Paulo Gianchini. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2017, p. 23 e seguintes.

<sup>94</sup> ROSE, Nikolas; MILLER, Peter. **Governando o presente**: gerenciamento da vida econômica, social e pessoal. Trad. Paulo Ferreira Valerio. São Paulo: Paulus, 2012, p. 232 e 233.

<sup>95</sup> Para mais detalhes sobre a 67ª Conferência Internacional do Trabalho, pode ser consultado em: [https://www.ilo.org/brasil/convencoes/WCMS\\_236163/lang--pt/index.htm](https://www.ilo.org/brasil/convencoes/WCMS_236163/lang--pt/index.htm).

autossatisfação”. É possível dizer que há uma tentativa em reinterpretar o trabalho, “não como uma restrição da liberdade e da autonomia, mas como um setor no qual os sujeitos trabalhadores podem expressar suas autonomias”, visto que “o trabalho tornou-se um elemento essencial no caminho para a autorrealização, o sucesso econômico, o progresso na carreira e desenvolvimento pessoal convergem com essa nova subjetividade autônoma”.<sup>96</sup> Deste modo, é possível dizer que, simultaneamente, as reportagens de capa de *Veja* funcionam como receituários para ajudar os leitores em temas sensíveis de suas vidas, por exemplo, para que realizem periodicamente atividades físicas e/ou pratiquem esportes, ou seja, pequenas mudanças de hábitos em suas rotinas que podem evitar algum tipo de colapso em seu bem-estar e, ao mesmo tempo, para que se mantenham sempre ativos, energizados, elevem suas performances e, conseqüentemente, sua capacidade produtiva, no propósito de alcançarem a autorrealização, tendo em vista a nova teoria gerencial do trabalho que estava emergindo na década de 1980. É por esta razão que as fotografias veiculadas nas capas de *Veja* destacam e valorizam a performance física, o cuidado e o culto ao corpo dos indivíduos.

Outro ponto importante na análise, é que para os editores de revistas, boas capas funcionam como cartões de visitas, são elas que vão chamar a atenção dos leitores e convidá-los para a leitura. A definição da fotografia, manchete e linha fina são escolhas minuciosas que configuram pré-construções determinadas que buscam criar uma realidade específica. Eduardo Barros argumenta que uma das principais características das capas da revista *Veja* é promover uma conversa entre enunciador e enunciatário. Assim, em determinados momentos, a revista guia e aponta quais são os melhores caminhos, em outros, ela apresenta com convicção. Dessa maneira, *Veja* pretende se posicionar não como uma manipuladora direta de valores e princípios a serem aceitos pelo seu enunciatário, mas como uma espécie de condutora de caminhos para seus leitores, alguém que ensina, aconselha e orienta, que motiva o enunciatário a executar uma ação e/ou reação efetiva. Por esta razão, não se trata apenas de informar, mas de exercer poder por meio do jornalismo.<sup>97</sup>

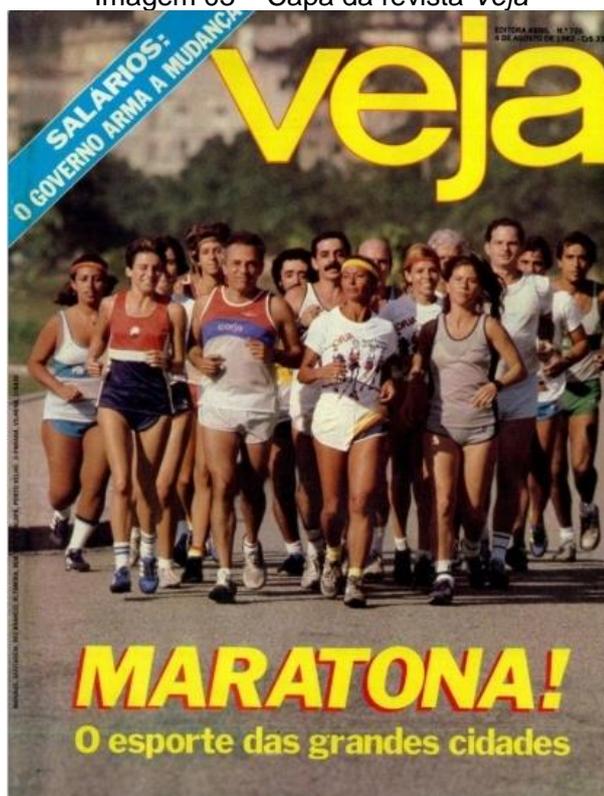
---

<sup>96</sup> ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs**: psicologia, poder e subjetividade. Trad. Arthur Arruda Ferreira. Petrópolis: Vozes, 2011, p. 223 e 224.

<sup>97</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica, PUC-SP, São Paulo, 2010, p. 42 e seguintes.

A seguir, em mais uma capa de *Veja* a revista volta a mostrar para seu público leitor a importância e os benefícios de praticar esportes, cuidar da saúde e adquirir habilidades físicas. Por esta razão, a capa busca proporcionar uma conversa com seu enunciatório e, ao mesmo tempo lançar sobre ele a direção de como deve fazer a leitura e a interpretação dos signos, numa tentativa de convencer, conduzir e controlar seu comportamento.

Imagem 03 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 726, de 04 de agosto de 1982, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

Na edição 726, de 04 de agosto de 1982 (Imagem 03), a fotografia publicada na capa de *Veja* registra o momento no qual um grupo de pessoas realizam *cooper* ao ar livre, método desenvolvido pelo médico cardiologista Kenneth H. Cooper, atividade física em que a marcha é mais rápida do que uma caminhada, porém, mais lenta do que uma corrida. Nota-se que o objeto de valor desta fotografia são as pessoas praticando *cooper*, que aparece nitidamente e em primeiro plano, ao contrário do fundo da imagem que se encontra desfocado, com baixa nitidez.

De fato, a fotografia aliada a manchete e a linha fina da capa chamam a atenção dos leitores. Boris Kossoy destaca que a fotografia se tornou “um poderoso instrumento para a veiculação de ideias”, controle e domínio da opinião pública, do

que é correto, normal, aceitável e etc. Isso porque as fotografias ganharam ao longo do tempo o *status* de “prova definitiva”, veracidade absoluta e testemunho de uma verdade.<sup>98</sup> Neste exemplo, percebe-se que o clique do fotógrafo retrata o instante exato daquele que é o melhor movimento coletivo, fato proposital para destacar o fenômeno da prática de esportes, em especial, as maratonas, que podem ser praticadas individualmente ou em grupos. Segundo a reportagem de *Veja*, as maratonas se tornaram a tendência a ser seguida no verão, bem como, o culto a performance física, na qual, destacam-se os músculos de um corpo definido como sinônimo de boa saúde e qualidade de vida, pois a prática “fortalece o coração. Bem dosada, a corrida é um ótimo remédio”. Por conta deste motivo, a maratona é uma atividade desenvolvida por mais “de 3 milhões de pessoas no Brasil”, entre elas, algumas personalidades famosas.<sup>99</sup>

O prefeito do Rio de Janeiro, Júlio Coutinho, 53 anos, **faz apenas 5 quilômetros por dia, mas acha que isso é mais do que suficiente. “combato o stress e mantenho minha saúde com essa cota”**, garante. João de Carvalho Oliveira, 55 anos, **corre 6 quilômetros todas as manhãs, antes de sentar-se à sua mesa de sub-chefe do Gabinete Civil da Presidência da República. “Hoje, sinto-me mais jovem que há dez anos, quando comecei a correr”**, compara.<sup>100</sup>

Ainda que a revista cite os benefícios para o corpo e a saúde através do método *cooper*, o que nos chama atenção na reportagem, mais uma vez, é a ênfase que *Veja* estabelece sobre a prática de exercícios físicos e sua relação íntima com o mundo do trabalho. Na reportagem de seis páginas no interior da revista, *Veja* traz o exemplo do cotidiano de duas autoridades políticas do país, Júlio Coutinho e João de Carvalho Oliveira, e mostra para os leitores que é por meio da prática de atividades físicas que eles combatem o *stress* profissional, sentem-se mais jovens e ao mesmo tempo adquirem condições físicas que permitem movimentos eficientes, melhores performances no trabalho, bem como o retardamento da velhice. O fato de *Veja* trazer para a reportagem o relato de duas personalidades famosas, como no exemplo de Júlio Coutinho e João de Carvalho Oliveira e, em seguida mencionar suas idades, 55

---

<sup>98</sup> KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 5ª ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2016, p. 21 e 22.

<sup>99</sup> VEJA, edição 726, de 04 de agosto de 1982, p. 71.

<sup>100</sup> VEJA, edição 726, de 04 de agosto de 1982, p. 74, grifo nosso.

e 53 anos, respectivamente, faz parte da sua estratégia discursiva que busca convencer seus leitores por meio de relatos e exemplos práticos do cotidiano de outros indivíduos, de que praticar exercícios vai muito além de simplesmente cuidar da saúde e obter qualidade de vida, pois estas atividades têm como propósito otimizar corpos e servirem como o combustível para que os leitores desfrutem de disposição, autoestima e confiança para enfrentar a jornada de trabalho, muitas vezes, estressante e exaustiva. Com efeito, estas reportagens de capa de *Veja* chegam até aos leitores como um imperativo da performance, isto é, pequenos receituários disciplinares para moldar seus corpos, reconfigurar seus hábitos, costumes e mostrar os múltiplos efeitos em realizar atividades físicas regularmente em suas vidas, assim como fazem as personalidades famosas citadas na reportagem.

Michel Foucault ressalta que, para o exercício da técnica disciplinar é necessário um lugar, no intuito de vigiar os indivíduos que, a partir de então, passam a ser classificados e hierarquizados, cada um ocupará seu lugar e desenvolverá uma série, um movimento. Também, é importante que se estabeleça o controle das atividades, principalmente, através do tempo de execução. De acordo com suas análises, as técnicas disciplinares pensam o corpo dos indivíduos como uma máquina, focam no seu adestramento, na ampliação de competências, habilidades e aptidões físicas, na potencialização da força produtiva, no aumento da sua utilidade e docilidade. O autor certifica que a disciplina não funciona por meio da repressão, violência ou dominação, mas pela vigilância, controle do espaço, tempo, gestos e condutas que fabricam corpos dóceis e obedientes. O mecanismo da disciplina é um traço do biopoder que visa controlar o corpo para que ele se integre ao sistema, para que se torne cada vez mais eficaz economicamente e menos politicamente.<sup>101</sup>

Logo, podemos analisar o método *cooper* veiculado pela revista *Veja* como uma tecnologia disciplinar, pois, para sua prática, é necessário definir as séries, os gestos e os comportamentos referentes à atividade física, é preciso estabelecer qual exercício será realizado, qual tarefa será imposta de forma repetitiva, constante, ou, irregular e graduada. No trecho destacado na reportagem de *Veja*, nota-se que a prática do *cooper* possui determinadas regras para poder ser executada, ou seja, ela é realizada antes da agenda de trabalho e por uma determinada distância, tal como mencionado por João de Carvalho Oliveira, que “corre 6 quilômetros todas as manhãs,

---

<sup>101</sup> FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**, *op. cit.*, p. 133 – 219.

antes de sentar-se à sua mesa de sub-chefe do Gabinete Civil da Presidência da República” e por Júlio Coutinho, “que faz apenas 5 quilômetros por dia, mas acha que isso é mais do que suficiente”.<sup>102</sup> O método *cooper* também tem o propósito de fazer com que os indivíduos alcancem plenamente o seu potencial produtivo. Ao fazer isto, esta técnica disciplinar regula comportamentos e organiza o tempo para que os indivíduos possam tirar o máximo proveito dele, de modo com que o crescimento e desenvolvimento sejam vistos como normais.<sup>103</sup> Por isso, é possível dizer que as disciplinas criam novos sujeitos que motorizam a si mesmos, que estão preocupados com seu desenvolvimento, em ser mais produtivo e útil. Esta é a razão pela qual Michel Foucault enfatiza que a disciplina é uma tecnologia de poder centrada nos corpos, que vigia, examina, registra, mede e produz efeitos individualizantes.

Neste sentido, a técnica disciplinar em *Veja* promove uma forma de governo mais estrita e, aparentemente, benigna, uma vez que os indivíduos não são governados por meio da violência ou repressão. A disciplina torna os sujeitos mais produtivos, combate o *stress*, treina e desenvolve suas capacidades. Ela parece estar aliada aos indivíduos, promovendo recursos para viver, assim como nos relatos mencionados por João de Carvalho Oliveira, Júlio Coutinho e Murilo Macedo, personagem que analisamos na edição 578, de 03 de outubro de 1979 (Imagem 02). Todos são indivíduos disciplinados, o que significa que seus tempos de vida devem ser sintetizados em tempo de trabalho e que estes sujeitos já estão subjugados para o ciclo de produção neoliberal, no qual é estimulada a máxima da competitividade entre os indivíduos, sua utilidade e eficiência.

O discurso da prática de esportes e exercícios físicos é eleito pela reportagem de *Veja* como uma ação empreendedora, que no futuro pode levar os indivíduos ao sucesso pessoal e/ou profissional. Assim, “é sob a ótica da racionalidade neoliberal” que a revista busca promover o capital humano, fazendo com que os leitores acreditem que devem estar constantemente aptos e capacitados para “participar inteiramente, engajar-se plenamente, entregar-se por completo a sua atividade profissional”.<sup>104</sup>

Todavia, não é só a prática de esportes e os exercícios físicos que emergem como espécies de capital humano nas páginas de *Veja*, mas, também, outras

---

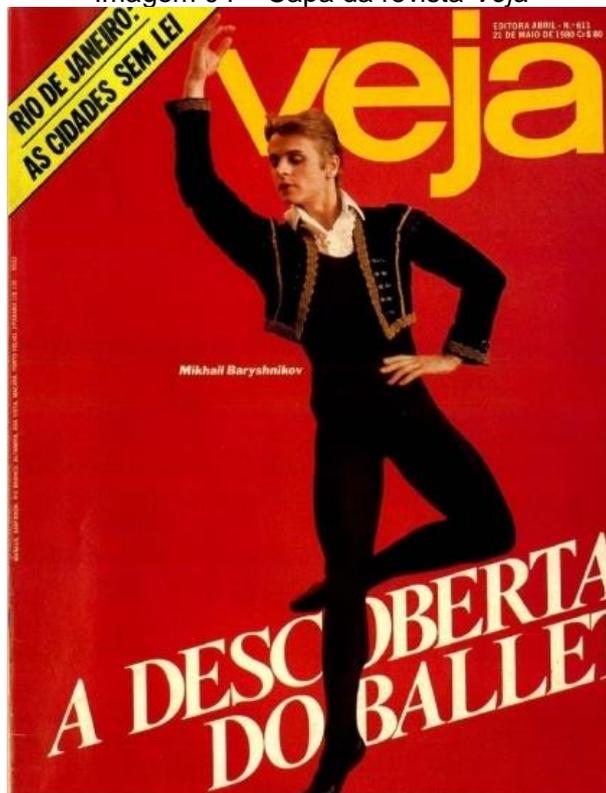
<sup>102</sup> VEJA, edição 726, de 04 de agosto de 1982, p. 74.

<sup>103</sup> FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**, *op. cit.*, p. 146 e seguintes.

<sup>104</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**, *op. cit.*, p. 327.

atividades corporais, como a dança, exteriorizada na edição 611, de 21 de maio de 1980 (Imagem 04).

Imagem 04 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 611, de 21 de maio de 1980, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).<sup>105</sup>

A capa da presente edição traz a fotografia do dançarino e bailarino soviético Mikhail Baryshnikov, um ícone das décadas de 1970 e 1980, que atuou no cinema e em programas de TV. A fotografia do bailarino é o objeto de valor da imagem, tanto que ela se sobrepõe até mesmo sobre o logotipo e a manchete de *Veja*, o que realça ainda mais a importância deste diálogo que a revista busca proporcionar com seu enunciatário. A cor vermelha, como pano de fundo da capa, talvez faça referência à nacionalidade de Baryshnikov. Contudo, o que nos chama atenção nesta edição é o conteúdo da manchete, que anuncia a descoberta do *Ballet*. Mas, a questão é, por quem? O trecho recortado da reportagem no interior da revista nos ajuda a encontrar esta resposta.

<sup>105</sup> Algumas das capas reproduzidas nesta tese estão cortadas na lateral direita. Entretanto, sempre que isto acontece, optamos por manter a imagem original, disponibilizada no acervo digital online da revista, no qual localizamos nossas fontes.

[...] ao som de uma música bem ritmada, uma multidão de brasileiros, dos 5 aos 50 anos, está esticando e contraindo músculos nas escolas de dança que se abriram em anos recentes, por influência principalmente do culto ao corpo [...] **os executivos, embora raramente confessem, estão dançando para combater o stress profissional.** [...] Dançarino desde os 16 anos, o paulista Ivaldo Bertazzo dirige hoje uma academia [...] Conforme sua experiência, uma das maiores preocupações de quem busca uma escola de dança “**é a tentativa de desbloquear a tensão.**”<sup>106</sup>

De acordo com o trecho destacado da reportagem de cinco páginas, intitulada *O Salto da Moda*, há a descoberta da prática do *ballet* por parte dos brasileiros, em especial, os executivos, que estão dançando para combater o *stress* profissional e desbloquear a tensão causada pela rotina de trabalho. A prática da dança seria também uma espécie de válvula de escape para as mulheres esquecerem “os problemas domésticos, descontrair física e mentalmente”.<sup>107</sup> Efetivamente, os trechos recortados da reportagem nos mostram que a dança não é apenas mais uma atividade física para contrair os músculos e/ou uma forma de se expressar artisticamente, pois, como já vimos em análises anteriores, o propósito de *Veja* em suas reportagens de capa é relacionar os cuidados do corpo com o mundo do trabalho dos indivíduos, seja ele doméstico ou não.

Como afirma Georges Vigarello, é comum que as atividades físicas e esportivas sejam frequentemente incluídas em projetos que buscam a prevenção de doenças, a construção e a manutenção da beleza. Porém, nas últimas décadas, elas têm sido aplicadas como as novas técnicas corporais que disciplinam e melhoram a performance do corpo. O autor levanta reflexões sobre o culto ao corpo por meio das atividades físicas e esportivas na contemporaneidade, que segundo suas análises, não é um hábito presente em todas as classes sociais. De fato, as classes mais privilegiadas financeiramente e socialmente estão mais propícias a dedicar parte de seu tempo diário para executá-las. Como no exemplo dos executivos que praticam o *ballet*, enquanto que as classes menos favorecidas estão exaustas com o próprio trabalho ao longo do dia e, portanto, torna-se muito mais difícil a realização de atividades físicas antes ou depois do seu expediente de trabalho. As reflexões de Georges Vigarello são pertinentes e nos ajudam a decodificar o público para o qual as

---

<sup>106</sup> VEJA, edição 611, de 21 de maio de 1980, p. 70 – 73, grifo nosso.

<sup>107</sup> VEJA, edição 611, de 21 de maio de 1980, p. 73.

reportagens de capa da revista *Veja* são destinadas, bem como qual é a classe alvo das disciplinas do corpo.<sup>108</sup>

Estreitando este diálogo, Pierre Bourdieu enfatiza que o corpo é um instrumento de distinção entre as classes, ou seja, as mais populares e menos afortunadas possuem uma relação muito mais instrumental com seu corpo, pois o corpo é utilizado para desempenhar trabalhos braçais e físicos. Sendo assim, após o expediente laboral, esta classe teria menos disponibilidade para executar algumas horas de exercícios físicos. Já as classes sociais mais privilegiadas e prósperas, aquelas que trabalham essencialmente com o intelecto, tendem a ter uma relação mais consciente com seus corpos. Isso significa que os corpos dos indivíduos pertencentes a estas classes passam a ser mais apreciados, recebem atenção e cuidados com a beleza, estética, forma física, juventude e saúde periodicamente. Portanto, os exercícios físicos e as práticas esportivas tendem a ser muito mais valorizadas pelas classes sociais que detêm essa relação consciente com o corpo e menos valorizada pelas classes mais populares e menos afortunadas, que utilizam o corpo como instrumento de trabalho.<sup>109</sup> Quando retornamos para as análises na revista *Veja*, notamos que suas reportagens de capa têm como objetivo estreitar diálogo com executivos, políticos e burocratas, ou seja, indivíduos pertencentes a classes mais abastadas e urbanas. É com elas e para elas que a revista busca mostrar as disciplinas corporais e a importância da obtenção de capital humano.

Ainda assim, não basta promover a prática de esportes e as atividades físicas como espécies de capital humano que seus leitores precisam adquirir. Para convencê-los também é necessário que *Veja* mostre aqueles sujeitos que já chegaram ao topo, isto é, os campeões, os vencedores, os indivíduos que seguem o imperativo da performance, que são disciplinados, que obtiveram capital humano e otimizaram seus corpos, pois estes sujeitos agora servem de exemplo e inspiração para o processo de subjetivação dos leitores de *Veja*.

Pierre Dardot e Christian Laval argumentam que “os intelectuais midiáticos e os jornalistas tiveram um papel importante em instaurar os novos dispositivos e modos de gestão próprios do neoliberalismo”, em propagar a racionalidade neoliberal no

---

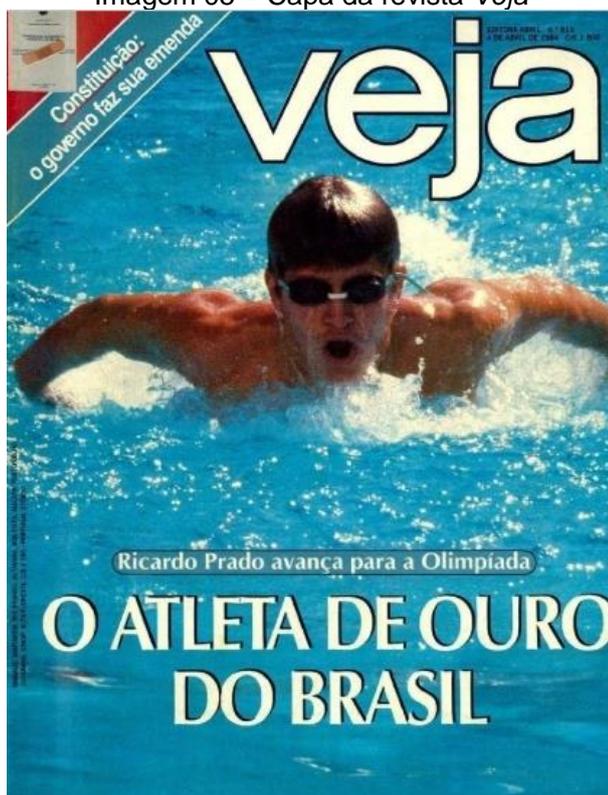
<sup>108</sup> VIGARELLO, Georges. **A história da beleza**: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento até aos dias de hoje. Trad. Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

<sup>109</sup> BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre, Editora Zouk, 2008.

momento em que veiculam e valorizam os relatos e a imagem do indivíduo competente e competitivo, que procura maximizar seu capital humano em todos os campos, que procura projetar-se no futuro e calcular seus ganhos e custos e, sobretudo, trabalhar a si mesmo com o intuito de transformar-se continuamente, aprimorar-se, tornar-se cada vez mais eficaz, melhorar incessantemente seus resultados e seu desempenho.<sup>110</sup>

Portanto, mapeamos a necessidade de *Veja* trazer para suas reportagens de capa estas referências, com o propósito de veicular suas receitas e dicas, para mostrar os caminhos percorridos para que os leitores de *Veja* possam se espelhar e se sentirem motivados a chegar ao topo e alcançar o sucesso. Observemos a edição 813, de 04 de abril de 1984 (Imagem 05).

Imagem 05 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 813, de 04 de abril de 1984, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A edição mencionada traz em sua capa a fotografia do brasileiro Ricardo Prado, nadador olímpico e um dos representantes da modalidade nas Olimpíadas de Los Angeles, em 1984. A fotografia foi feita durante a última seletiva, na qual o nadador

<sup>110</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**, *op. cit.*, p. 231.

se classificou para disputar os jogos olímpicos. A manchete faz uma analogia ao atleta brasileiro e a medalha de ouro que ele pretende conquistar na competição. Um ponto importante nesta capa é perceber que a fotografia foi realizada no exato segundo em que o nadador ergue seu corpo sobre a água para respirar, momento que ele ganha energia, infla seus músculos e retorna para baixo da água. A exatidão do clique da foto é proposital, ela tem a finalidade de mostrar Ricardo Prado como um visionário que persegue seu objetivo, vencer! Por isso, a fotografia foi feita no local onde seu sucesso é notório. O exato instante do clique da foto também revela o intuito de proporcionar ao enunciário o melhor ângulo possível, de colocá-lo diante de uma situação ímpar, ou seja, frente a frente com uma celebridade de sucesso no momento em que se destaca.

A reportagem de sete páginas intitulada *As Armas Do Campeão*, no interior da revista, leva os leitores a este entendimento, pois, o nadador é apresentado por *Veja* como um indivíduo extremamente disciplinado e, por esta razão, um exemplo de sucesso.

Quais as armas de Ricardo Prado, que esta semana passa alguns dias no Brasil, para uma consagração tão grande no esporte olímpico mais competitivo do mundo? Em primeiro lugar, **a cabeça de quem quer vencer, custe o que custar**. Depois, o físico de um atleta perfeito. Por fim, domínio total da técnica de natação, de forma que nenhum de seus movimentos na água seja desperdiçado. [...] Para isso, **ele nada 20 quilômetros por dia – ou seja, atravessa 400 vezes uma piscina de 50 metros – e passa um mínimo de 6 horas diárias olhando para a faixa preta no fundo da piscina**. [...] A singular determinação de Ricardo Prado é perceptível também para quem mal o conhece. Ele não só tem uma intimidade rara com a água, como um **compromisso único com a vitória**. [...] Prado é mais que nadador. É um atleta completo que **vence porque se convenceu de que ele não tem limites**.<sup>111</sup>

Do mesmo modo que a capa de *Veja*, o trecho em destaque menciona Ricardo Prado como um grande atleta, o que o torna uma esperança de medalha para o Brasil nos jogos olímpicos. A reportagem também enfatiza a rotina pesada de treinos do nadador brasileiro, isto é, como ele se tornou um atleta de sucesso, de alto nível profissional. Deste modo, nota-se a intensidade no discurso de *Veja* que faz questão de ressaltar o quanto Ricardo Prado almeja vencer, custe o que custar, exemplificando para seus leitores que é assim que deve ser o pensamento de um campeão, de quem

---

<sup>111</sup> VEJA, edição 813, de 04 de abril de 1984, p. 49 – 52, grifo nosso.

está em busca do sucesso. Para *Veja*, a receita de seu sucesso é “simples: treinar, treinar, treinar”, pois, foi “com uma força de vontade que transformou o garoto de Andradina, hoje, numa quase perfeita máquina de nadar”.<sup>112</sup> Ou seja, o propósito da revista é mostrar a trajetória vitoriosa de Ricardo Prado como um modelo a ser seguido, é convencer e motivar seus leitores de que o sucesso do nadador é fruto de seu mérito, da sua dedicação e do seus esforços diários que compunham uma rotina dura de treinos, mas, sobretudo, de um corpo disciplinado, otimizado.

Portanto, se os leitores querem se tornar pessoas vitoriosas e de sucesso, é preciso seguir as receitas de Ricardo Prado, isto é, basta aplicar em suas vidas os ensinamentos e orientações emitidas por aqueles que já chegaram lá. No discurso de *Veja* o sucesso é apresentado como algo que pode ser alcançado por qualquer um de seus leitores, como algo simples que depende apenas do esforço individual, desde que os indivíduos sejam disciplinados e busquem pela otimização de seus corpos. Ricardo Prado pode ser compreendido como o “homem que vem de baixo”, expressão utilizada por Alain Ehrenberg para descrever um indivíduo comum que se tornou empreendedor de si mesmo e acredita ter alcançado o sucesso apenas por conta de seu próprio esforço. Este modelo de sujeito, que nada mais é do que um indivíduo neoliberal, encara toda e qualquer dificuldade na vida como se fossem desafios a serem cumpridos. Ser um indivíduo constantemente competitivo e motivado são os principais atributos para construir uma trajetória de sucesso, excluindo qualquer desigualdade dos pontos de partidas e oportunidades. No final, o sucesso pessoal ou profissional pode ser um mérito ou um fracasso, que é resultado das próprias escolhas ao longo da vida, uma responsabilidade exclusivamente individual.<sup>113</sup>

José Prado salienta que trazer personalidades de sucesso para as reportagens de capa dos periódicos é uma característica do jornalismo de revista que possibilita ao enunciador fazer uma espécie de estudo de caso, ou seja, descrever suas vivências, experiências, trajetórias e conquistas, no propósito de esboçar uma receita para alcançar o sucesso e em seguida apresentá-la aos leitores para que possam se identificar com a descrição do personagem apresentado e, assim, obtenham

---

<sup>112</sup> VEJA, edição 813, de 04 de abril de 1984, p. 49.

<sup>113</sup> EHRENBURG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Trad. Pedro F. Bendasolli. São Paulo: Editora Ideias & Letras, 2010, p. 56 e seguintes.

inspiração e motivação, orientem-se com os ensinamentos, desafiem-se e se tornem os próximos vitoriosos.<sup>114</sup>

Em complemento, Eduardo Barros ressalta que a revista *Veja* é uma transmissora de receitas de sucesso para a classe média brasileira. Segundo o autor, a construção do sucesso está ligada a um processo de ascensão social, a um imaginário, algo que pode ser conquistado pelos leitores. Eduardo Barros constata que a evolução da urbanização brasileira foi um dos motivos pelo qual *Veja* se preocupou com o desenvolvimento e o sucesso profissional dos indivíduos. Deste modo, a revista passou a retratar o sucesso reiterando valores, fazendo com que seus leitores aprofundassem os vínculos com a cultura do capital e o neoliberalismo, em ascensão em vários países nas últimas décadas do século XX. Para veicular as receitas do sucesso, *Veja* traz para suas páginas personagens já presentes na agenda midiática e expõe sua biografia. O portador do sucesso possui algumas características, é discursado pela revista como um sujeito determinado e consciente de onde deseja chegar. Os indivíduos de sucesso são ativos, trabalham e se esforçam muito, levam uma vida corrida e possuem metas, em curto, médio e longo prazo. Não existe o campeão e/ou vitorioso que seja sedentário, que trabalhe e esforce-se pouco, leve uma vida pacata, tranquila e sem metas a serem cumpridas em determinado prazo. Ao contrário, o portador de sucesso tem uma rotina exaustiva, acima da média das pessoas comuns, por isso o sucesso destes indivíduos é espetacularizado por *Veja*, no intuito de gerar inspiração a uma classe média sedenta por aspirações.<sup>115</sup>

As análises de Eduardo Barros sobre o sucesso vão ao encontro de nossa investigação, dado que texto e imagem são articulados pelo enunciador a fim de convencer o enunciatário de que determinados sujeitos são vencedores e bons exemplos a serem seguidos. A revista constrói o sucesso tendo como pano de fundo a racionalidade neoliberal destacada por Michel Foucault, que resulta na produção do *homo oeconomicus*, que se forma a partir da livre iniciativa e não reconhece sua escalada se não por meio da concorrência com os outros indivíduos e da sua própria competência.<sup>116</sup> O neoliberalismo em ascensão nas principais potências econômicas da época talvez seja as condições de possibilidade que permitiram a emergência dos

---

<sup>114</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 103 – 115.

<sup>115</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***, *op. cit.*, p. 08 e seguintes.

<sup>116</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 333 – 359.

discursos em *Veja* que tem em sua essência mostrar e convencer seus leitores sobre a necessidade de serem indivíduos concorrentes um dos outros, mais competitivos, eficientes, dinâmicos e, sobretudo, buscar superar a si mesmos todos os dias, estipulando metas, sendo persistentes e esforçados. Com efeito, foi o neoliberalismo o responsável pela emergência do indivíduo-empresa, que se vê como capital humano, e que por esta razão necessita se valorizar constantemente, romper com a rotina, ser cada vez mais inovador, maleável e adaptável a qualquer movimento.

De fato, o jornalismo da revista *Veja* valoriza e promove indivíduos detentores de corpos eficientes, que podem ser constantemente melhorados e aperfeiçoados. Percebe-se, nas páginas que analisamos, o culto ao corpo e o estímulo das fruições corporais, sob o que podemos chamar de imperativo da performance. As técnicas de disciplina corporal pretendem retardar o corpo velho, que não é mais ágil, produtivo e eficiente, que está vulnerável a ficar doente facilmente. É sob a luz do imperativo da performance que os indivíduos devem ser governados e conduzirem suas vidas, em uma luta diária para potencializar seus corpos, maximizar seu capital humano como uma vantagem competitiva no mercado, assumindo riscos e calculando seu custo-benefício conforme as escolhas que fazem. No âmbito do biopoder, o corpo é um objeto que não admite fraquezas e falhas, pois, ele é fabricado para ser ativo e para que se extraia maior desempenho e produtividade possível. Ao mesmo tempo, para a racionalidade neoliberal o fracasso é “visto como consequência de cálculos errados”, uma vez que durante a vida não houve acumulação de capital humano ou ele não foi bem utilizado pelo indivíduo, acarretando um fracasso de sua gestão.<sup>117</sup>

As reportagens de capa publicadas por *Veja* nos mostram que a preocupação com o corpo dos indivíduos vai muito além da obtenção de bem-estar, melhores níveis de qualidade de vida e saúde, visto que as técnicas de biopoder agenciadas nas reportagens reconfiguram os indivíduos, o espaço e o tempo, obedecendo essencialmente a uma lógica econômica. Por isso, seus enunciados acabam reproduzindo e reforçando a teoria do capital humano, no intuito de conduzir os leitores a pensarem que otimizar seus corpos é um ótimo investimento. Ou seja, é necessário que os leitores passem a acreditar que se investirem em competências, aptidões e habilidades físicas terão algum tipo de recompensa no futuro. Nos exemplos mencionados, a prática de esportes e atividades físicas é este capital humano que

---

<sup>117</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**, *op. cit.*, p. 230.

deve ser adquirido pelos leitores. O retorno é o sucesso profissional caracterizado pela máxima produtividade e eficiência, que visa tornar os indivíduos competitivos e colocá-los em posição de vantagem frente aos outros. Portanto, esta é a necessidade em disciplinar seus corpos no propósito de otimizá-los, de preferência, desde a infância, ainda durante a fase escolar, para que entendam a importância do capital humano e que uma boa forma física, além de trazer bem-estar e qualidade de vida, também é um investimento em si mesmo para o futuro.

Os enunciados jornalísticos de *Veja* são potentes construtores de práticas identitárias. Como visto, as reportagens de capa evidenciam que o jornalismo da revista *Veja* é detentor de um discurso que pretende subjetivar os leitores por meio de técnicas disciplinares, ou seja, busca-se reconfigurar sua rotina, seus costumes e hábitos, tendo por fim, o objetivo de moldar suas identidades, conduzi-los e subjetivá-los à racionalidade neoliberal. A produção discursiva da revista não é veiculada apenas com o propósito de informar e/ou entreter os indivíduos e a sociedade, uma vez que o jornalismo praticado por *Veja* está em acordo com o que José Prado caracteriza como uma prática de condução de condutas, pois oferece aos seus leitores, simultaneamente, modos de ler o mundo, agir e posicionar-se nele.<sup>118</sup>

Michel Foucault acentua que toda produção discursiva é “controlada, selecionada, organizada e redistribuída” por procedimentos internos e externos, bem como, por mecanismos que estabelecem suas condições e funcionamento.<sup>119</sup> Portanto, é importante ressaltar como operam os discursos sobre a otimização dos corpos, pois a revista *Veja* se apresenta para seu público leitor como se fosse um manual disciplinar, que através de suas reportagens de capa promete transformar a realidade dos leitores por meio de passos simples e fórmulas rápidas. Porém, o que não é mencionado pela revista, é que essas mudanças são lentas, graduais, trabalhosas e não apresentam os mesmos resultados para todos os indivíduos.

As reportagens de capa de *Veja* são concisas, com embasamento e evidências científicas, ao mesmo tempo em que trazem conselhos e relatos pessoais daqueles que já adquiriram capital humano e obtiveram sucesso com seus corpos. A estratégia discursiva de *Veja*, em suas reportagens de capa, é a de apresentar textos que,

---

<sup>118</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 57 e 58.

<sup>119</sup> FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**, *op. cit.*, p. 08.

simultaneamente, mesclam narrativas científicas com os relatos individuais fazendo conexões entre fato e opinião, entre o que é conhecimento científico e o que são conselhos pessoais. Essa é a estratégia discursiva que *Veja* utiliza em suas reportagens de capa, pois se a revista empregar apenas o rigor científico em seus textos, provavelmente afastará o interesse dos leitores pela matéria, visto que um texto inteiramente científico possui vários jargões que travam e dificultam a leitura, nada habitual para seu público, que não procura por isso no periódico. Por outro lado, se a revista não utilizar o embasamento científico em seus textos, as reportagens correm o risco de se tornarem meros textos de opinião e vivência pessoal, o que na prática, pouco ajuda e não passa credibilidade nenhuma para seus leitores.

As primeiras análises deste capítulo mostram que a inquietação de *Veja* em cuidar dos corpos dos leitores passa pela implementação de técnicas e mecanismos disciplinares que buscam produzir corpos dóceis, produtivos e eficientes para o mercado de trabalho, bem como, para que superem o *stress* profissional e alcancem o pleno sucesso. Para isso, é preciso convencer seus leitores de que precisam otimizar seus corpos e seguir as receitas daqueles que já chegaram ao topo. A subjetividade e a disciplina são os efeitos da produção discursiva de *Veja* que busca construir um novo sujeito por meio da lógica do *homo oeconomicus*, isto é, a fabricação de corpos economicamente ativos através da obtenção de capital humano, indivíduos que conduzem suas vidas sob um prisma empresarial, no qual se preza a competitividade, a eficiência, a utilidade, a dinamicidade e os lucros. A relação de poder entre *Veja* e seu enunciatório é meticulosa e calculável, não acontece por meio de coação, violência ou ameaças, mas através da prática de governo, da implementação de técnicas disciplinares, de normas e agenciamentos dos indivíduos.<sup>120</sup>

É preciso reforçar nosso argumento de que não há problema algum em praticar esportes e exercícios físicos. O que a nossa análise ressalta são os efeitos discursivos, ou seja, o fato das reportagens de capa da revista *Veja* conduzirem seus leitores a entender que a prática de esportes e as atividades físicas podem ser uma espécie de capital humano, responsável por otimizar seus corpos no propósito de torna-los indivíduos competitivos, mais eficientes e produtivos na esfera profissional.

---

<sup>120</sup> Todas as capas utilizadas neste tópico podem ser consultadas em: Apêndice 2 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): A prática de esportes e atividades físicas como capital humano, p. 224.

Tanto os exercícios físicos, quanto a prática de esportes, deixam de ser pensados enquanto algo que proporciona prazer, para serem entendidos apenas como uma finalidade fisiológica, uma vez que o objetivo é construir um corpo forte, economicamente ativo para o trabalho. Nosso alerta enfatiza sobre os possíveis efeitos nocivos que estes enunciados jornalísticos podem produzir na vida dos sujeitos. Neste sentido, concordamos com as análises de Byung-Chul Han, quando o autor salienta que a coação pelo desempenho força os indivíduos a produzirem cada vez mais, assim, jamais alcançam um ponto de repouso e gratificação. Em última instância, o sujeito do desempenho está concorrendo consigo mesmo e, sob uma coação destrutiva, se vê forçado a superar constantemente a si próprio. A pressão pelo desempenho conduz o indivíduo ao cansaço e o esgotamento completo. Às vezes, até a morte.<sup>121</sup> Já os estudos de Alain Ehrenberg acendem outro alerta. O autor nos mostra que, no mundo, a depressão nervosa se multiplicou por sete entre os anos de 1979 e 1996, e que nos países desenvolvidos, como a França, estes números são ainda mais alarmantes. Problemas psicossomáticos e ansiedade, do mesmo modo, apresentaram crescimento exponencial, que segundo Alain Ehrenberg, está intimamente relacionado com o culto pelo imperativo da performance e com a arte do empreendedorismo de si, que colocam os indivíduos em cenários de extrema competitividade, instabilidade, crise, riscos e insegurança.<sup>122</sup>

No próximo item, vamos prosseguir nossa investigação e examinar como o biopoder avança sobre o corpo, agora, por meio de intervenções médicas, cirúrgicas e farmacológicas que buscam construir e/ou realizar manutenções periódicas na beleza e na estética dos corpos para que se tornem ativos produtores de renda.

## 1.2 Corpos que produzem fluxos de renda

De acordo com Jean-Jacques Courtine, criamos discursos, representações e práticas sobre os corpos. Nosso corpo é movido por múltiplas forças que lutam entre si e o constituem, em nossos pensamentos e desejos. Mas, o corpo não é apenas a interação dos instintos, ele funciona através de processos de controle, disciplina, subjugação e na produção de subjetividades. Os corpos não são nem unidades, nem fechados em si mesmos, não são estáveis, eles estão sempre em movimento no

---

<sup>121</sup> HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**, *op. cit.*, p. 85 e 86.

<sup>122</sup> EHRENBURG, Alain. **O culto da performance**, *op. cit.*, p. 131 – 170.

tempo e nos espaços, em uma relação constante uns com os outros, são múltiplos, contraditórios, construídos e desconstruídos historicamente. Para o autor, o corpo também é seu entorno, suas intervenções, os sentidos, os silêncios, os gestos e a imagem que dele se produz.<sup>123</sup>

Michel Foucault acentua que não basta compreender o corpo apenas como uma estrutura simbólica, representativa e imaginária. É necessário entender que os corpos são alvos das relações de saber-poder e, por este motivo, ele não existe em seu estado natural, pois sempre estará mergulhado numa trama social. Sendo assim, é fundamental observar as técnicas e os discursos do/sobre o corpo, as expressões faciais, os gestos, as regras de etiqueta, as percepções sensoriais, as marcas na pele e a conduta corporal. É importante perceber como os corpos são modelados conforme as narrativas, hábitos, costumes e comportamentos alheios. Essas questões estão atreladas aos fatores culturais, sociais e econômicos de cada episteme e não a uma natureza congênita ou biológica.<sup>124</sup>

As definições de corpo estabelecidas por Jean-Jacques Courtine e Michel Foucault indicam que problematizar os corpos significa compreender os valores que cada cultura atribui a eles, entender a sua hierarquia e quais são os corpos inferiorizados, ocultos, excluídos, bem como, quais são os corpos desejáveis, aceitáveis e que importam para a sociedade, tendo em vista que o corpo humano é um fenômeno social, econômico e cultural produzido na interação com os outros. É objeto de representações e imaginários, bem como, emissor e receptor de sentidos. Pode-se dizer que ele é a marca dos indivíduos e, ao mesmo tempo, a fronteira, o limite que, de alguma forma, distingue uns dos outros. Ainda assim, é preciso ressaltar que um indivíduo não se resume apenas a um corpo, mas este é necessário como suporte para que um indivíduo possa existir.

É possível afirmar que os veículos de comunicação têm um papel fundamental em apresentar para seus receptores os corpos desejáveis e forjados pelas novas tendências, descobertas tecnológicas e científicas no que diz respeito aos cuidados e às manutenções do/com os corpos. Isso se refere aos comportamentos, hábitos e costumes, a fim de aproximá-los ao máximo possível do padrão de beleza

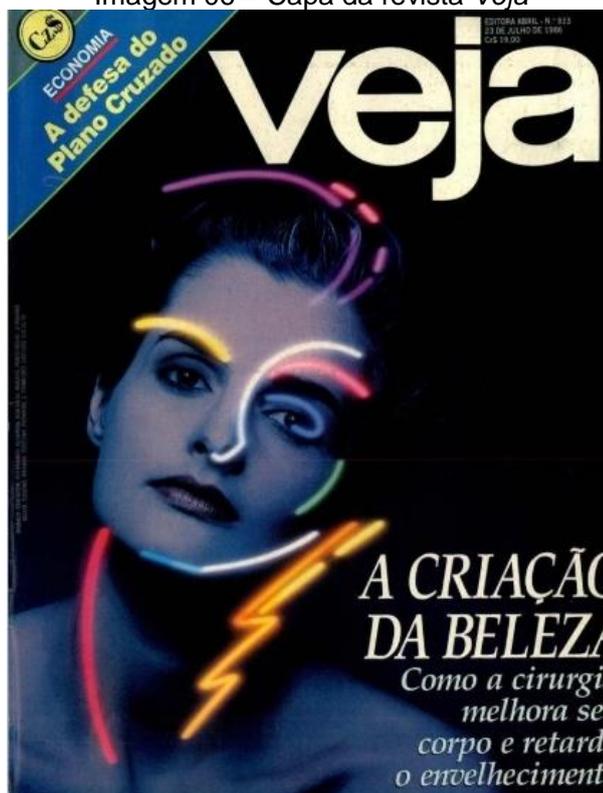
---

<sup>123</sup> COURTINE, Jean-Jacques. **Decifrar o corpo**: pensar com Foucault. Trad. Francisco Morás. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 11 – 46.

<sup>124</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. 10ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

estabelecido em um determinado grupo social e tempo histórico. Deste modo, nas próximas páginas, nossa investigação tem como foco problematizar a construção e/ou manutenção da beleza e estética corporal apresentada pela revista *Veja*, tendo como ponto de partida a edição 933, de 23 de julho de 1986 (Imagem 06).

Imagem 06 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 933, de 23 de julho de 1986, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).<sup>125</sup>

A capa da edição mencionada traz uma fotomontagem feita sobre o busto de uma mulher, na qual a ênfase é sobre seu rosto, destacado por traços desenhados pela equipe de *designer* gráfico do periódico, em lugares do rosto em que seria possível realizar mudanças estéticas: a testa, o nariz, o pescoço, o queixo e o cabelo.<sup>126</sup> A manchete da capa, assim como a fotomontagem, anuncia para os leitores que a beleza pode ser algo criado, adquirido, aprimorado, bem como, algo possível

<sup>125</sup> Algumas das capas reproduzidas nesta tese estão cortadas na lateral direita. Entretanto, sempre que isto acontece, optamos por manter a imagem original, disponibilizada no acervo digital online da revista, no qual localizamos nossas fontes.

<sup>126</sup> É uma linguagem fotográfica que vai além da representação da realidade. Sua produção é feita por uma ou mais fotografias, ou por fragmentos fotográficos, com o propósito de gerar uma nova imagem e direcionar o receptor para algo ou entendimento específico. Para saber mais: SOUSA, Pedro Jorge. **Fotojornalismo:** introdução à história, às técnicas e a linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

de manutenções periódicas. Outro destaque desta capa é que a criação da beleza tem como principal aliada a medicina, pois com o progresso das cirurgias estéticas é possível corrigir as imperfeições corporais e, também, retardar o envelhecimento do corpo, em especial, o da face humana. Essas questões são ressaltadas na reportagem *Construção da Beleza*, no interior da edição.

Com o progresso da medicina, **a cirurgia plástica torna-se uma arma cada vez mais eficaz na luta pela melhoria estética e na busca da juventude entre as mulheres.** [...] Criada na França há menos de dez anos, a lipoaspiração chegou ao Brasil há menos de cinco e transformou-se numa febre. [...] **Os avanços da cirurgia estética alcançaram hoje cada parte da superfície do corpo passível de transformação** com o uso do bisturi.<sup>127</sup>

O trecho recortado da reportagem mostra o sucesso das cirurgias plásticas, principalmente, entre as mulheres que idealizam melhorias estéticas na busca por juventude corporal, retardamento do envelhecimento e correções em sua aparência física, no intuito de deixá-la mais harmoniosa e agradável, com base nos padrões de beleza da época. O guia de *Veja* para a criação e/ou manutenção da beleza cita, detalhadamente, os procedimentos que complementam os benefícios da cirurgia plástica, como a “maquiagem definitiva”, a utilização do “laser cirúrgico”, a “aplicação de colágeno” e o “implante de cabelo”.<sup>128</sup>

De acordo com Agatha Lemos, as mudanças corporais, assim como as retratadas pela revista *Veja*, aumentam a autoestima, a segurança e a liberdade dos indivíduos. Isto é, tem como objetivo promover qualidade de vida e bem-estar, pois a finalidade das intervenções cirúrgicas é otimizar os corpos para que os pacientes se sintam mais contentes, felizes, seguros e confortáveis com sua aparência. Porém, a autora destaca que o capitalismo é o grande vencedor na busca da longevidade humana pelos indivíduos, uma vez que combater a velhice aquece todo um mercado ligado aos setores alimentícios, cirurgias plásticas, moda, turismo, academias, fármacos e planos de saúde.<sup>129</sup>

---

<sup>127</sup> VEJA, edição 933, de 23 de julho de 1986, p. 60 e 61, grifo nosso.

<sup>128</sup> VEJA, edição 933, de 23 de julho de 1986, p. 64 e 65.

<sup>129</sup> LEMOS, Agatha Dias. **Longevidade saudável na mídia:** entre a medicalização e a promoção da saúde. Dissertação de mestrado em Informação e Comunicação em Saúde, FIOCRUZ, Rio de Janeiro, 2015, p. 169.

Segundo Jeferson Bertolini, uma das possíveis explicações para “o culto ao corpo” na contemporaneidade é a “valorização da imagem, que surge a reboque do aprimoramento da fotografia” que durante as últimas décadas do século XIX e todo o século XX, paulatinamente, sofisticou as formas de registro dos corpos, bem como, sua circulação através dos veículos midiáticos que potencializam sua valorização.<sup>130</sup> Entretanto, Paula Sibilia ressalta que “o culto ao corpo da sociedade contemporânea é, na verdade, um culto a um certo tipo de corpo. Somente estes corpos conseguem projetar seu brilho nos pódios da mídia e inspiram o arroubo de todos os demais”. Para autora, os corpos são interpelados pelo discurso midiático e pela projeção de imagens que ensinam as feições e as regras dos corpos que são desejáveis. Estas regras estão em sintonia com certos princípios básicos do ideário neoliberal, como a responsabilidade individual e o entendimento de que o corpo deve ser um empreendimento que implica em uma boa gestão de si mesmo.<sup>131</sup>

Contudo, os argumentos expostos acima ainda são uma resposta inacabada, afinal, quais são os interesses de *Veja* ao veicular em suas reportagens de capa a construção e a manutenção da beleza corporal, em especial, para as mulheres?

Tania de Luca enfatiza que nas décadas de 1970 e 1980, no Brasil, as revistas passaram a ter como principal público-alvo às mulheres, e que essa característica não foi uma particularidade brasileira, mas observada em âmbito internacional.<sup>132</sup> Ainda segundo a autora, nas últimas três décadas do século XX, o mercado de revistas mudou sua compreensão sobre as mulheres e passou a compreendê-las como indivíduos segmentados e plurais, muito por conta dos avanços do movimento feminista, que contribuiu para alterar os padrões socioculturais vigentes na época, em relação aos quais as revistas não permaneceram alheias.<sup>133</sup>

---

<sup>130</sup> BERTOLINI, Jeferson. **Biopoder e mídia**, *op. cit.*, p. 77.

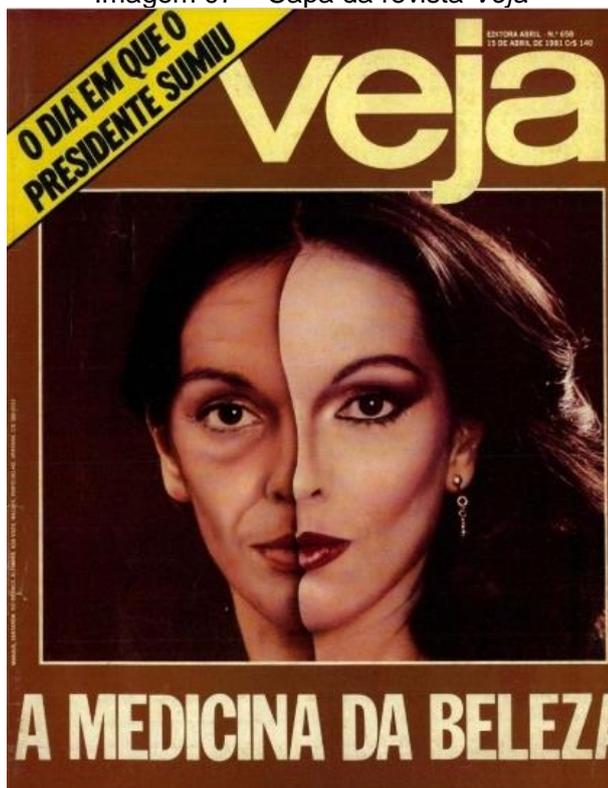
<sup>131</sup> SIBILIA, Paula. Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade**. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 198 e seguintes.

<sup>132</sup> Maria Pilar Diezhandino também confirma essa tendência ao analisar as revistas estadunidenses *Time* e *Newsweek*. Segundo a autora, as mulheres ganharam mais assiduidade como conteúdo do jornalismo de revista. Embora a predominância em temas como: beleza, corpo e estética, apareceram com mais frequência nas páginas dos periódicos, temáticas relacionando as mulheres ao mercado de trabalho e a ampliação dos direitos. Além disso, Diezhandino enfatiza que a década de 1980 se trata de um momento de grande emergência de revistas especializadas sobre o cotidiano das mulheres. Ver mais em: DIEZHANDINO, Maria Pilar. **Periodismo de servicio**. Barcelona: Bosh Casa Editorial, 1994, p. 170 e 171.

<sup>133</sup> LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista, *op. cit.*, p. 447 – 468.

Todavia, o diagnóstico de Tania de Luca também não nos responde porque é necessário que as mulheres adquiram e/ou mantenham determinado padrão estético, tal como apresentado pela revista *Veja*. Talvez as próximas edições que mapeamos nos tragam respostas para estas inquietações.

Imagem 07 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 658, de 15 de abril de 1981, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).<sup>134</sup>

Na edição 658, de 15 de abril de 1981 (Imagem 07), nos deparamos com outra fotomontagem, novamente, retratando as mudanças estéticas no rosto de uma mulher. A capa divide-se ao meio, no intuito de realçar as diferenças de um rosto antes e depois de procedimentos estéticos concebidos pela medicina. Mais uma vez, as montagens fotográficas veiculadas nas capas da revista *Veja* destacam o corpo de mulheres, em especial, os seus rostos.

A imagem da capa nada mais é do que um instrumento para que *Veja* consiga estabelecer uma conversa com seus leitores. Nota-se, que o objeto de valor nesta capa é ao rosto feminino, mas se trata do rosto posicionado ao lado direito. É por meio

<sup>134</sup> Algumas das capas reproduzidas nesta tese estão cortadas na lateral direita. Entretanto, sempre que isto acontece, optamos por manter a imagem original, disponibilizada no acervo digital online da revista, no qual localizamos nossas fontes.

dele que a revista pretende se aproximar de seu enunciatório, em especial, as mulheres, que correspondem a cerca de 55% dos leitores de *Veja*, de acordo com o levantamento realizado por Eduardo Barros.<sup>135</sup> A manchete segue no mesmo sentido, na medida em que anuncia para o leitor que a medicina é uma grande aliada no que diz respeito à construção da beleza e/ou às correções estéticas. No interior da revista, na reportagem intitulada *A Medicina da Beleza*, a ciência médica ganha mais destaque e emerge como uma esperança para os humanos se tornarem mais belos.

A cada dia o ser humano descobre novas armas que o ajudam a vencer, das mais variadas formas, sua **luta pela beleza e pela juventude**. [...] Isso tudo, e mais uma infinidade de outras aspirações quanto à estética pessoal, pode ser alcançado em virtude do avanço de um conjunto de atividades ligadas à Medicina, cuja característica básica, essencial, é estar fundamentalmente voltada para o **objetivo de tornar as pessoas mais belas**. [...] De um modo geral, se propõe a realizar a **esperança do ser humano de ficar mais belo e manter-se jovem** [...] Seu rumo, porém, está definido. Ele tem o sentido da **busca da felicidade** e não só o de evitar o mal e suprimir o sofrimento físico.<sup>136</sup>

Neste trecho da reportagem, *Veja* ressalta que o objetivo da medicina da beleza é tornar as pessoas mais belas, manter o corpo jovem, evitar o sofrimento físico e, assim, buscar a felicidade. As reportagens de capa direcionam os receptores-leitores a fazer sua leitura-interpretação, numa tentativa de convencê-los sobre o que é a beleza, sua importância e a utilidade da medicina sobre os corpos. Nota-se, que o biopoder aparece em *Veja* como uma força de criação, que produz novos hábitos, ações e comportamentos. Ele emerge nas páginas da revista como uma força pela qual os receptores são governados, regidos, controlados, guiados e aperfeiçoados. Por esta razão, os enunciados jornalísticos buscam convencer os leitores que através de procedimentos cirúrgicos é possível transformar o corpo, ou seja, construir beleza e se encaixar nos padrões estéticos que a sociedade espera. Entretanto, qual é esse padrão?

O entrelaçamento das imagens veiculadas nas capas das edições 658 (Imagem 07) e 933 (Imagem 06) de *Veja*, ajudam-nos a entender qual é o padrão estético apresentado e defendido pela revista. Com efeito, a construção da beleza e/ou a realização de manutenções tem como alvo principal a pele das mulheres, que deve

<sup>135</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***, *op. cit.*, p. 08.

<sup>136</sup> VEJA, edição 658, de 15 de abril de 1981, p. 60 – 66, grifo nosso.

ser clara, lisa e sem rugas. A sobrancelha, o nariz e a maçã do rosto precisam ter contornos sutis que realcem delicadeza e sensualidade. O cabelo deve ser solto, volumoso e brilhante. A utilização de maquiagem e batom faz parte do padrão estético, bem como o uso de acessórios, como um par de brincos, por exemplo.

Segundo Le Breton, o corpo é composto por várias peças, e o rosto humano é o lugar mais valorizado do corpo. Ele é o primeiro lugar no qual se nota os traços, as marcas da vivência, a velhice e, o local de possíveis manipulações medicinais e genéticas que buscam conservação e manutenção.<sup>137</sup> As modificações apresentadas por *Veja* também são direcionadas para se alcançar um corpo que seja magro. Por esta razão, os procedimentos cirúrgicos têm como alvo a “barriga e culotes: para retirar a gordura, restabelecendo o contorno adequado”, e os “seios: para aumentá-los, diminuí-los ou enrijecê-los”. Tudo isso pode ser conquistado, com garantia, segurança e qualidade, quando vem pelas “mãos do médico Ivo Pitanguy”, renomado cirurgião plástico das celebridades dos anos 1980 no Brasil.<sup>138</sup>

Na sociedade contemporânea e capitalista os corpos se tornaram vitrines, no qual se edifica todo um mercado de produtos e serviços prestados. Ao mesmo tempo, o próprio corpo torna-se um capital, um objeto de consumo, pois ele é construído e/ou remodelado através de procedimentos cirúrgicos e cuidados estéticos, por discursos e representações de feminilidade e masculinidade da nossa cultura, veiculados pelos meios de comunicação, tal como fazem as reportagens de capa de *Veja*. Por isso, os corpos emergem como um objeto alvo de investimentos não só da medicina, mas de procedimentos e “atividades ligadas à Odontologia, à Farmacologia e áreas correlatas”, afastando-se da ideia de sobrevivência humana e se aproximando do status social ligado ao corpo, isto é, aos padrões de beleza.<sup>139</sup> Vale lembrar que a construção e a manutenção do corpo operam simultaneamente no individual e no coletivo, e em casos mais extremos, o corpo se torna um negócio. Neste sentido, a revista *Veja* discursa o corpo como se fosse um espetáculo, na medida em que ele é construído e remodelado através de seus enunciados jornalísticos, estabelecendo para seu enunciatório quais traços são considerados belos, o que deve ser mostrado

---

<sup>137</sup> LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**, *op. cit.*, p.71.

<sup>138</sup> VEJA, edição 658, de 15 de abril de 1981, p. 61.

<sup>139</sup> VEJA, edição 658, de 15 de abril de 1981, p. 60.

e o que pode ser otimizado, atuando num processo de controle e vigilância sobre os corpos dos leitores.

Para Jeferson Bertolini, os veículos midiáticos transformam o bem-estar e a qualidade de vida em um produto e, indiretamente, o colocaram à venda para os receptores. A amostra destes produtos – como no exemplo dos procedimentos cirúrgicos e estéticos veiculados por *Veja*, aumentam o apetite por seu consumo, despertam desejo no público, abrem caminho para que os leitores acreditem que dependem deles, pois estes procedimentos são apresentados como garantidores de uma boa forma física, beleza corporal, estética, saúde, autoestima, bem-estar e felicidade.<sup>140</sup> Mais uma vez, vale entender para qual público-alvo estes produtos são anunciados, tendo em vista que uma cirurgia plástica no “nariz pode custar entre 40.000 e 100.000 cruzeiros; um par de seios, entre 50.000 e 150.000 cruzeiros; e a cirurgia da barriga de 100.000 a 200.000 cruzeiros”.<sup>141</sup> Valores que estavam acessíveis, na época, à classe média e alta brasileira.<sup>142</sup>

Se o próprio corpo se torna um objeto de desejo e consumo na sociedade capitalista contemporânea, agora fica evidente o motivo pelo qual *Veja* insiste na necessidade em construir e/ou manter um padrão de beleza e estética corporal. De fato, construir um corpo belo não está apenas relacionado com a obtenção de um maior índice de qualidade de vida, bem-estar físico e felicidade para as mulheres, mas, o objetivo em primeiro plano é tornar o próprio corpo um ativo, uma vez que os procedimentos estéticos e cirúrgicos emergem nas páginas de *Veja* como uma espécie de capital humano para que as mulheres alcancem além da satisfação pessoal com seus corpos, o sucesso profissional e financeiro.<sup>143</sup>

Michèle Pagès-Delon dialoga nesta mesma linha quando apresenta o conceito de capital-aparência em sua obra *Le corp set sés apparences: L' envers du look*.<sup>144</sup> A socióloga entende que a aparência física é uma espécie de capital e que sua

---

<sup>140</sup> BERTOLINI, Jeferson. **Biopoder e mídia**, *op. cit.*, p. 71 e 72.

<sup>141</sup> VEJA, edição 658, de 15 de abril de 1981, p. 61,

<sup>142</sup> Para uma base de comparação, o Decreto nº 85.310, de 31 de outubro de 1980, fixou o salário mínimo em Cr\$ 5.788,00 (cinco mil, setecentos e oitenta e oito cruzeiros) mensais, válido para todo território nacional.

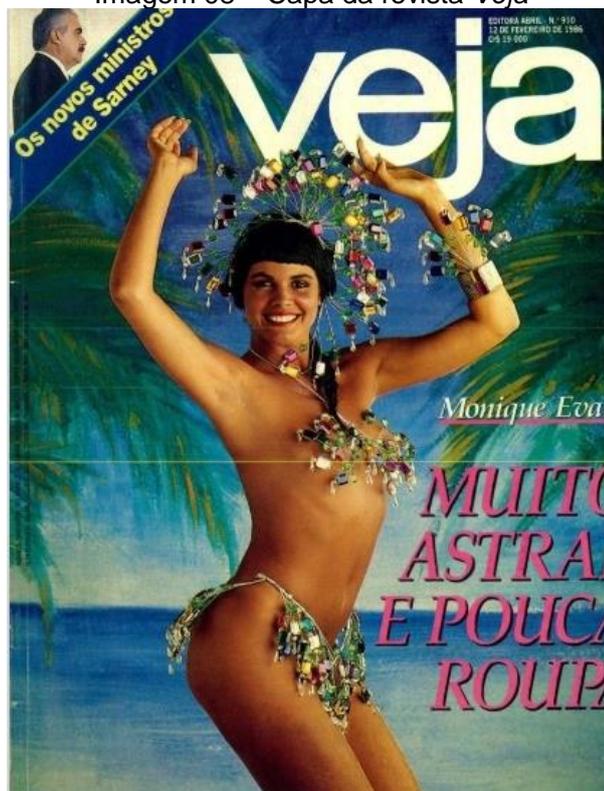
<sup>143</sup> Quando utilizo a palavra ativo, amparo-me ao conceito da contabilidade financeira, ou seja, por ativo, entende-se um bem ou um recurso que pode ser usado para produzir valor econômico, renda ou que pode ser convertido em dinheiro. Ver mais em: MARTINS, Eliseu; LUDÍCIBUS, Sérgio. **Contabilidade introdutória**. 12ª ed. São Paulo, Editora Atlas, 2019.

<sup>144</sup> *O corpo define sua aparência: o outro lado do visual*. Tradução nossa.

apresentação social coloca o ator sob olhar apreciativo do outro, por conta disso, é importante gerenciar da melhor maneira possível a aparência para obter melhores rendimentos, sejam eles profissionais e/ou financeiros. Portanto, o corpo é um objeto de constante preocupação, seja por conta do que veste, das suas curvas do corpo e dos traços do rosto. Também, existe a preocupação da manutenção e a valorização de uma boa aparência que demonstre bem-estar, isto é, juventude e saúde.<sup>145</sup> Assim, utilizar-se do próprio corpo como um recurso que requer o investimento de capital humano, tem como fim, torná-lo um ativo, obter vantagem e se posicionar à frente dos outros indivíduos.

Todavia, não são apenas os procedimentos cirúrgicos e estéticos que são apresentados por *Veja* como capital humano. Para tornar o próprio corpo um ativo, ainda será necessário outros elementos, alguns dos quais são apresentados na edição 910, de 12 de fevereiro de 1986 (Imagem 08).

Imagem 08 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 910, de 12 de fevereiro de 1986, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).<sup>146</sup>

<sup>145</sup> PAGÈS-DELON, M. **Le corp set sés apparences: L' envers du look**. Paris: L'Harmattan, 1989.

<sup>146</sup> Algumas das capas reproduzidas nesta tese estão cortadas na lateral direita. Entretanto, sempre que isto acontece, optamos por manter a imagem original, disponibilizada no acervo digital online da revista, no qual localizamos nossas fontes.

Na capa da presente edição, *Veja* traz uma fotografia da modelo brasileira Monique Evans, exibindo seu belo corpo jovem, forte, saudável e com medidas exuberantes conforme anuncia na reportagem: “1,75 metro de altura e 50 quilos de peso”.<sup>147</sup> Certamente, o padrão de corpo da modelo se encaixa no perfil dos corpos que interessam à revista, caso contrário, não estaria sendo veiculado com destaque em sua primeira página.

Vale lembrar que esta edição de *Veja* foi publicada na época da festa de Carnaval, deste modo, a manchete complementa a imagem da capa, relacionando o corpo fantasiado de Monique Evans com o seu alto astral e a pouca vestimenta. A fotografia escolhida pelo editor da revista busca destacar a sensualidade da modelo, explorando seu corpo como sua marca principal de seu sucesso. A presença de trajes pequenos e acessórios brilhantes complementam o destaque ao corpo, que tem o objetivo de chamar ainda mais a atenção do enunciatário. A fotografia explora a ótima condição estética corporal da modelo, a beleza e o seu uso como um aporte de capital humano que alavancou a carreira de Monique Evans, que otimizou seu corpo e o tornou um ativo que lhe gera prazer, satisfação, alto astral, qualidade de vida e bem-estar.

José Prado acentua que é um traço do jornalismo de revista trazer para as páginas dos periódicos os relatos e as imagens de personalidades de sucesso, no propósito de usá-las como peças de referência com seus leitores, no intuito de despertar sua consciência, motivá-las e desafiá-las a mudar seus hábitos e costumes, ao mesmo tempo, mostrar opções de como solucionar problemas e oferecer possibilidades de ação e reação, introduzindo elementos que produzem autoconfiança, autossatisfação e estabilidade em suas vidas. Muitas vezes, estes elementos mexem com a emoção e com o ânimo dos enunciatários. Por isso a importância em trazer a voz e a figura dos novos gurus, das celebridades, das pessoas públicas, das modelos, dos grandes esportistas e apresentá-los como representantes de um êxito social.<sup>148</sup>

O que está em jogo nessa capa é mostrar para os leitores de *Veja* que Monique Evans é detentora de um corpo otimizado, pois, de acordo com o periódico, é isso que

---

<sup>147</sup> VEJA, edição 910, de 12 de fevereiro de 1986, p. 40.

<sup>148</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 109 e seguintes.

lhe faz ser uma celebridade, uma modelo vitoriosa e de sucesso. Mas, só veicular sua foto na capa não basta, é importante que *Veja* mostre para seus leitores como Monique Evans construiu seu corpo. Essas informações se encontram no interior da revista, na reportagem de seis páginas, intitulada *Com Pique de Passista*, quando o periódico ressalta que o corpo da modelo foi construído e remodelado por procedimentos cirúrgicos e estéticos, por exemplo, “o bumbum e os culotes de Monique Evans foram torneados no ano passado a poder de lipoaspirações”. Já “os seios, por sua vez, aumentaram muito com aplicações de silicone”.<sup>149</sup> O restante do texto nos traz mais dois elementos importantes: (1) A prática de exercícios físicos e (2) Cuidados com a alimentação.

[...] durante o último mês, **Monique deixou de comer doces e massas, restringiu-se a filés grelhados e fatias de abacaxi e tomou alguns litros de limonada.** “Os ácidos queimam as gordurinhas”, diz. **Essas gordurinhas também foram combatidas em sessões diárias de musculação e com vigorosas braçadas na piscina** do clube Flamengo, no Rio de Janeiro.<sup>150</sup>

Como já explorado durante a discussão no primeiro item deste capítulo, a prática de esportes e exercícios físicos são apresentados por *Veja* como espécies de capital humano responsáveis por combater o *stress* profissional, construir corpos fortes, úteis e eficientes para o trabalho. No exemplo de Monique Evans, a prática de musculação e natação emergem nas páginas de *Veja* com outro propósito, ou seja, o de combater o excesso de gordura corporal, para que a modelo encaixe seu corpo dentro dos padrões estéticos aceitos. O trecho também menciona que a modelo adotou uma dieta alimentar e, em sintonia com a prática de exercícios físicos, ambos são destacados pela revista como os grandes responsáveis, durante um mês, pela otimização de seu corpo para o Carnaval.

Nota-se, que a comida deixa de ser pensada como sabor-prazer e passa a ser entendida em termos médicos e nutritivos. Assim como a realização de exercícios físicos, deixa de ser compreendido como uma prática esportiva, atividade saudável e de interação social, para ser considerado um instrumento para se alcançar uma boa forma física e estética. A meta é construir um corpo otimizado, que seja habilidoso,

---

<sup>149</sup> VEJA, edição 910, de 12 de fevereiro de 1986, p. 40.

<sup>150</sup> VEJA, edição 910, de 12 de fevereiro de 1986, p. 40, grifo nosso.

eficiente e demonstre bom desempenho e resultados. O que está em jogo é a edificação de um corpo que seja economicamente ativo. Por isso, tanto a comida, quanto os exercícios físicos passam a ser pensados cientificamente, como mecanismos e tecnologias disciplinares do biopoder, que buscam trazer melhorias para a vida dos indivíduos, no propósito de otimizar ao máximo seus corpos.

O ideal de corpo promovido por *Veja* é reduzido a aparência corporal, numa busca paradoxal pela satisfação pessoal, autonomia, eficiência e felicidade. Por isso, é preciso que os leitores fiquem atentos a qualquer alteração que tenha como alvo a superfície corporal. Os enunciados jornalísticos transformam o corpo em um objeto que é preciso ser vigiado constantemente para fins estéticos, portanto, é possível afirmar que existe nos discursos de *Veja* uma tentativa de governar os indivíduos por meio do estabelecimento de normas, controles e regulamentações do/para o corpo, isto é, um exercício de poder sobre a vida, que interfere em como os leitores devem pensar e conduzir seus corpos, tendo em vista que os enunciados jornalísticos da revista são conduções de condutas que constituem sujeitos, moldam e regulam as maneiras pelas quais eles conduzem sua existência, pois, atuam “sobre as minúcias da conduta humana”, transformando seus hábitos, valores e desejos.<sup>151</sup>

De acordo com Jeferson Bertolini, otimização dos corpos está relacionado com a conquista de bem-estar, que por sua vez, costuma ser o principal pretexto de quem se dedica com afinco ao controle da alimentação e a realização de atividades físicas. Mas, também, existe uma relação entre otimizar o corpo para alcançar melhorias e aperfeiçoamentos no que diz respeito a beleza e a estética corporal. Para o autor, as mulheres buscam construir um corpo focalizando glúteos durinho e coxas volumosas, enquanto os homens procuram desenvolver seus bíceps e desenhar seu peito e abdômen. Com o corpo em dia, agora é preciso mostrá-lo em trajes mínimos. As mulheres se olham em poses sensuais e os homens se olham em poses que remetem a virilidade.<sup>152</sup> É, justamente nesse sentido, que a beleza e a estética corporal podem ser entendidas como uma espécie de capital humano, pois, se manter e/ou se enquadrar dentro dos padrões estéticos estabelecidos numa sociedade em uma determinada época faz os indivíduos nunca deixarem de ser desejáveis sexualmente, trazem ganhos como a bem-estar, autoestima e felicidade. Todavia, nossa

---

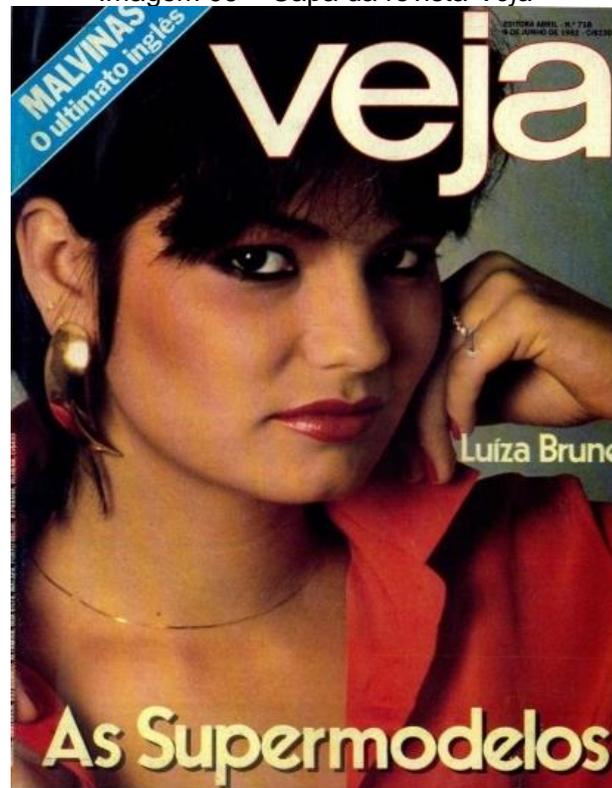
<sup>151</sup> ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs**, *op. cit.*, p. 95.

<sup>152</sup> BERTOLINI, Jeferson. **Biopoder e mídia**, *op. cit.*, p. 81.

investigação mostra que o corpo otimizado e veiculado por *Veja* vai muito além das satisfações pessoais, uma vez que o propósito deste corpo é ser transformado e utilizado como um ativo, como um diferencial competitivo que coloca indivíduos a frente de outros, e pode trazer ganhos em termos financeiros.

A exemplo do que foi mencionado, as supermodelos brasileiras estampadas nas capas de *Veja* vão ao encontro desta análise, e nos mostram como a obtenção e/ou manutenção da beleza corporal e estética transformaram seus corpos em ativos produtores de fluxos de renda. Observemos.

Imagem 09 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 718, de 09 de junho de 1982, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).<sup>153</sup>

A capa da edição 718, de 09 de junho de 1982 (Imagem 09), exhibe uma fotografia de Luíza Brunet, anunciada pela manchete como uma supermodelo. Em uma tentativa de entrelaçar uma conversa com seu enunciatário, *Veja* recorre à exploração da imagem da modelo. A fotografia de Luíza Brunet escolhida pelos editores da revista tem a intenção de aproximá-la aos leitores, passar a impressão de

<sup>153</sup> Algumas das capas reproduzidas nesta tese estão cortadas na lateral direita. Entretanto, sempre que isto acontece, optamos por manter a imagem original, disponibilizada no acervo digital online da revista, no qual localizamos nossas fontes.

que a modelo está disposta a iniciar uma conversa ou se apresentar para o enunciatário. É como se a revista colocasse seu leitor dentro do camarim da modelo, ou seja, em um lugar que só alguém muito importante ou muito íntimo de Luíza Brunet pode estar. Portanto, a capa transmite a sensação de que o leitor pode ter acesso a uma celebridade portadora de sucesso.

Na reportagem de seis páginas no interior da revista, intitulada *A Sagração da Beleza*, ressalta-se que naquele momento histórico Luíza Brunet era um ícone do mundo da moda no Brasil e no mundo, sendo comum a veiculação de suas fotos em revistas semanais, principalmente, nos periódicos do gênero da moda e das celebridades. A reportagem também cita Maria da Graça Meneguel, a Xuxa, outra modelo brasileira que disputa os cliques dos fotógrafos. De fato, as supermodelos possuem algo em comum, são “as mulheres que ganham a vida nas passarelas e nos estúdios fotográficos, sacrificam-se pela estética, mas são bem pagas e cada vez mais famosas”.<sup>154</sup> Na sequência da reportagem, nota-se a ênfase que *Veja* estabelece sobre o sacrifício estético realizado pelas supermodelos e, logo em seguida, menciona sua recompensa, isto é, os altos caches recebidos e a fama conquistada por cada trabalho realizado, cujo principal instrumento são seus corpos esteticamente perfeitos.

**Com 59 quilos harmoniosamente distribuídos por 1,75 metros de altura**, um rosto sereno e provocante que o Brasil inteiro conhece, a modelo fotográfica e manequim **Luíza Brunet é bela e famosa**. Além disso, leva para casa, aos 20 anos de idade, **um salário mensal de 1,4 milhão de cruzeiros, equivalente à renda de um executivo de grande empresa ou a duas vezes o que ganha o presidente João Figueiredo**. [...] A namorada de Pelé, Maria da Graça Meneguel, a Xuxa, **1 centímetro mais alta, 1 quilo mais magra e um ano mais nova** que Luíza Brunet, também **chegou ao sucesso e aos bons cachês com um corpo, para sua profissão, exuberante**. De **aparência ainda mais saudável** que Luíza, e com um estilo esportivo marcado pela pele bronzeada, coxas fortes e os cabelos presos ao alto como um espanador, **ela ganha 1,2 milhões de cruzeiros por mês**.<sup>155</sup>

No trecho recortado, nota-se que a reportagem cita minuciosamente as medidas dos corpos das supermodelos mencionadas, ou seja, o realce é por apresentar para o enunciatário a sua altura, o peso e a idade. Um detalhe que nos chama atenção neste trecho é que, segundo a revista, Xuxa dispõe de uma “aparência

---

<sup>154</sup> VEJA, edição 718, de 09 de junho de 1982, p. 57.

<sup>155</sup> VEJA, edição 718, de 09 de junho de 1982, p. 58, grifo nosso.

ainda mais saudável” que Lúiza Brunet e o motivo disso é o fato dela ser “1 centímetro mais alta, 1 quilo mais magra e um ano mais nova”, características que reforçam o estereótipo de corpo discursado por *Veja* e que deve ser veiculado para seus leitores.<sup>156</sup> Logo depois, a revista relaciona aos corpos das supermodelos a conquista do sucesso e fama, bem como os altos cachês recebidos, fazendo, inclusive, comparações com os salários de grandes executivos e, até mesmo, com o presidente da República.<sup>157</sup> O recorte da reportagem também reforça a nossa discussão iniciada nas páginas anteriores, tendo em vista que a construção e/ou manutenção da beleza corporal e estética é veiculada por *Veja* como espécies de capital humano, no propósito de extrair ao máximo a eficiência, a performance e a utilidade dos corpos, pois a finalidade é transformá-lo em um ativo produtor de fluxos de renda. Ou seja, a reportagem de *Veja* elege o que chamamos de imperativo da renda, como a ordem responsável por levar as mulheres a alcançarem qualidade de vida, bem-estar, felicidade, mas, sobretudo, o sucesso profissional e financeiro. De fato, isso fica evidente no momento em que o próprio trecho da reportagem confessa que o corpo é um ativo, ao dizer que “as modelos chegaram ao sucesso e aos bons cachês porque são detentoras de um corpo, para sua profissão, exuberante”.<sup>158</sup>

Aldo Ambrósio enfatiza que em uma governamentalidade neoliberal é no corpo dos indivíduos “que localizamos o empresariamento da vida”, isto é, para competir cada vez mais acirradamente os sujeitos devem tomar como princípio de constituição de si a “aplicação de um tipo de capital que é atualmente denominado de capital humano”. Assim, faz-se necessário um investimento em si mesmo para que a própria vida individual passe a ser percebida por cada sujeito como um tipo específico de capital que se “acumula na forma de uma melhor aptidão, de uma melhor capacidade, de uma melhor competência para se auferir no futuro uma determinada remuneração”.<sup>159</sup>

Seguindo a mesma linha de análise, Michel Foucault não compreende o neoliberalismo como uma ideologia, uma doutrina econômica ou como uma

---

<sup>156</sup> VEJA, edição 718, de 09 de junho de 1982, p. 58.

<sup>157</sup> Para uma base de comparação, o Decreto nº 87.139, de 29 de abril de 1982, fixou o salário mínimo em Cr\$ 16.608,00 (dezesesseis mil, seiscentos e oito cruzeiros) mensais, válido para todo território nacional.

<sup>158</sup> VEJA, edição 718, de 09 de junho de 1982, p. 58.

<sup>159</sup> AMBRÓSIO, Aldo. **Empresariamento da vida**: a função do discurso gerencialista nos processos de subjetivação inerentes à governamentalidade neoliberal. Curitiba, Appris, 2018, p. 161.

representação de mundo, mas como uma racionalidade, uma governamentalidade que constitui os indivíduos em suas atividades e experiências cotidianas. Para Michel Foucault, a governamentalidade neoliberal constitui um novo indivíduo, uma vez que esta racionalidade provoca alterações em sua forma de viver. A principal alteração é que o indivíduo deve conduzir sua vida como uma empresa. Agora, deve se tornar empreendedor de si mesmo, o que significa, na prática, ser ativo, enérgico, autônomo, flexível, ter iniciativa, ambição, responsabilidade, saber calcular e se expor aos riscos. Este novo indivíduo que é efeito da governamentalidade neoliberal deve procurar maximizar seu próprio capital e administrá-lo como um projeto duradouro, deve usá-lo para construir sua própria renda, projetar seu futuro e buscar se moldar conforme aquilo que deseja se tornar. O empreendedorismo de si personifica a vida social dos sujeitos, que agora são compreendidos e governados por meio de uma configuração particular de empresa, sendo o responsável por seu próprio sucesso econômico.<sup>160</sup>

Retornando os trechos de *Veja* em análise, é importante pensarmos sobre a sistematicidade dos corpos no âmbito do biopoder, pois existem codificações que nós mesmos construímos e valores que atribuímos a um determinado modelo de corpo. No exemplo das supermodelos Luíza Brunet e Maria da Graça Meneguel, a Xuxa, isso recai sobre seus gestos, suas expressões faciais, seus traços, suas medidas e as funções que estes corpos expressam e desempenham. Com efeito, o que está em jogo nesta reportagem de capa é fazer os leitores entenderem que o investimento sobre o corpo requer sacrifícios, porém, futuramente ele trará benefícios, neste caso, a fama, o sucesso profissional e financeiro. Esta é a razão pela qual é possível afirmar que as supermodelos são discursadas por *Veja* por meio da lógica do *homo oeconomicus*, pois elas se tornam empresárias de si mesmas para administrar e potencializar seus corpos que são suas fontes de rendimentos.<sup>161</sup> Dessa forma, as supermodelos emergem nas reportagens de capa de *Veja* como exemplos de mulheres portadoras de sucesso. Elas são autônomas, empreendedoras e seus corpos são seus ativos que produzem fluxos de renda, pois seguem este imperativo que funciona como uma empresa que busca por lucro constante. Afinal, “não devemos esquecer de que essas técnicas de gestão de si visam a uma transformação de toda

---

<sup>160</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 247 e seguintes.

<sup>161</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 275 e seguintes.

a pessoa, em todos os domínios da vida”, tornando-se, potenciais “recursos indiretos para a empresa”.<sup>162</sup>

De acordo com Le Breton, os padrões de beleza estética do corpo, sua performance e eficiência se inseriram no ideal de bem-estar e qualidade de vida que surgiu nos anos de 1960, no Ocidente. A partir de então, passou-se a cuidar do corpo como nunca antes visto, tendo como finalidade extrair ao máximo sua beleza, produtividade e utilidade. Portanto, o corpo se tornou um objeto que deve ser admirado e, ao mesmo tempo, uma máquina que precisa ser gerenciada pelo próprio indivíduo, pois, agora, necessita de manutenções periódicas para manter todas as suas peças em boas condições de funcionamento.<sup>163</sup>

Nas décadas seguintes, com a emergência da governamentalidade neoliberal, o corpo passa a ser administrado como um ativo, ou seja, um bem material, um recurso que deve ser utilizado para produzir valor econômico e renda. Entretanto, nem todo corpo pode ser entendido como um ativo financeiro. Nossa investigação permite compreender que, para a revista *Veja*, obter um corpo belo, aquele que pode ser convertido e materializado em um ativo produtor de renda, significa se enquadrar em certos padrões estéticos de beleza. Como vimos nas reportagens de capa de *Veja* até aqui, é preciso esconder as marcas da velhice, atuando para se manter sempre jovem e possuir um corpo atraente, com traços delicados e ao mesmo tempo sensuais, além de se enquadrar dentro da medida e peso que demonstre uma boa forma física. É este o corpo que importa, o corpo magro, jovem e que aparenta ser saudável, é ele que deve ser exposto e desejado pelos leitores nas reportagens de capa da revista.

Em contrapartida, existem os corpos que são ignorados pelas páginas de *Veja*, isto é, os corpos velhos, obesos e com deficiências físicas. Estes corpos não importam, pois mostram suas incapacidades, suas marcas do tempo e fraquezas, por conta disso, não agregam valor, não merecem ganhar visibilidade. Vale lembrar que no âmbito do biopoder, o corpo é um objeto que não admite falhas e os que venham a colapsar devem ser silenciados, uma vez que não podem se materializar em capital financeiro e perturbam a regularidade da comunicação que busca promover determinados padrões de corpo como referência de qualidade de vida, bem-estar e sucesso. Le Breton chama este modelo de corpo de estrangeiro, pois ele gera

---

<sup>162</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**, *op. cit.*, p. 345.

<sup>163</sup> LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**, *op. cit.*, p. 09 e seguintes.

contestação no meio social e cria uma desordem na segurança ontológica que garante a ordem simbólica do padrão de corpo aceito na sociedade.<sup>164</sup>

Dando sequência na investigação, encontramos outras reportagens de capa de *Veja* que destacam a performance, a utilidade e a eficiência dos corpos, ou seja, passam a ser discursados pela lógica do *homo oeconomicus*. Observemos a capa da edição 1015, de 17 de fevereiro de 1988 (Imagem 10).

Imagem 10 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 1015, de 17 de fevereiro de 1988, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da edição mencionada traz uma fotografia da modelo brasileira Luma de Oliveira enfatizando seu corpo esteticamente belo, magro e jovem, fotografado durante o desfile de Carnaval, no Rio de Janeiro, no ano de 1988. Por meio do uso das lentes, a máquina fotográfica enquadra em pouca distância o corpo da modelo, ao ponto de parecer que ela está realizando aquela pose para o leitor, com intermédio da revista. O propósito do *close* em Luma é para mostrar de perto a sua força da beleza, tal como anunciado na manchete, pois este é o motivo da modelo ser um dos destaques do Carnaval carioca daquele ano, bem como, uma mulher de sucesso.

<sup>164</sup> LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*, *op. cit.*, p. 50 e 51.

Eduardo Barros ressalta que não ilustram nas capas da revista *Veja* histórias e pessoas comuns, pois uma das características deste periódico é veicular na primeira página fotografias de celebridades e personagens notórios, oriundos de universos importantes, como da política, economia e cultura popular e que já atingiram relevantes patamares na agenda midiática.<sup>165</sup>

A beleza da modelo também é mencionada quando olhamos para dentro da revista. Na reportagem principal, intitulada *O Encanto na Avenida*, de seis páginas, *Veja* descreve as características de seu corpo e seus rendimentos recebidos por seus trabalhos enquanto modelo fotográfica. Observemos.

Com **1,75 metro de altura, 54 quilos de peso, 62 centímetros de cintura, 90 de quadril e 89 de busto**, Luma também é tremendamente fotogênica. [...] **Para cada trabalho, que costuma durar de 2 a 4 horas, Luma cobra hoje 250 000 cruzados**. Em dezembro, ela esteve em Hong Kong, onde obteve o primeiro lugar num concurso de beleza organizado pela revista *Playboy*, na forma de um troféu e **um cheque de 30 000 dólares**. [...] Às 9 horas da noite de sexta-feira, dia 05, ela desembarcou sozinha no aeroporto de Porto Alegre, dali, saiu à 1 hora da manhã, em direção ao Clube Sogipa e a **mais um cachê de 250 000 cruzados**.<sup>166</sup>

Nota-se que no trecho recortado da reportagem, *Veja* se apropria da mesma estratégia discursiva já utilizada na edição 718, de 09 de junho de 1982 (Imagem 09), sobre Luíza Brunet, para citar as medidas corporais da modelo e, em seguida, destacar seu sucesso profissional oriundo de seu corpo, que lhe recompensa com ótimos rendimentos financeiros.<sup>167</sup> Outro ponto importante neste recorte é a ênfase que *Veja* estabelece sobre a rotina profissional de Luma de Oliveira, ou seja, a de uma modelo que possui a agenda cheia de compromissos e que para dar conta deste cotidiano agitado é necessário ser flexível, autônoma, estar sempre apta para a realização de novos trabalhos e ser detentora de um corpo incansável, que muito se parece com uma máquina de ganhar dinheiro.

Os trechos destacados nas reportagens das edições 718, de 09 de junho de 1982 (Imagem 09) e 1015, de 17 de fevereiro de 1988 (Imagem 10), de *Veja*, vão além de um simples discurso sobre personalidades famosas que construíram corpos que

<sup>165</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***, *op. cit.*, p. 42.

<sup>166</sup> VEJA, edição 1015, de 17 de fevereiro de 1988, p. 45 e 46, grifo nosso.

<sup>167</sup> Para uma base de comparação, o Decreto nº 95.686, de 29 de janeiro de 1988, fixou o salário mínimo em Cz\$ 5.280,00 (cinco mil, duzentos e oitenta cruzados) mensais, válido para todo território nacional.

merecem ser observados, fotografados e cultuados. Em primeiro plano, o propósito da revista é conduzir seu enunciatório a acreditar que estas celebridades portadoras de sucesso gozam de uma ótima qualidade de vida, satisfações pessoais, saúde, felicidade, autoestima e bem-estar, visto que seus corpos foram enquadrados dentro de um padrão estético aceito pela sociedade e, por este motivo, são valorizados, desejáveis e expostos nas capas de *Veja*. Contudo, a apresentação destes corpos tem como objetivo mostrar para os leitores que o corpo se transformou em um objeto que necessita ser governado, cuja administração deve ser constantemente otimizada, melhorada, calculada, uma vez que sua finalidade é torná-lo um ativo produtor de renda. Ai a necessidade de expor para os leitores os rendimentos financeiros conquistados pelas supermodelos, exaltá-los e compará-los aos ganhos de empresários e políticos, pois essa é a métrica utilizada por *Veja* para medir o tamanho do sucesso destas celebridades e, ao mesmo tempo, guiar seus leitores para que adotem em suas vidas um imperativo que preze por renda.

Todavia, é preciso deixar evidente para os leitores que as conquistas, as premiações, o sucesso e os rendimentos financeiros recebidos são méritos próprios, isto é, uma conquista individual e não coletiva.

**Luma não costuma abrir mão de seus próprios méritos.** É o que faz quando analisa o primeiro lugar no concurso de beleza que ganhou em Hong Kong [...] “Começaram a falar por aqui que o Brasil havia vencido em Hong Kong”, diz. “Só que o Brasil não ganhou coisa nenhuma. **Quem ganhou fui eu**, que desfilei para um júri que gostou de mim. **Os méritos são todos meus**”.<sup>168</sup>

Ao ressaltar o sucesso profissional como um mérito exclusivamente de Luma, *Veja* também transmite para seus leitores uma crença na individualidade e na livre iniciativa como o único caminho possível para que os sujeitos alcancem o sucesso. O perfil da modelo combina com o retrato neoliberal do indivíduo empreendedor, autogerido, flexível, resiliente e autodeterminado que prospera por seus próprios esforços, diante de um ambiente competitivo e, muitas vezes, instável.

Eduardo Barros argumenta que o modelo de sucesso da segunda metade do século passado, mais precisamente após a década de 1970, baseia-se, principalmente, pela racionalidade neoliberal, sendo por essa ótica que revistas

---

<sup>168</sup> VEJA, edição 1015, de 17 de fevereiro de 1988, p. 50, grifo nosso.

semanais, como *Veja*, forjam suas capas, escrevem suas reportagens e tiram conclusões a respeito dos diferentes fatos ocorridos. Assim, ao ler a revista, o leitor encontra um simulacro do mundo do sucesso, pois se depara com a apresentação das figuras de sucesso que ele deve perseguir. Ainda de acordo com o autor, revistas como a *Veja*, por exemplo, orientam o leitor da classe média, indicam modos, conduzem seus comportamentos conforme a agenda temática de aprendizado e uma cartilha de formação que está intimamente ligada ao neoliberalismo.<sup>169</sup> No exemplo das reportagens de capa que trouxemos sobre as modelos Luíza Brunet e Luma de Oliveira, estas celebridades emergem nas páginas de *Veja* como ícones, portadoras de sucesso que “expressam através da imagem não um desejo de ser, mas de estar e de ter”.<sup>170</sup> São referências midiáticas de identificação, pois os leitores não querem ser exatamente como as modelos, mas querem estar numa posição como a delas, sentirem-se como elas, ter seus rendimentos financeiros, a capacidade de poder de consumo e a estabilidade de vida que elas aparentam ter.

Discursar as modelos por meio da ótica neoliberal, nada mais é do que seguir a lógica do *homo oeconomicus*, visto que as mulheres veiculadas nas reportagens de capa de *Veja* devem possuir corpos conforme o padrão estético que se espera na sociedade, por isso os procedimentos cirúrgicos e estéticos são apresentados como espécies de capital humano, que se bem aplicado e administrado por estas mulheres, podem tornar seus corpos em ativos produtores de fluxos de renda e, conseqüentemente, as conduzirem a alcançar a fama, o sucesso pessoal e profissional. Nota-se, que a construção deste corpo está associada ao que chamamos de imperativo da renda, ou seja, é sob a luz desta ordem que as mulheres devem conduzir seus corpos e maximizarem seu capital humano como um diferencial competitivo. No meio deste percurso, os enunciados jornalísticos de *Veja* privilegiam a livre iniciativa, a autonomia, a determinação e a individualidade, pois, agora, estas mulheres são empresárias de si mesmas e precisam entender que seus corpos devem ser governados como empresas, pois são instrumentos que lhes geram renda e, por este motivo, necessitam de um bom gerenciamento e de manutenções periódicas. Contudo, como enfatiza Ariane Pereira, a governamentalidade neoliberal faz os indivíduos “acreditarem que agem espontaneamente” e que “fazem suas escolhas

---

<sup>169</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***, *op. cit.*, p. 54 e seguintes.

<sup>170</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***, *op. cit.*, p. 30.

livremente”, mas, na verdade, suas condutas estão sendo guiadas a partir de uma perspectiva neoliberal do que é o sujeito e de como estes sujeitos devem se comportar.<sup>171</sup>

O conceito de governo desenvolvido por Michel Foucault pode ser utilmente empregado para analisarmos como a revista *Veja* busca gerenciar, modelar e regular as atividades econômicas e sociais dos indivíduos. É, também, a governamentalidade que indica de que modo a racionalidade neoliberal funciona como uma política de verdade em sua época, ao produzir formas de saber e “o exercício de poder que consiste no ato de conduzir os outros”.<sup>172</sup> Estas conduções são notáveis no momento em que o periódico mostra seu propósito de governar seus leitores por meio da construção de um tipo de autonomia regulada por atores sociais, a exemplo das supermodelos e celebridades, e interpretar os aspectos vitoriosos e de sucesso em suas vidas como resultados de escolhas feitas por elas mesmas, ou seja, elas escolheram vencer. Nota-se, portanto, a positividade do biopoder presente nas páginas de *Veja* como uma estratégia para reconfigurar os indivíduos, obedecendo uma lógica econômica, o imperativo da renda.

Todavia, uma última inquietação ainda persiste. Por que as mulheres precisam instrumentalizar seus corpos como ativos? Segundo Eduardo Barros, ao final da Segunda Guerra Mundial, a mulher passa a ser compreendida como adicional de fonte de renda e consumo, além da constatação de que o Estado é incapaz de sustentar a nação em momentos de crise. Este cenário propicia o início de uma era individual baseada na teoria econômica liberal. Agora, toda a família trabalha em busca de ascensão social. Não é mais viável para a economia que somente uma pessoa (o pai) centralize a arrecadação de toda uma família, pois isso enfraquece o ganho per capita. A ideia agora é que todos trabalhem, tenham o próprio dinheiro e sonhos em que gastar, pois o núcleo familiar passa a girar em torno da capacidade de consumo.<sup>173</sup> A análise de Eduardo Barros contribui para o entendimento dos discursos de *Veja*, que por meio de suas reportagens de capa, mostra sua identificação com os princípios da teoria econômica do liberalismo, uma vez que a revista valoriza a individualidade, a

---

<sup>171</sup> PEREIRA, Ariane Carla. **Ser mãe é...**, *op. cit.*, p. 130.

<sup>172</sup> FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos IX** – Genealogia da ética, subjetividade e sexualidade. Trad. Abner Chiquieri. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014, p. 133.

<sup>173</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***, *op. cit.*, p. 22 e seguintes.

livre iniciativa, os méritos e a capacidade de conseguir produzir fluxos de renda pela instrumentalização dos corpos.

A problematização feita sobre os corpos das mulheres está relacionada à obtenção e à conquista de corpos que possuam tamanhos e medidas corretas, que necessita de cuidados na alimentação e de procedimentos cirúrgicos e estéticos. Portanto, estes corpos precisam de disciplinas para que possam ser melhor governados, ou seja, para serem cada vez mais otimizados, potencializados e aperfeiçoados pelos indivíduos. Pode-se dizer que as reportagens de capa de *Veja* reproduzem e reforçam a teoria do capital humano, na medida em que responsabilizam e conduzem os leitores a reconhecerem que possuir o corpo discursado pelo periódico pode ser um ótimo investimento para suas vidas. É necessário que os leitores passem a acreditar que, se investirem em seus corpos, terão algum tipo de retorno financeiro no futuro. É dentro deste contexto que o culto ao corpo passa a ser considerado um investimento que pode colocar mulheres frente a outras mulheres e, à frente dos homens, na medida em que passam a conquistar e ocupar o espaço público.

Quando se separaram os espaços, define-se quem tem o direito de frequentá-los e, em consequência disso, marcam-se as divisões do trabalho, as funções e as práticas cotidianas. Considerando questões como estas, Joan Scott compreende a questão do gênero como uma categoria de análise que nos permite identificar como o gênero funciona nas relações sociais e, como ele dá sentido à organização do espaço e das práticas. Gênero, para a autora, não pode ser entendido como sinônimo de mulher(es), mas como uma maneira de indicar as construções sociais e as criações culturais dos papéis masculinos e femininos dentro do processo histórico.<sup>174</sup>

Até aqui, as nossas análises denunciam a existência de um grau de divergência na promoção e na idealização de concepções sobre como os corpos dos homens e das mulheres devem ser governados. Como vimos nas análises do primeiro item do capítulo, o biopoder recai sobre os homens por meio de disciplinas, como a prática de esportes e exercícios físicos apresentados por *Veja* como uma espécie de capital humano essencial para que possam enfrentar o *stress* profissional, obter a energia necessária para encarar a rotina de trabalho, para que sejam cada vez mais

---

<sup>174</sup> SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. **Gênero e a política da história**. Trad. Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. New York, Columbia University Press, 1989.

competitivos e, em consequência disso, mais produtivos, úteis e eficientes. Por outro lado, a positividade do biopoder sobre as mulheres está atrelada a procedimentos médico-cirúrgicos, estéticos e farmacológicos, pois o objetivo para seus corpos é enquadrá-los dentro de um determinado padrão de beleza. Por esta razão, é preciso otimizá-los ao máximo para que se tornem um ativo, uma fonte de rendimentos financeiros.

De fato, o investimento em capital humano é diferente entre homens e mulheres, bem como seu vínculo e suas ações do/com os corpos, alterando, assim, suas relações e vivências no espaço público.<sup>175</sup> A semelhança fica por conta de que, ao fim, os efeitos da produção discursiva de *Veja* está associada à sua pretensão de governar a vida de seus leitores por meio da lógica do *homo oeconomicus*, rumo ao sucesso pessoal e profissional. Mas, para isso, o capital humano deverá ser, para ambos, bem gerenciado, aprimorado, moldado e alvo de manutenções periódicas para que seus corpos não deixem de ser bons ativos. A outra semelhança é a questão da subjetividade, pois a todo momento *Veja* busca mostrar para seus leitores quais são os caminhos, as dicas, os manuais, as performances, bem como, quem são as grandes celebridades vitoriosas que melhor gerenciam seus corpos e, por esta razão, alcançaram o sucesso.<sup>176</sup>

Segundo André Silva, as reportagens de capa da revista *Veja* se apresentam como “vontades de verdade, como um dispositivo autorizado a falar, forjar personagens e organizar narrativas”.<sup>177</sup> É deste modo que o periódico lança seu discurso objetivador sobre seus leitores. Essas ações buscam conduzir condutas, induzir a um pensamento, no qual *Veja* possui interesse. As subjetivações seriam os resultados, como os indivíduos se reconhecem, tendo em vista que são as condições de possibilidade de um dado momento histórico que criam tal prática. A condução de condutas só é possível graças a construção de um modelo jornalístico no qual *Veja* se mostra comprometida com seu leitor, assim como os modos de objetivação e

---

<sup>175</sup> Discutir e problematizar a temática de gênero nos veículos de comunicação, embora seja de extrema relevância e, muitas vezes, carente de análises, não está entre os objetivos desta tese. Por este motivo, o aprofundamento desta discussão é uma opção a ser explorada em trabalhos futuros. Como leitura prévia sobre o tema, recomendamos: MOREIRA, Rosemeri; CAMARGO, Hertz Wendel de; KLANOVICZ, Luciana. R. F (Orgs.). **O gênero e os meios: imprensa, televisão e cinema**. Londrina: Syntagma, 2014.

<sup>176</sup> Todas as capas utilizadas neste tópico podem ser consultadas em: Apêndice 3 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Corpos que produzem fluxos de renda, p. 225.

<sup>177</sup> SILVA, André Luís A. **Quando História e Jornalismo se encontram**, *op. cit.*, p. 112.

subjetivação não são independentes uns dos outros, são simultâneos. Trata-se de um processo em que um necessita do outro, caracterizando-se como mútuo, pois se desenvolve entre pessoas, ou grupos de pessoas. Por isso, é uma característica das reportagens analisadas a presença de um diálogo que aproxima, ao mesmo tempo, a revista, os leitores e as personalidades famosas que são veiculadas nas reportagens de capa.

A subjetivação em *Veja* se faz presente no momento em que ela produz, reproduz e faz circular seus saberes dentro da sociedade e, assim, acaba fazendo parte deste amplo processo de constituição, construção e transformação dos indivíduos. Michel Foucault, salienta que os processos de subjetivação são as relações, os procedimentos e as técnicas pelas quais são elaborados, “os exercícios pelos quais o próprio sujeito se constitui” como objeto de conhecimento, tais práticas são parte do processo de tornar-se sujeito, bem como, permitem ao indivíduo transformar o próprio ser.<sup>178</sup> Segundo José Prado, a revista *Veja* está inscrita em uma relação de poder e ligada a uma configuração de saber. Ela se caracteriza como um jornalismo performativo que convoca seus leitores, governa, disciplina, orienta, controla, normatiza, pois se “propõem a capacitar o leitor em um campo e modalizá-lo para ser o melhor, para sentir-se bem, bem adaptado ao mundo”. Com efeito, o autor nos alerta que o modelo de jornalismo praticado por *Veja* desenvolve nos sujeitos um novo estilo de vida marcado pelo consumo, pela individualização e competitividade, pela máxima utilidade e sacralidade estética, pois seus serviços prestados ajudam os leitores a parecerem o que desejam ser e, a terem o que gostariam de ter.<sup>179</sup> Douglas Voks alerta que ainda existe o perigo da alienação do enunciatário, uma vez que esta prática de jornalismo induz ao consumo de produtos ou serviços que o sujeito não precisa, simplifica e/ou minimiza problemas e produz autoestima e esperança em abundância que faz os leitores se desconectarem da realidade, criando uma falsa identidade de que o indivíduo pertence a um determinado grupo social, geralmente de poder econômico elevado.<sup>180</sup>

---

<sup>178</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade II: o uso dos prazeres**. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. 8ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998, p. 30.

<sup>179</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 60.

<sup>180</sup> VOKS, Douglas Josiel. Propagandas na *Veja*: construindo uma “nova” classe média (década de 1970), *op. cit.*, p. 195 – 209.

De fato, não há problema algum em realizar procedimentos estéticos e cirúrgicos, utilizar produtos farmacológicos e seguir dietas alimentares tendo como propósito renovar a aparência, sentir-se mais bonito(a), cuidar da saúde e aumentar a autoestima, desde que sejam acompanhados por profissionais responsáveis por cada uma destas áreas. Contudo, nosso alerta é sobre os possíveis efeitos discursivos, ou seja, entender estas práticas como espécies de capital humano e transformar o próprio corpo em um ativo produtor de fluxos de renda. Neste sentido, o consumo de produtos e serviços como os citados, de forma indiscriminada, pode ser perigoso para a vida humana. Como argumenta Paula Sibilia, referindo-se às “técnicas que visam o aperfeiçoamento corporal”, estas quando usadas de forma “fervorosa” podem “chegar a ser fatais”. A pesquisadora cita como exemplo as “complicações graves em cirurgias plásticas” e as “mortes provocadas pelo uso das mais diversas técnicas cosméticas”, como as “substâncias tóxicas para alisar os cabelos”, as “queimaduras decorrentes da depilação a laser” e a “anorexia”, causada pela busca de um corpo magro a qualquer custo.<sup>181</sup>

Nos encaminhamos para o final deste primeiro capítulo e, novamente, reforçamos nosso entendimento de que a revista *Veja* funciona como um dispositivo do biopoder, pois na medida em que o periódico busca governar, disciplinar, moldar e indicar condutas aos corpos dos leitores, ela assume o papel de vigilante, de quem emite alertas, normas e regularizações que acabam por exercer poder sobre seu enunciário. *Veja* opera de forma semelhante a como, segundo Michel Foucault, funciona a prisão, os hospitais e os quartéis militares. São instituições disciplinares, em razão de que estes espaços marcam os corpos dos sujeitos por meio das relações de saber-poder.<sup>182</sup> Deste modo, o jornalismo de revista praticado por *Veja* é, de fato, concebido como um poderoso instrumento de exercício de poder sobre a vida de seus leitores.

Ao guiar a conduta dos indivíduos por meio do gerenciamento de seus corpos, de certa maneira, *Veja* também acaba interferindo em como estes sujeitos forjam novos pensamentos sobre si mesmos, desenvolvem sentimentos e trabalham com sua mente. Portanto, em complemento às análises que compõem este primeiro eixo

---

<sup>181</sup> SIBILIA, Paula. Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma, *op. cit.*, p. 199 e 200.

<sup>182</sup> FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**, *op. cit.*, p. 133 – 219.

do trabalho, no próximo capítulo, vamos discutir como a revista *Veja*, por meio da atuação do biopoder presente em suas reportagens de capa, busca gerenciar a interioridade dos leitores, ou seja, o foco agora é para que obtenham novos conhecimentos e habilidades cognitivas, felicidade e autoestima constante e para que administrem da melhor maneira possível suas emoções, no propósito de se tornarem indivíduos economicamente ativos.

## CAPÍTULO II

**O gerenciamento da interioridade**

---

O presente capítulo realiza uma investigação sobre novos mecanismos e técnicas do biopoder lançadas sobre os indivíduos, que tem como propósito gerenciar sua interioridade, isto é, a forma como os leitores desenvolvem sua individualidade, agem, sentem e tomam decisões em suas vidas. Nesse sentido, o conjunto de reportagens de capa que selecionamos nos mostra que há uma regularidade nas publicações da revista *Veja* que enfatiza a importância de que os leitores obtenham novos conhecimentos e habilidades cognitivas, para que gerenciem melhor suas emoções, sejam indivíduos autônomos e busquem por autoestima e felicidade constante em seu cotidiano. É por meio deste capital humano que os leitores podem se posicionar à frente de outros, alcançar o sucesso, a satisfação por conquistarem os melhores empregos, os salários mais altos, a fama, as vitórias e as realizações pessoais e profissionais, constituindo os processos de subjetivação que chamamos de imperativo do conhecimento e imperativo da vida empresarial, uma vez que *Veja* faz questão de enfatizar para seus leitores os comportamentos, as decisões e os caminhos percorridos pelas celebridades que já alcançaram o topo e, agora, tornaram-se suas principais referências de sucesso.

## 2.1 Novos conhecimentos e novas habilidades

O historiador Michel de Certeau nos lembra que os discursos, enunciados e relatos podem organizar, delimitar e construir lugares, selecionar, reunir e elaborar percursos e espaços e, através de seus enunciados jornalísticos, os periódicos são instrumentos que interferem na construção de regiões, por exemplo: o Brasil e o mundo. Conforme o autor, os estudos historiográficos sobre o cotidiano possibilitam uma nova reflexão a respeito do campo da mídia, como ela contribui para construir/desconstruir identidades, imagens e discursos, forjando, assim, o nosso espaço de sociabilidade e, também, o próprio cotidiano.<sup>183</sup>

Neste sentido, a discussão realizada no capítulo anterior nos mostrou como a produção discursiva da revista *Veja* busca governar a vida dos indivíduos por meio da condução de condutas, ou seja, as análises nos mostraram como o periódico atua no processo de constituição e manutenção do corpo de seus leitores, em seus hábitos, costumes, comportamentos e práticas sociais, que operam na formação do modo de vida dos sujeitos, bem como, em sua perspectiva e consciência histórica. Ainda neste primeiro capítulo, nosso olhar focou no exercício de determinadas tecnologias de biopoder empregadas pela revista *Veja* e, de fato, como o periódico se configura numa espécie de dispositivo disciplinar que busca otimizar ao máximo os corpos dos indivíduos por meio da difusão de disciplinas, da promoção de determinadas concepções de capital humano para seus leitores, e da indicação de caminhos, com dicas e receitas de inúmeras personalidades famosas e portadoras de sucesso.

A análise realizada até o momento, nos permite mapear uma regularidade discursiva nas publicações de reportagens de capa da revista *Veja* que buscam conduzir a vida de seus leitores, guiando-os sobre como devem cuidar e intervir em seus próprios corpos. Vimos, também, que estes enunciados estão ligados à racionalidade neoliberal, na medida em que assinalam a importância da obtenção de capital humano por meio de uma série de técnicas e mecanismos disciplinares que buscam otimizar os corpos dos indivíduos, com o propósito de torná-los cada vez mais úteis, produtivos e eficientes no mercado de trabalho, tal como corpos que devem ser gerenciados como ativos geradores de fluxos de renda. Todavia, forjar um modelo de corpo que se enquadre no padrão estético de sua época, isto é, um corpo forte, bonito e jovem, significa, de acordo com nossas análises, adquirir capital humano, pois é ele

---

<sup>183</sup> CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**, *op. cit.*, p. 182 e seguintes.

o responsável por posicionar os indivíduos frente aos outros e, conseqüentemente, levá-los ao sucesso profissional e financeiro, uma vez que, segundo a racionalidade neoliberal, cada indivíduo deve ser um empresário de si mesmo, cada indivíduo deve ser bem sucedido na competição contra todos os outros.

Ainda assim, as inquietações insistem em se manifestar, tendo em vista que a obtenção de capital humano parece não estar somente atrelado com a otimização da performance física dos indivíduos, mas encontra-se vinculado à configuração da sua interioridade. Para Michel Foucault, a “interioridade é uma forma de relação do indivíduo consigo mesmo”, é a “maneira pela qual ele garante sua própria liberdade no que diz respeito aos seus desejos”.<sup>184</sup> Segundo o autor, ao longo da modernidade a interioridade passou a ser considerada um lugar precioso do ser, um espaço íntimo e profundo que guardava os pensamentos, os sentimentos, as emoções e a sabedoria, que devem ser concebidos como parte de um jogo de criação, modelagem e instrumento de constituição dos sujeitos.<sup>185</sup>

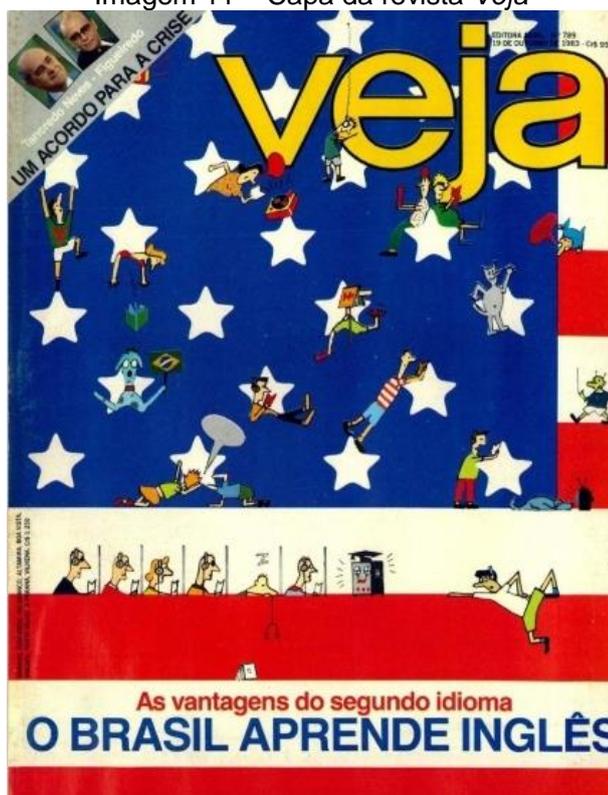
Por esta razão, nossa inquietação neste primeiro momento é encontrar respostas sobre como a revista *Veja*, através da veiculação de suas reportagens de capa, periodicamente, apresenta para seus leitores a importância de adquirirem, manterem e acumularem novos conhecimentos, competências, habilidades cognitivas e intelectuais, como parte de um movimento de constituição de subjetividades. Neste sentido, a revista *Veja* corrobora com Steven Pinker, que enfatiza a importância e a necessidade do desenvolvimento pessoal e profissional, a exemplo da capacidade de estudar, de aprender novas habilidades e aprofundar conhecimentos.<sup>186</sup> Como ponto de partida, observemos a edição 789, de 19 de outubro de 1983 (Imagem 11).

---

<sup>184</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade II**, *op. cit.*, p. 74 e seguintes.

<sup>185</sup> FOUCAULT, Michel. **A hermenêutica do sujeito**: curso dado no Collège de France (1981 – 1982). Trad. Márcio Alves da Fonseca e Salma Tannus Muchail. 2ª ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2006, p. 3 – 54.

<sup>186</sup> PINKER, Steven. **Como a mente funciona**. Trad. Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

Imagem 11 – Capa da revista *Veja*

Fonte: VEJA, edição 789, de 19 de outubro de 1983, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

Na capa da edição mencionada de *Veja* é veiculada a ilustração de uma parte da bandeira dos Estados Unidos, como pano de fundo e, dentro dela, algumas pessoas são retratadas, possivelmente, aprendendo a língua inglesa de inúmeras formas: ouvindo música, assistindo programas de televisão, lendo dicionários e realizando pequenos diálogos. A manchete da capa destaca que os brasileiros estão aprendendo a nova língua, ao mesmo tempo em que a linha fina convida o enunciário a ler a reportagem no interior da revista, para, então, descobrir quais são as vantagens deste segundo idioma. A seguir, o trecho recortado da reportagem nos traz a resposta.

Decididos a aprender seu segundo idioma e **melhorar o seu futuro profissional**, milhares de brasileiros ingressam em cursos de inglês. [...] todos convencidos de que, **aprendendo inglês, não só melhorarão sua bagagem cultural como terão chances de subir na vida**. [...] No Brasil, a progressiva rendição dos nativos aos encantos do inglês é favorecida pela **certeza de que conhecer esse idioma conta pontos decisivos na luta por bons empregos – um trunfo sensivelmente valorizado**.<sup>187</sup>

<sup>187</sup> VEJA, edição 789, de 19 de outubro de 1983, p. 72 – 74, grifo nosso.

Intitulada *O Brasil Speaks English*,<sup>188</sup> a reportagem de seis páginas evidencia como a procura por cursos de inglês “aumentou oito vezes no último ano”, pois, no Brasil, as pessoas já perceberam “a real necessidade do aprendizado”.<sup>189</sup> Em suma, a reportagem trata da importância de os brasileiros adquirirem em seus currículos a fluência da língua inglesa, mas, quem são essas pessoas? Como mencionado no recorte do texto, os interessados “são executivos, secretárias, profissionais liberais e artistas” e todos possuem o mesmo objetivo em comum que é, nas palavras de *Veja*, buscar mais “chances de subir na vida”, seja pela conquista de um bom emprego ou para melhorar seu futuro profissional.<sup>190</sup> Este é o motivo pelo qual, milhares de brasileiros estão procurando as escolas especializadas em língua inglesa para obterem o domínio deste segundo idioma, afirma a reportagem.

Nota-se que o inglês não é apenas apresentado por *Veja* como um produto, mas como “um bom investimento”, enfatizando que “as aulas do curso para iniciantes” custam “cerca de 15.000 cruzeiros por 45 minutos”. Porém, os interessados podem optar pelo curso de imersão, com duração de “até 9 horas diárias durante quinze dias”, a um custo de “pouco mais de 3 milhões de cruzeiros”.<sup>191</sup> Com efeito, o valor cobrado pelo investimento indica que as classes média e alta urbanas são o público-alvo das escolas de língua estrangeira, bem como o que *Veja* busca atingir. Apenas uma aula do curso noticiado custa, aproximadamente, 43% de um salário mínimo vigente na época, já o curso de imersão, algo em torno de 86 salários, ou seja, valores não compatíveis com a renda de trabalhadores comuns, de classe baixa.<sup>192</sup> O público-alvo também é revelado em outro momento da reportagem, quando menciona que, depois de realizado o curso de inglês, “o aluno poderá circular no exterior, pois estará sabendo o suficiente”. Contudo, se quiser “aperfeiçoá-lo, convém permanecer por um mês e meio no exterior”.<sup>193</sup> Neste ponto, quando a reportagem se refere ao fato de circular e/ou permanecer no exterior, é provável que ela esteja se referindo ao Estados

---

<sup>188</sup> *O Brasil fala inglês*. Tradução nossa.

<sup>189</sup> VEJA, edição 789, de 19 de outubro de 1983, p. 73 e 78, respectivamente.

<sup>190</sup> VEJA, edição 789, de 19 de outubro de 1983, p. 73.

<sup>191</sup> VEJA, edição 789, de 19 de outubro de 1983, p. 76 – 78.

<sup>192</sup> Para uma base de comparação, o Decreto nº 88.296, de 30 de abril de 1983, fixou o salário mínimo em Cr\$ 34.776,00 (trinta e quatro mil, setecentos e setenta e seis cruzeiros) mensais, válido para todo território nacional.

<sup>193</sup> VEJA, edição 789, de 19 de outubro de 1983, p. 80.

Unidos, pois a capa de sua edição traz a bandeira do país como pano de fundo. Ademais, vale lembrar que realizar viagens para o exterior, assim como permanecer lá por vários dias, devido às despesas com visto de entrada, o alto custo de vida, as diferenças no câmbio e etc, não cabe no orçamento dos trabalhadores assalariados do início da década de 1980.

Rogeria de Aguiar analisou os discursos vinculados às línguas estrangeiras em um conjunto de periódicos impressos. Segundo a pesquisadora, desde os anos 1980, o ensino de língua estrangeira se tornou um objeto altamente vendável no Brasil. Uma das características comuns a todos os discursos encontrados com regularidade em periódicos como *Veja* é a de esconder sua condição de discurso e mostrar-se como uma verdade, pois apresentam o domínio da língua estrangeira como uma garantia de futuro promissor, materializada em uma melhor colocação no mercado de trabalho e remunerações mais altas. A autora também argumenta que as reportagens destes periódicos ressaltam a importância e, em alguns casos, a obrigação de todos em aprender uma segunda língua, pois se trata de um investimento garantido.<sup>194</sup>

O destaque dado pela reportagem da revista *Veja* sobre a temática da língua estrangeira dialoga com as análises de Rogeria de Aguiar, que analisa como o discurso sobre o aprendizado de uma língua estrangeira, em especial o inglês, faz com que quem possua este recurso específico em seu currículo apresente um diferencial competitivo para galgar novos degraus na vida profissional, conseguir um novo emprego e melhorar sua renda. Essas são “as vantagens do segundo idioma” anunciadas na linha fina da capa e apresentadas para o leitor na reportagem.<sup>195</sup> Deste modo, é possível dizer que o discurso sobre o domínio da língua inglesa emerge nesta reportagem de capa da revista *Veja* como uma espécie de capital humano atrelado à racionalidade do *homo oeconomicus*, destacada por Michel Foucault, no qual, a revista certifica que os indivíduos devem realizar progressos contínuos e que a todo instante podem melhorar e aprimorar suas competências, habilidades e conhecimentos, uma vez que esta racionalidade direciona os indivíduos a agirem e conduzem suas vidas tendo como referência o fator econômico e financeiro.<sup>196</sup> Por certo, os veículos de comunicação, como *Veja*, reproduzem e reforçam a teoria do

---

<sup>194</sup> AGUIAR, Rogeria de. O discurso sobre a obrigação em aprender uma língua estrangeira. **Anais do 17º Congresso Brasileiro de Leitura**, Unicamp, Campinas, julho, 2009.

<sup>195</sup> VEJA, edição 789, de 19 de outubro de 1983, capa.

<sup>196</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 275 e seguintes.

capital humano na medida em que conduzem seus leitores a compreenderem que seu sucesso profissional está vinculado a bons investimentos em capital humano. Ou seja, é necessário que os leitores passem a acreditar no imperativo do conhecimento, pois no momento em que investirem e/ou aperfeiçoarem suas habilidades, capacidades e competências terão algum tipo de recompensa financeira no futuro. É dentro deste contexto que o consumo de produtos passa a ser considerado um investimento, como os cursos de língua estrangeira, tendo em vista que para a racionalidade do *homo oeconomicus*, a vida deve ser entendida como um grande empreendimento constante em si mesmo.

É dentro deste mesmo contexto que a reportagem de capa desta edição de *Veja* chega até o enunciário no propósito de otimizar sua intelectualidade, agregar conhecimento e reconfigurar seus hábitos, considerando que, mostrar as múltiplas vantagens em aprender um segundo idioma, além de estar ligado a uma lógica financeira, também é uma forma de aumentar a bagagem cultural dos leitores. Nesse sentido, José Prado ressalta que dispositivos comunicacionais, como as reportagens de capa da revista *Veja*, convocam os leitores a se tornarem sujeitos daquele discurso explicitado, pois criam-se os mapas e as modalizações de comportamentos e hábitos através de crônicas de transformação.<sup>197</sup> É possível perceber isso no exemplo mencionado, no qual *Veja* coloca o enunciário na posição de quem necessita de ajuda, mostrando para ele os benefícios das mudanças e dos aperfeiçoamentos, bem como, anunciando o indivíduo de sucesso que pode surgir num horizonte próximo. Desta forma, as reportagens de capa de *Veja* assumem uma posição que, segundo Georges Didi-Huberman, significa exigir algo, construir significados, colocar sujeitos e objetos em movimentos, situar-se no presente e cobiçar um futuro, ou seja, desenhar todo um campo de possibilidades através de um diagnóstico da nossa atualidade.<sup>198</sup>

Dando sequência na investigação, mapeamos outras reportagens de capa de *Veja* que se conectam a esta primeira análise, como a edição 779, de 10 de agosto de 1983 (Imagem 12), que apresenta para os leitores os super colégios brasileiros.

---

<sup>197</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 54 e 55.

<sup>198</sup> DIDI-HUBERMAN, Georges. **Quando as imagens tomam posição**. Trad. Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017, p. 15 – 38.

Imagem 12 – Capa da revista *Veja*

Fonte: VEJA, edição 779, de 10 de agosto de 1983, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa desta edição de *Veja* tem como ponto principal a imagem de uma jovem, possivelmente dentro de um colégio, realizando exercícios e atividades educacionais. A manchete da capa anuncia para o enunciário, em letras maiúsculas e de forma imponente, os super colégios que, em complemento com a linha fina, estimulam os leitores a descobrirem quais são, tendo como métrica a qualidade do ensino médio. De início, o que nos chama a atenção é a ênfase estabelecida desde cedo sobre os jovens, no que diz respeito ao acesso de ensino de alto nível de aprendizado, tal como destacado na reportagem no interior da revista.

Com **alto nível de ensino**, eles aguçam o interesse dos alunos, dispensam o serviço dos cursinhos e **são úteis pela vida afora**. [...] A família dos supercolégios é pequena, mas seus membros conseguem instalar-se um pouco por toda parte, formando jovens com bom preparo, **muitos deles destinados a um futuro profissional de destaque. São todos excelentes colégios, os melhores.**<sup>199</sup>

<sup>199</sup> VEJA, edição 779, de 10 de agosto de 1983, p. 62 – 64, grifo nosso.

A reportagem de sete páginas intitulada *Colégios Nota 10*, exalta o alto nível dos colégios particulares no Brasil, no qual, algumas celebridades concluíram seus estudos, como o escritor “Jorge Amado”, o físico e pesquisador “César Lattes”, a atriz “Fernanda Montenegro”, entre tantos outros famosos. Ainda segundo a reportagem da revista, os super colégios são ótimos investimentos que podem variar de “12.000” a “81.000 cruzeiros” mensais, de acordo com a localidade da instituição.<sup>200</sup> Mais uma vez, o texto deixa evidente que estes investimentos não cabem no orçamento das classes mais pobres. Frequentar os super colégios está acessível a famílias de classe média e alta, que possuem renda mais elevada e, por esta razão, podem matricular seus filhos nos super colégios mencionados na reportagem.<sup>201</sup>

O elevado valor das mensalidades é justificado pelo fato de que os “supercolégios dispensam os cursinhos” e são os principais responsáveis pela formação de jovens com muito preparo. A consequência disso é que muitos vão ter como destino um futuro profissional de destaque, assim como as celebridades citadas no texto. Além disso, a reportagem acentua que “um primeiro resultado do investimento poderá ser colhido a curto prazo, já no vestibular, mesmo que esse não seja o alvo principal dos supercolégios”, tendo em vista que o vestibular é apenas a porta de entrada para ingressar nos melhores e mais renomados postos de trabalho que o país oferece.<sup>202</sup>

Em nenhum momento a reportagem cita que os super colégios têm compromisso na emancipação de seus alunos, em formar cidadãos críticos, cientes de seus direitos e deveres com a sociedade e que sejam engajados politicamente para torná-la mais justa e democrática, considerando o presente momento de ditadura militar (1964 – 1985), pelo qual o Brasil atravessava. Entretanto, todos os super colégios se “afirmam em um ponto: todos eles pretendem formar o estudante para a vida futura em assuntos mais abrangentes que as matérias dos seus currículos”.<sup>203</sup> Nesse sentido, Alfredo Veiga-Neto argumenta que, nas últimas décadas do século XX, iniciou-se um processo de mercantilização da educação por meio da imposição e

---

<sup>200</sup> VEJA, edição 779, de 10 de agosto de 1983, p. 64.

<sup>201</sup> A média comum das mensalidades das escolas particulares mencionadas é de Cz\$ 46.500,00 (quarenta e seis mil, e quinhentos cruzeiros) mensais. Para uma base de comparação, o Decreto nº 88.296, de 30 de abril de 1983, fixou o salário mínimo em Cr\$ 34.776,00 (trinta e quatro mil, setecentos e setenta e seis cruzeiros) mensais, válido para todo território nacional.

<sup>202</sup> VEJA, edição 779, de 10 de agosto de 1983, p. 64.

<sup>203</sup> VEJA, edição 779, de 10 de agosto de 1983, p. 65.

expansão de um projeto neoliberal nas escolas, principalmente, nas instituições privadas, onde mais se reflete a tendência ao empresariamento no modo de vida dos alunos, cuja principal característica é a sua antecipação dos problemas e desafios do mundo lá fora. Uma antecipação que é vista como a melhor maneira de preparar e otimizar as competências de cada um dos alunos ao máximo, no propósito de saberem atuar num mundo marcado pelo livre mercado e pela competição exacerbada. Portanto, o sujeito produzido por estas instituições levam para a vida adulta a individualidade, a autonomia e a competitividade para todas as esferas.<sup>204</sup>

A argumentação de Alfredo Veiga-Neto deixa evidente que o cerne da questão nesta reportagem de capa de *Veja* não é apenas destacar quais são os melhores colégios do país de acordo com a alta qualidade de ensino, mas, em primeiro plano, o propósito é fazer com que os leitores entendam que os super colégios são um importante ambiente para a construção e/ou acumulação de capital humano. No exemplo da reportagem de capa mencionada, isso significa que estudar nos melhores colégios do país é a garantia de uma excelente formação e, muito possivelmente, a ocupação das profissões mais bem pagas e de maior destaque no futuro, tal como a própria reportagem chega a se referir. O propósito destes enunciados é fazer com que os leitores compreendam a importância de possuírem e/ou acumularem capital humano, isto é, a obtenção de habilidades, qualificações, conhecimentos e competências que no futuro serão materializadas na conquista dos melhores postos de trabalho, aqueles que produzem maiores fluxos de renda.

De acordo com Adilson Silva, um modo de pensar capital humano “é por meio de investimentos educacionais”. Trata-se de uma formação no curso da vida, no entanto, ele “ultrapassa o simples aprendizado escolar e também envolve os investimentos que os pais fazem em seus filhos”, por exemplo: o tempo destinado a estímulos culturais, a operação de aparelhos eletrônicos, o acesso à tecnologia, a frequência em cursos, etc.<sup>205</sup> Michel Foucault acrescenta que “pais cultos vão dar à criança um capital humano muito mais elevado do que os pais sem o mesmo nível de cultura” e que “todos os estímulos culturais recebidos por uma criança vão constituir

---

<sup>204</sup> VEIGA-NETO, Alfredo. Educação e governamentalidade neoliberal: novos dispositivos, novas subjetividades. **Colóquio Foucault**. Rio de Janeiro, UERJ, novembro de 1999, p. 21.

<sup>205</sup> SILVA, Adilson Luiz da. **A biopolítica no século do cérebro**: educação, aprimoramento cognitivo e produção de capital humano. Curitiba: Appris, 2021, p. 54.

elementos susceptíveis de formarem um capital humano”.<sup>206</sup> Esses investimentos são capazes de posicionar seus filhos à frente de outros e produzir renda no futuro, pois o investimento em capital educacional passa a ser processado por um cálculo de utilidade, um custo/benefício, uma vez que a nova racionalidade econômica e do trabalho exige indivíduos melhorados. *Veja* incentiva tal perspectiva, a potencialização e o aprimoramento intelectual e cognitivo sob a égide de um imperativo do conhecimento. Deste modo, é possível dizer que os super colégios apresentados pela reportagem são “tecnologias humanas” que realizam agenciamentos e buscam a transformação calculada da conduta humana, pois seu propósito é “moldar, canalizar e utilizar as forças dos indivíduos na busca por certos objetivos”.<sup>207</sup>

Por certo, o que está em jogo nestes enunciados jornalísticos é a condução do enunciatário por meio da racionalidade do *homo oeconomicus*, ou seja, periodicamente os indivíduos são incentivados a obter capital humano e a atingir alta performance em suas tarefas, pois são levados a conduzir suas vidas exclusivamente por uma lógica econômica, tornando-se empresários de si mesmos.<sup>208</sup> Também, é importante reforçamos que, de acordo com a reportagem de *Veja*, a obtenção de capital humano não está associada às escolas públicas, mas aos super colégios, ou seja, instituições privadas. Com efeito, esta constatação vai ao encontro do que os economistas neoliberais Friedrich Hayek e Milton Friedman afirmam, pois para eles, a qualidade de vida e o bem-estar social e econômico dos indivíduos não devem ser garantidos por meio de políticas públicas planejadas e centralizada em um governo, mas pelas escolhas individuais e empreendedoras dos próprios indivíduos e empresas. Cada um deve tentar maximizar a si mesmo, por meio de projetos individuais e calculistas, de estratégias, táticas, custo e benefício.<sup>209</sup>

Essa discussão nos leva ao entendimento de como *Veja* compreende seus leitores. Para o periódico, a interioridade de seu enunciatário é um sistema aberto, passível de ser transformado, reconfigurado e aperfeiçoado, logo, isso explica as

---

<sup>206</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 290.

<sup>207</sup> ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs**, *op. cit.*, p. 170.

<sup>208</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 275 – 301.

<sup>209</sup> Friedrich Hayek e Milton Friedman são contrários a qualquer ação do Estado que possa intervir na condução econômica, pois para estes economistas, o Estado estaria limitando os mecanismos de mercado, o que seria uma ameaça à liberdade econômica e política. Ver mais em: HAYEK, Friedrich. **A constituição da liberdade**. Trad. Pedro Elói Duarte. Barueri: Avis Rara, 2022. Também: FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e liberdade**. Trad. Ligia Filgueiras. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2023.

investidas de *Veja* para aperfeiçoar a capacidade intelectual e cognitiva de seus leitores. Por esta razão, a interioridade dos indivíduos se torna alvo de capital humano, desta vez por meio de uma série de intervenções educacionais e pedagógicas que tem como objetivo otimizá-lo, extrair ao máximo sua capacidade e potencialidade, pois o propósito é tornar os leitores um ativo produtor de fluxos de renda, responsável por levá-los a alcançarem qualidade de vida, bem-estar, felicidade, mas, sobretudo, o sucesso profissional e financeiro. Os conhecimentos, as habilidades e as competências são apresentados por *Veja* como um investimento para seus leitores, como algo que deve ter aplicação em suas vidas para que tenham uma vantagem competitiva sobre os demais indivíduos, pois a ênfase deste capital humano é sobre aquilo que os indivíduos podem vir a produzir com ele no futuro, no propósito de se tornarem pessoas mais produtivas e eficientes nas suas atividades profissionais, bem como maximizar seus ganhos financeiros e alcançar o sucesso. Assim, é possível dizer que a revista *Veja* trata seu leitor como um ator que deve procurar empreender em sua vida através de atos e escolhas. Estes, entretanto, já são pré-determinados pelo próprio periódico que procura governá-lo.

O gerenciamento do intelecto e da capacidade cognitiva dos leitores, nada mais é do que o exercício de poder sobre suas vidas, isto é, um mecanismo do biopoder que toma posse das páginas de *Veja* para mostrar que, por meio de cursos de língua estrangeira e, também, por um excelente sistema de educação, é possível potencializar a intelectualidade e o sistema cognitivo de seus leitores, transformando-os em um ativo e, assim, conduzindo-os ao sucesso pessoal e profissional. Como nos lembra Michel Foucault, o biopoder é uma técnica de poder que “tem a tarefa de se encarregar da vida” e, por este motivo, “terá necessidade de mecanismos contínuos, reguladores e coercitivos”, uma vez que “um poder dessa natureza tem de qualificar, medir, avaliar, hierarquizar”, pois trata-se de distribuir os indivíduos em domínios de valor e utilidade.<sup>210</sup> O objetivo de *Veja* é criar um sujeito autônomo, tendo em vista que seus enunciados visam a fabricação e a manutenção do “autogoverno do indivíduo”. Para isso, a revista investe na ordem econômica segundo os princípios de mercado, da competição e do empreendedorismo. *Veja* fala para seu leitor que ele também pode mudar, ser, alcançar, ter autodomínio, que ele pode controlar seu destino, tornar-se quem ele quiser ser, ou seja, ser verdadeiramente autônomo, um empreendedor de si

---

<sup>210</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*, p. 155.

mesmo que assume o controle de sua carreira, que pode atingir excelência e satisfação, “não apesar do trabalho, mas através do trabalho”.<sup>211</sup>

A reportagem de capa sobre os super colégios deixa evidente o quanto é importante que a construção e/ou acumulação de capital humano seja realizada desde cedo e, por esta razão, explica-se a preocupação de *Veja* com a otimização da intelectualidade e o desenvolvimento cognitivo dos jovens, que deve ser iniciada na juventude por meio de colégios com alto nível de ensino. *Veja* parece seguir as recomendações que, segundo Philip Corrigan, indicam que é na fase escolar que as crianças e adolescentes são disciplinados, uma vez que o sistema pedagógico escolar tem o papel fundamental de ensinar os jovens a usarem seus corpos e mentes para que sejam aperfeiçoados e, assim, busquem extrair ao máximo suas potencialidades. Para o autor, tem sido cada vez mais comum ver nos currículos escolares o propósito em fazer com que os alunos aprendam a conduzir suas vidas com autodisciplina, para que sejam sujeitos autônomos e passem a investir continuamente em si mesmos.<sup>212</sup>

Na mesma reportagem sobre os super colégios há menção de que um dos grandes segredos destas instituições para proporcionar um sistema de ensino de alta qualidade é a “utilização de computadores” em sala de aula, para auxiliar o aprendizado em todas as disciplinas da grade curricular.<sup>213</sup> Vale lembrar que o uso de computadores no início da década de 1980, no Brasil, ainda estava em processo de implementação, custava caro, pois essas eram ferramentas de trabalho restritas à grande parte da população. Contudo, trata-se de um momento de avanços tecnológicos, em especial no campo da informática. Um exemplo disso é a inserção dos primeiros computadores em agências bancárias, bem como, a instalação dos caixas eletrônicos que permitiam saques, depósitos e consultas de saldo, além da inauguração do novo sistema de pagamentos com cartão magnético.<sup>214</sup> Foi por meio do setor bancário que se abriu caminho para a inserção dos computadores nas tarefas mais simples do cotidiano dos brasileiros, fato que a própria revista *Veja* trata na edição 666, de 10 de junho de 1981 (Imagem 13), como uma revolução.

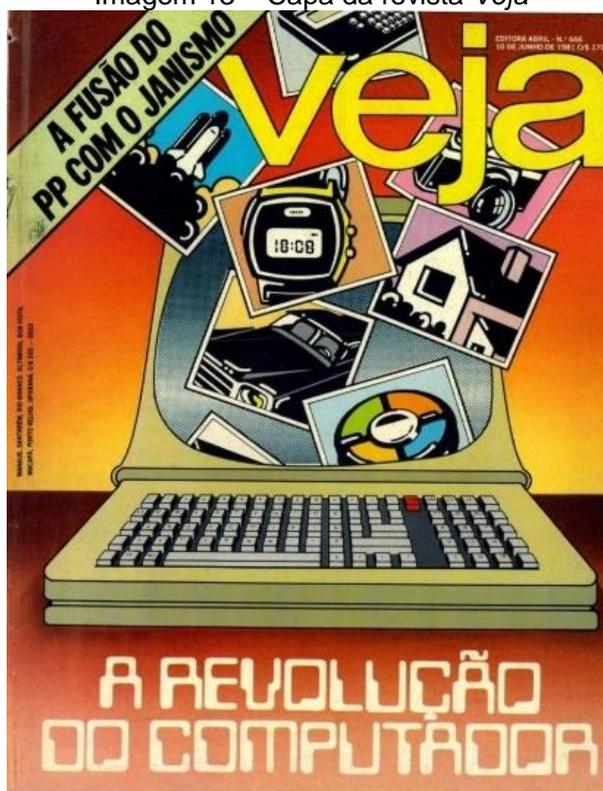
---

<sup>211</sup> ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs**, *op. cit.*, p. 221 e seguintes.

<sup>212</sup> CORRIGAN, Philip. Making the boy: meditations on what grammar school did with, to and for my body, *op. cit.*, p. 196 – 216.

<sup>213</sup> VEJA, edição 779, de 10 de agosto de 1983.

<sup>214</sup> O primeiro caixa eletrônico no Brasil foi instalado pelo Banco Itaú em 1983, na cidade de Campinas/SP. Ver mais em: O ESTADO DE S. PAULO, edição 33.159, de 14 de abril de 1983, p. 15.

Imagem 13 – Capa da revista *Veja*

Fonte: VEJA, edição 666, de 10 de junho de 1981, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa mencionada de *Veja* traz como destaque a imagem de um computador doméstico acompanhado de ilustrações sobre algumas das principais funções que poderiam ser executadas por aquela máquina na época, como organizar as finanças pessoais, registrar a agenda de trabalhos, guardar arquivos e estudar por meio de telejogos. Todas estas funções são entendidas e anunciadas pela manchete da capa como uma revolução do computador, isto é, como uma grande mudança no cotidiano dos indivíduos realizada por meio da inserção do computador doméstico em suas vidas. No interior de *Veja*, a reportagem de oito páginas intitulada *A Vida Cibernética* segue a mesma perspectiva da capa, pois trata do avanço tecnológico efetuado pelos computadores, algo que, segundo a reportagem, vem impactando diretamente na vida das pessoas e, futuramente, será encarregado por mudanças ainda maiores em nossos costumes e hábitos, além de ser responsável por reorientar as relações de trabalho e a maneira como pensamos e agimos, tendo em vista sua expansão inevitável e rápida entre os indivíduos, tornando-se uma ferramenta importante e indispensável para o auxílio de inúmeras tarefas básicas do cotidiano.

**O computador, neste início dos anos 80, cada vez mais começa a ser visto, manipulado e utilizado pelo cidadão.** [...] Os computadores domésticos podem controlar o saldo bancário do dono, funcionar como agenda eletrônica que avisa sobre compromissos, atuar como instrumento de lazer, oferecendo telejogos. **Podem também auxiliar no dever escolar das crianças** – treinando-as na tabuada, por exemplo. [...] **A educação por computador é uma prática muito eficiente que começa a dar bons resultados** nos Estados Unidos e em alguns países da Europa. [...] toda uma infinidade de objetos, hábitos e maneiras de pensar **será radicalmente transformada no futuro, ou simplesmente vai desaparecer.**<sup>215</sup>

É importante ressaltar o quanto esta reportagem de capa da revista *Veja* deixa evidente que é o computador o sujeito da ação, ou seja, é ele quem está revolucionando a vida dos indivíduos no presente, ao mesmo tempo em que ele também será o responsável por acentuar ainda mais este processo futuramente no cotidiano das pessoas. Portanto, pode-se dizer que o computador é fruto do passado em nosso presente, pois seu conhecimento e experiência foram construídos e transmitidos por várias gerações e instituições e incorporados na nossa atualidade. A partir desta experimentação do computador no presente, é possível projetar expectativas, isto é, a inquietação por aquilo que ainda não aconteceu, não foi experimentado, mas que estabelece uma previsão, no campo das possibilidades.<sup>216</sup> Esse horizonte de expectativa está ligado a uma ideia de progresso econômico e social, ou seja, à crença de que no futuro o computador vai resolver todos os nossos problemas, ou pelo menos grande parte deles, conduzindo-nos para o bem-estar. Henrique Novaes e Renato Dagnino argumentam que o fetiche pela tecnologia parte de um pressuposto de que todas as civilizações deveriam alcançar padrões tecnológicos cada vez mais avançados e que não é mais necessário pensarmos sobre nossas influências históricas, políticas e culturais, sobretudo, outros aspectos que afetam e se cruzam em nossas relações sociais.<sup>217</sup>

Outro ponto que chama atenção neste recorte da reportagem é a ênfase de *Veja* no que diz respeito às vantagens e aos benefícios do cidadão que possui e manuseia um computador doméstico. De acordo com a revista, se trata de uma

---

<sup>215</sup> VEJA, edição 666, de 10 de junho de 1981, p. 59 – 67, grifo nosso.

<sup>216</sup> KOSELLECK, Reinhart. Espaço de experiência e horizonte de expectativa: duas categorias históricas. In: \_\_\_\_\_. **Futuro passado**: contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015, p. 305 – 328.

<sup>217</sup> NOVAES, Henrique; DAGNINO, Renato. O fetiche da tecnologia. **Revista ORG & DEMO**. Marília, v. 05, n. 02, 2004, p. 189 – 210.

importante ferramenta que pode auxiliar os estudos, principalmente, o das crianças e, deste modo, levá-las a otimização de sua performance educacional. Portanto, pode-se dizer que o computador doméstico é apresentado por *Veja* como um complemento muito eficiente à educação, algo que pode até mesmo “apagar muitas das funções hoje desempenhadas por professores”.<sup>218</sup>

Destacar este enunciado é importante para nossa investigação, pois é o momento no qual a revista trata a utilidade e manuseio do computador doméstico como um capital humano que pode fazer os leitores maximizarem ainda mais seus conhecimentos, acumularem e desenvolverem habilidades e competências novas, no propósito de se posicionarem à frente de outros indivíduos, tendo em vista que o computador doméstico é apresentado por *Veja* como algo que “entra na vida das pessoas e provoca mudanças radicais por toda a parte”, pois “tem facilitado muito as coisas para o homem moderno”.<sup>219</sup> Nesse sentido, a revista *Veja* se caracteriza como um dispositivo do biopoder, que convoca, orienta e se propõem a “capacitar o leitor em um campo e modalizá-lo para ser o melhor, para sentir-se bem, bem adaptado ao mundo, para se tornar o melhor profissional, para poder fazer o melhor em termos de sucesso”, para isso, a revista “mapeia o que deve ser feito para se conseguir esse *plus*, esse a mais em valor”.<sup>220</sup> A característica principal desse modelo de jornalismo é partir do princípio de que é preciso ensinar seus leitores a como proceder, seja diante das novidades tecnológicas para colher os frutos do sucesso no futuro, seja em outras questões que já indicamos ou ainda que indicaremos na sequência deste texto.

Deste modo, ao diagnosticar o presente e projetar o futuro, *Veja* se apresenta como uma rede de apoio para seus leitores, como um suporte que fornece um amplo material informativo e mostra para o leitor que ele não está sozinho, que todo um grupo está junto com ele, realizando as mesmas atividades. A revista busca passar a sensação de que ele possui um apoio relevante, pois o diálogo que propõe construir com seu enunciatório, torna ambas pessoas próximas e/ou amigos. Neste sentido, Marília Scalzo enfatiza que o jornalismo de revista tem como característica investir em técnicas de persuasão, ou seja, em uma linguagem atrativa, intimista e pessoal, tendo em vista que seu objetivo é se aproximar cada vez mais de seu enunciatório por meio

---

<sup>218</sup> VEJA, edição 666, de 10 de junho de 1981, p. 67.

<sup>219</sup> VEJA, edição 666, de 10 junho de 1981, p. 59 e 67, respectivamente.

<sup>220</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 60.

de textos de leitura rápida, prática e útil, que cria esperança nos leitores, orienta, mobiliza e induz a atuar, a tomar posição. Este modo de fazer jornalismo foca no interesse pessoal dos indivíduos, pois não se limita em apenas informar, também busca ser útil na vida do receptor. Trata-se, de focalizar em possíveis preocupações e desejos do cotidiano dos leitores, em fornecer orientações, ensinamentos, conselhos, alertas e respostas ao enunciatório. Marília Scalzo entende que o jornalismo de revista abre uma brecha na era da saturação da informação, uma vez que os indivíduos tendem a precisar de menos informação e mais de receituários e guias para suas vidas.<sup>221</sup> Para Nikolas Rose, os veículos midiáticos têm poder de decidir sobre o destino dos sujeitos, posto que individualizam, classificam e emitem “conselhos a respeito de todas as facetas da vida institucional” no intuito de “aumentar a eficiência e a satisfação, a produtividade e o conhecimento”.<sup>222</sup>

Ainda assim, qual a razão da emergência destes enunciados em *Veja*? De acordo com Daniel Reis, desde o final da década de 1970, as tendências neoliberais estavam entrenchadas na grande mídia no Brasil, que aos poucos foi se mostrando favorável a implementação de um “Estado mínimo, desregulamentação dos mercados financeiros, privatização de empresas públicas, flexibilização do mercado de trabalho”, entre outras medidas neoliberais que deveriam ser adotadas para enfrentar a inflação, controlar a dívida externa, gerar novos empregos e retomar o desenvolvimento econômico do país. O autor ainda ressalta que, na época, essas medidas não tiveram força política para serem implementadas, tendo em vista o modelo econômico vigente, adotado pelos governos militares, que possuía uma série de restrições quanto a liberdade econômica, era intervencionista e, de certa forma, desprezava a criatividade do empreendedor brasileiro.<sup>223</sup>

No mesmo tempo em que as principais potências econômicas do mundo estavam adotando a governamentalidade neoliberal,<sup>224</sup> a revista *Veja*, aos poucos, foi trazendo para dentro do Brasil algumas de suas medidas e isso explica as reportagens

---

<sup>221</sup> SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**, *op. cit.*, p. 11 – 17.

<sup>222</sup> ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selves**, *op. cit.*, p. 109.

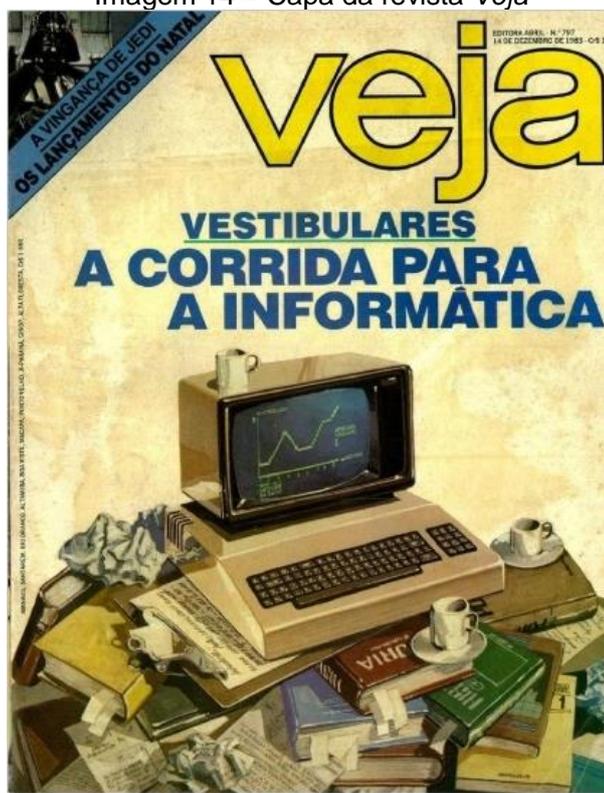
<sup>223</sup> REIS, Daniel Aarão. **Ditadura e democracia no Brasil**, *op. cit.*, p. 155.

<sup>224</sup> David Harvey explica que, na década de 1970, as principais sociais-democracias entraram em declínio econômico, e este foi o momento em que se passou a afirmar cada vez mais as teses de um liberalismo renovado, (neoliberalismo), a exemplo do que estava sendo implementado nos Estados Unidos e no Reino Unido no início da década de 1980. Alguns anos mais tarde, outras potências econômicas também adotaram o neoliberalismo, a exemplo da Alemanha Ocidental e França. Ver mais em: HARVEY, David. **O neoliberalismo**, *op. cit.*, p. 24 e seguintes.

de capa que analisamos. Nessas, o periódico promove a racionalidade do *homo oeconomicus*, numa tentativa de fazer com que os leitores sejam indivíduos autônomos, competitivos e empresários de si mesmos, para que construam seu próprio capital humano a partir do momento em que investem e maximizam seus conhecimentos, competências, habilidades intelectuais e cognitivas, em suma, otimizam sua interioridade no propósito de se tornar indivíduos mais qualificados e produtivos para o mercado de trabalho.

Dando sequência a nossa análise, mapeamos a edição 797, de 14 de dezembro de 1983 (Imagem 14), na qual a revista a reportagem de capa é intitulada *Vestibulares, a corrida para a informática*, destacando esta área do conhecimento acadêmico como um potencial profissão do futuro no Brasil e no mundo.

Imagem 14 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 797, de 14 de dezembro de 1983, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A corrida dos vestibulandos diz respeito, inicialmente, a sua preparação, por meio da leitura de uma série de livros, jornais, revistas e, sobretudo, pela inserção do computador como uma ferramenta essencial para os estudos. A consequência seria a aprovação em concursos vestibulares nas principais universidades brasileiras. De

fato, a ilustração e a manchete da capa são articuladas no propósito de fortificar o imaginário que *Veja* propõe construir para/com seus leitores, sendo assim a revista “seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público”.<sup>225</sup> A exemplo disso, nota-se que o computador é o elemento central da capa desta edição da revista *Veja*, indicando que os cursos pretendidos pelos vestibulandos são, em sua maioria, ligados à informática. Todavia, o motivo da ampla procura é apresentado na reportagem no interior do periódico, vejamos o recorte.

Já no segundo ano de estudos, os alunos da Computação costumam ser convidados para estágios em empresas. **Em troca de 20 horas de trabalho por semana, recebem 100.000 cruzeiros mensais** e, mais importante ainda, a garantia de que as cifras dos cheques serão muito mais compensadoras tão logo exibam o diploma. [...] “**Hoje, como supervisor de analista júnior, ganho 460.000 cruzeiros**”, alegra-se Vanderlei Francisco de Godói, **certo de que terá o salário algumas vezes multiplicado depois de concluir um curso superior**. Em nenhum outro grupo é tão sólida a certeza de que, vencida a barreira do vestibular, os horizontes profissionais serão sempre azuis.<sup>226</sup>

Na reportagem ligada a capa intitulada *O Diploma do Futuro*, a revista *Veja* destina seis páginas para apresentar para seus leitores como o mercado de trabalho ligado à informática já é um potencial no Brasil e, possivelmente, será ainda maior nas próximas décadas. Para afirmar sua narrativa, a revista menciona o exemplo de alunos estagiários que já recebem bons salários para dar seus primeiros passos na profissão, ao mesmo tempo em que também apresenta um horizonte de expectativa após a conclusão do curso superior. Nota-se, que a apresentação de expressivos salários é o gatilho da reportagem e, por este motivo, ele é exaltado em vários outros momentos.<sup>227</sup>

Os cientistas e analistas de sistema têm empregos praticamente garantidos e **salários iniciais em torno de 500.000 cruzeiros**. Já os programadores de alto nível enfrentam uma concorrência maior e são contemplados com rendimentos mais modestos, **entre 300.000 e 350.000 cruzeiros**. Os grandes empregadores para estes profissionais são os

---

<sup>225</sup> LUCA, Tania Regina de. A história dos, nos e por meio dos periódicos, *op. cit.*, p. 136.

<sup>226</sup> VEJA, edição 797, de 14 de dezembro de 1983, p. 102 – 108, grifo nosso.

<sup>227</sup> Para uma base de comparação, o Decreto nº 88.930, de 31 de outubro de 1983, fixou o salário mínimo em Cr\$ 57.120,00 (cinquenta e sete mil, cento e vinte cruzeiros) mensais, válido para todo território nacional.

bancos e empresas estatais, cuja política salarial é, no momento, bastante liberal e rica em promoções.<sup>228</sup>

Seguindo a regularidade das análises anteriores, nota-se que os cursos de graduação ligados à área da informática emergem nas páginas de *Veja* como um capital humano. Além disso, mais uma vez, o propósito desta reportagem de capa é conduzir seus leitores a tomarem posição conforme a racionalidade do *homo oeconomicus*, uma vez que a otimização de suas qualidades intelectuais e cognitivas “poderão perfeitamente entrar, e será perfeitamente normal que entrem, em circuitos ou em cálculos econômicos”, uma vez que o capital humano não está apenas situado na força dos corpos, mas, também, nos processos mais sutis de cognição e intelectualidade dos indivíduos, como no exemplo destacado na reportagem de capa: a aprendizagem, o manuseio e a operação do computador como uma ferramenta de trabalho.<sup>229</sup> Portanto, este é mais um modelo de capital humano promovido pela revista *Veja* que pode ser responsável por otimizar o intelecto dos leitores, para que futuramente possam vir a se tornar indivíduos produtores de fluxos de renda, tal como a própria reportagem chega a destacar quando exalta os ganhos expressivos dos profissionais da área da informática. Deste modo, o salário recebido por estes indivíduos nada mais é do que “o rendimento afetado a um certo capital, capital este que se chama capital humano” na medida em que, a competência resulta em um certo rendimento, no qual, “não pode ser dissociada do indivíduo que é seu portador”.<sup>230</sup>

De fato, a subjetividade é o efeito da produção discursiva de *Veja* que busca construir um novo sujeito por meio da lógica do *homo oeconomicus*, isto é, a fabricação de indivíduos economicamente ativos e geradores de fluxos de renda, como vem mostrando nossa análise. Logo, este processo implica em tornar cada vez mais estes indivíduos submissos aos interesses econômicos, pois, seu sucesso enquanto trabalhador-empresa depende de seus investimentos, gerenciamento e atualizações constantes de capital humano em si mesmo, uma vez que seus ganhos dependem exclusivamente do desenvolvimento de suas habilidades, aptidões e competências. Com efeito, os enunciados de *Veja* atuam como estratégias do biopoder, uma estrutura de poder positivo que se manifesta sobre a vida do

---

<sup>228</sup> VEJA, edição 797, de 14 de dezembro de 1983, p. 105, grifo nosso.

<sup>229</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 288.

<sup>230</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 187.

enunciatório por meio do estímulo, da motivação e repetição de enunciados, tendo em vista que os leitores de *Veja* não são dominados e/ou reprimidos incessantemente pelo poder, mas subjetivados, ou seja, conduzidos a governar a própria vida a partir do que podemos chamar de imperativo do conhecimento.

Quando recortamos, fixamos e analisamos as reportagens de capa da revista *Veja* em um amplo painel, nota-se, a emergência de uma certa regularidade de enunciados que enfatizam e estimulam os leitores a uma ordem do conhecimento, que nada mais é do que o biopoder presente nas micro relações e nas estratégias de otimização da interioridade dos leitores que passam a acreditar que precisam de aperfeiçoamentos constantes no que diz respeito a sua intelectualidade e habilidades cognitivas. Em síntese, a tomada de decisão dos indivíduos, o processo de aprendizagem e aprimoramento de suas performances intelectuais, operacionais e cognitivas foram “incorporados pela agenda atual do biopoder”, como uma estratégia para o aumento da produtividade, criatividade, eficiência e dinamismo empresarial, no qual, os indivíduos são movidos pela lógica da competitividade, do culto à performance e desejo de vitória.<sup>231</sup> Para Michel Foucault, desde a modernidade o biopoder enquadrou os indivíduos por meio de uma relação de saber-poder que se estendeu de forma positiva.<sup>232</sup> Por este motivo, é preciso entender a entrada integral do sujeito dentro de um cálculo econômico e de uma nova racionalidade do trabalho. Ou seja, não basta potencializar somente as forças vitais, mas, também, é preciso otimizar seu interior, sua mente, a forma como os sujeitos dão significado a suas vidas e definem sua individualidade. Deste modo, *Veja* assume a posição de um dispositivo disciplinar que, por meio da ação positiva do biopoder, regularmente produz e reproduz enunciados que incitam a otimização da interioridade através do aperfeiçoamento cognitivo e intelectual de seus leitores, da construção de novas habilidades e competências que potencializem sua força produtiva e aumentem sua utilidade para que se tornem empresários de si mesmos e alcancem o sucesso.

O que está em jogo neste trabalho é demonstrar a prática jornalística do periódico como um dispositivo do biopoder, ou seja, como um mecanismo que “permite a construção de determinado(s) saber(es)”, que exerce poder sobre a vida do enunciatório e promove subjetividades no instante em que lança sobre os leitores

---

<sup>231</sup> SILVA, Adilson Luiz da. **A biopolítica no século do cérebro**, *op. cit.*, p. 124.

<sup>232</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*, p. 149 e seguintes.

determinadas concepções de capital humano que buscam otimizar sua interioridade por meio da criação e/ou aperfeiçoamento de habilidades intelectuais e cognitivas, de competências e conhecimentos.<sup>233</sup> Portanto, é possível afirmar que as reportagens de capa da revista *Veja* pretendem criar um sujeito autônomo, criativo e motivado que deve lutar constantemente pela obtenção e manutenção de capital humano para sua autorrealização, oriunda de suas próprias escolhas. A ênfase dos enunciados jornalísticos de *Veja* é por fortalecer a capacidade dos indivíduos em desempenhar o papel de ator em sua própria vida para que no futuro possam se autogerenciarem.

Outro ponto importante a ser reforçado é que a promoção de capital humano realizada pela revista *Veja* tem como alvo um seletivo grupo de indivíduos, isto é, aqueles pertencentes às classes médias e altas urbanas. É sobre este grupo social que estes discursos são direcionados, para que seus integrantes galguem o último degrau para o sucesso, uma vez que as classes menos afortunadas financeiramente não conseguem e/ou possuem grandes dificuldades financeiras e sociais para adequar-se os modelos de capital humano veiculados por *Veja*, ou seja, fazer cursos de língua estrangeira, frequentar os super colégios e comprar um computador doméstico para auxiliar nos estudos e nas demais tarefas do cotidiano. Isso quer dizer que o público-alvo de *Veja* são as classes mais abastadas financeiramente, e que a promoção do capital humano não é disponibilizada de maneira democrática e igualitária entre os indivíduos e grupos na sociedade, tendo em vista que muitas pessoas não têm acesso a ele.

Ao final deste primeiro tópico, chegamos numa resposta parcial de como e porquê *Veja* insiste periodicamente na importância de seus leitores adquirirem e/ou acumularem novos conhecimentos, competências, habilidades cognitivas e intelectuais. De fato, o propósito é conduzir os leitores para a obtenção e/ou manutenção periódica de capital humano para que possam otimizar sua interioridade, ou seja, adquirir vantagens competitivas para que consigam se posicionar a frente dos outros indivíduos, para que ocupem as melhores profissões, construam maiores fluxos de renda e alcancem o sucesso. Ao que parece, o motivo das investidas da revista *Veja* sobre o governo da interioridade dos leitores é o fato da governamentalidade neoliberal estar emergindo nas maiores potências econômicas do mundo, sendo este

---

<sup>233</sup> PEREIRA, Ariane Carla. **Ser mãe é...**, *op. cit.*, p. 22 e seguintes.

o gatilho para que *Veja* passe a promover algumas das medidas neoliberais como resposta ao momento de crise econômica que o país vivenciava na época.<sup>234</sup>

Por fim, é preciso reforçar nosso argumento de que não há problema algum em realizar cursos de língua estrangeira, estudar em excelentes colégios privados e aprender novas habilidades ligadas ao ramo da tecnologia, acessar computadores, como ocorreu na década de 1980, no Brasil. A busca por aperfeiçoamento certamente é algo positivo para a vida de qualquer indivíduo. No entanto, o que nossa análise ressalta são os possíveis efeitos nocivos desta produção discursiva, uma vez que as reportagens de capa da revista *Veja* elencam estes aperfeiçoamentos intelectuais e cognitivos como uma espécie de capital humano e passam a falsa garantia de sucesso profissional e pessoal para seus leitores. O que discordamos é a ênfase de *Veja* para que os indivíduos governem suas vidas como se fossem empresas, acirrando ainda mais a competitividade desenfreada entre os sujeitos, como se o único sentido de sua vivência fosse a obtenção de fluxos de renda. Nota-se que a otimização da interioridade dos indivíduos realizada por *Veja* não tem como objetivo emancipar os leitores, desenvolvê-los no sentido de que se tornem indivíduos éticos, politizados, críticos, que sejam guiados pelos princípios de cidadania e atuem em favor da coletividade e da solidariedade com o próximo. Assim, concordamos com Adilson Silva, quando o autor acentua que “o discurso acerca do aprimoramento não recai sobre qualidades como empatia, respeito às diferenças, ética e sobre a orientação da criatividade para a produção de novas relações sociais mais justas”, mas, como um investimento que potencializa a individualidade e o autodesenvolvimento, que conduz a vida como uma espécie de empresa, no qual, a otimização intelectual é um investimento que deve levar em consideração o cálculo econômico, o custo/benefício e a obtenção de lucro.<sup>235</sup>

Deste modo, avançamos para o próximo tópico para mapear e discutir como o biopoder se mostra presente nas reportagens de capa da revista *Veja* por meio da lógica do *homo oeconomicus*, mas, agora, seu alvo é o gerenciamento das emoções dos leitores.

---

<sup>234</sup> Todas as capas utilizadas neste tópico podem ser consultadas em: Apêndice 4 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Novos conhecimentos e novas habilidades, p. 226.

<sup>235</sup> SILVA, Adilson Luiz da. **A biopolítica no século do cérebro**, *op. cit.*, p. 183 e seguintes.

## 2.2 Empresariando as emoções

Ao final da obra *História da Sexualidade I*, Michel Foucault evidencia a sistematização e a complexidade das relações de saber-poder que atravessam a vida de todos os indivíduos. Nesta investigação, o autor vai além da compreensão de que o exercício de poder é somente uma ação repressiva, punitiva e negativa. Michel Foucault encontra indícios de que o biopoder, isto é, as tecnologias de poder que incidem sobre a vida dos indivíduos, podem ser compreendidas enquanto uma força de criação, positiva, prescritiva, moduladora, estimulante e transformadora.<sup>236</sup> O autor nos possibilita pensar o biopoder como um mecanismo de poder que está apto a investir sobre as formas de sentir, pensar e agir dos indivíduos. Partindo desta análise do poder sobre a vida, realizada por Michel Foucault, o objetivo deste segundo tópico é mapear e discutir as reportagens de capa da revista *Veja* que têm como alvo governar a interioridade dos leitores, agora por meio de enunciados jornalísticos que buscam gerenciar suas emoções, ainda que para isso seja necessária toda uma reformulação de seus hábitos e costumes, uma vez que as emoções dos indivíduos devem ser pensados como capital humano e gerenciados tendo como base os princípios econômicos e financeiros de uma empresa.<sup>237</sup>

No que diz respeito à interioridade dos indivíduos, a revista *Veja* segue a perspectiva de Steven Pinker, que compreende a mente humana como algo abstrato, embora seja por meio dela que desenvolvemos os nossos pensamentos, emoções, autoestima e a felicidade, bem como a forma como controlamos e reagimos às experiências que vivenciamos e, até mesmo, o funcionamento do nosso corpo. Segundo o autor, a mente é um produto da evolução humana, quanto mais ela é aperfeiçoada, mais evoluímos nossos comportamentos, o que implica dizer que a mente é a fonte criadora da nossa vida, pois é nela que estão gravadas nossas possibilidades e incapacidades, crenças e medos.<sup>238</sup> Portanto, quando ressaltamos que *Veja* busca gerenciar a interioridade dos indivíduos, isso significa que as emoções

---

<sup>236</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*, p. 145 – 174.

<sup>237</sup> Compreendemos as emoções como um conjunto de sentimentos, afetos, sensações, comoções, perturbações e sensibilidades que não são estáticas e estão sujeitas às mudanças históricas. Há algumas décadas, as emoções são objetos de investigação na Sociologia, Antropologia e Psicologia. Na historiografia, há um campo específico para tratar desta discussão intitulado História das Emoções. Ver mais em: BJERG, María. Una genealogía de la historia de las emociones. **Quinto Sol**, v. 23, n. 1, enero. – abril., 2019, p. 1 – 20. Também: AHMED, Sara. **La política cultural de las emociones**. México D.F: Universidad Nacional Autónoma de México, 2015.

<sup>238</sup> PINKER, Steven. **Como a mente funciona**, *op. cit.*, p. 37 e seguintes.

podem e devem ser melhor administradas e otimizadas. Como ponto de partida, observemos a capa da edição 1024, de 02 de dezembro de 1987 (Imagem 15), da revista *Veja*.



Fonte: VEJA, edição 1004, de 02 de dezembro de 1987, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da edição mencionada traz como manchete somente a palavra casamento, escrita em letras maiúsculas e em um tamanho que busca chamar a atenção do enunciário. A escrita ocupa a centralidade da capa que, além disso, ressalta dois pontos importantes sobre o casamento: como mantê-lo e como terminá-lo. O enunciado está dentro de um par de alianças, ligadas uma à outra, que simboliza na cultura ocidental a união entre um homem e uma mulher, mas, ao mesmo tempo, a ilustração sinaliza uma opção pela separação, ou pelo rompimento legal e definitivo com o divórcio, já que as alianças possuem uma pequena fresta que aponta para essa possibilidade.<sup>239</sup>

<sup>239</sup> É preciso lembrar que esta reportagem de capa da revista *Veja* é do ano de 1987 e, portanto, nessa época o casamento civil era um direito apenas de casais heterossexuais no Brasil. Somente no ano de 2013, este direito foi concedido para casais do mesmo sexo ou gênero. Ver mais em: Conselho Nacional de Justiça (CNJ), resolução nº 175/2013.

A capa da revista *Veja* é uma tentativa de o periódico iniciar um diálogo com seu enunciatório. Ao mesmo tempo, o tom estabelecido pela revista parece ser o de uma convocação para seus leitores participarem desta interlocução, que está ligada a um grupo específico, isto é, os casados e/ou aos indivíduos que planejam se casar. É sobre este grupo de leitores que, por meio da ilustração e da manchete de capa, *Veja* busca ajudá-los a tomar as melhores posições possíveis. A reportagem no interior da revista se movimenta neste sentido, uma vez que seu texto explana minuciosamente as medidas necessárias para manter o casamento, bem como as atitudes que podem destruí-lo e levar os indivíduos ao divórcio. No entanto, o que chama a atenção nesta edição de *Veja* é o fato de serem estabelecidas relações entre o casamento e a construção de uma empresa, assim como no trecho a seguir:

A atual onda de casamento nos anos 80 soa como uma reviravolta das expectativas. [...] começou-se a sentir que o casamento ainda era uma das melhores opções em termos afetivos, emocionais, **econômicos** e sociais. [...] **Casar é como construir uma pequena empresa.** Cria-se uma razão social – o nome da família, no caso –, **estabelece-se um contrato e os sócios**, o marido e a mulher, passam a ter direitos e deveres regimentais. **Como para formar uma empresa, há um investimento inicial.** O casal precisa encontrar uma sede, ou seja, uma casa para morar.<sup>240</sup>

O recorte em destaque é da reportagem *A Valsa das Alianças*, de oito páginas, na qual *Veja* deixa evidente sua posição favorável ao casamento, tendo em vista a apresentação de uma série de argumentos convenientes que estimulam seus leitores a realizarem e/ou manterem sua união, bem como enunciados que fundamentam uma narrativa desfavorável ao divórcio, adotando um tom conservador e de crítica ao que chamou de liberalismo sexual das décadas de 1960 e 1970. De acordo com a reportagem, as expectativas geradas na época não se consolidaram em boas escolhas no decorrer do tempo. Na reportagem, chega a ser mencionado que o casamento é a “primeira etapa para a construção de uma família” e, por meio dele, o casal pode “se livrar da solidão”, encontrar a felicidade, o amor e a “estabilidade emocional”.<sup>241</sup> Porém, a pauta moral e conservadora elencada por *Veja* fica em segundo plano em nossa análise, pois o que nos interessa é discutir como o casamento é compreendido e defendido pela reportagem da revista como uma

---

<sup>240</sup> VEJA, edição 1004, de 02 de dezembro de 1987, p. 83 e 84, grifo nosso.

<sup>241</sup> VEJA, edição 1004, de 02 de dezembro de 1987, p. 87.

sociedade empresarial estabelecida entre um homem e uma mulher por meio de um contrato, assim como a analogia concebida entre casar e construir uma pequena empresa. Logo, essa interpretação sobre o casamento realizada por *Veja* busca conduzir os leitores a acreditarem que se trata de uma vantagem em termos econômicos e financeiros.

É preciso enfatizar que a lógica econômica está presente no casamento desde há muitos séculos, pois sua articulação é pensada como uma estratégia para agregação de riquezas e/ou como manutenção do poder econômico, principalmente, entre famílias ricas.<sup>242</sup> Deste modo, concordamos com Nikolas Rose, quando o autor salienta que os espaços privados, como a família, são interpretados como espaços vitais para a construção e administração da riqueza.<sup>243</sup> Contudo, o que nossas análises mostram é que agora entram em cena novas relações conjugais relacionadas ao modo como o casamento deve ser gerenciado pelos indivíduos envolvidos, ou seja, por meio de um imperativo empresarial que se encarregue da sua gestão.

Quando analisamos a capa e a reportagem apresentados, novamente é perceptível a emergência de uma nova forma de condução da vida, baseada na racionalidade do *homo oeconomicus* certificada por Michel Foucault, que remete os indivíduos a uma situação na qual o modo de ser, pensar e agir é decorrência de um cálculo econômico.<sup>244</sup> Quando *Veja* faz analogias entre uma empresa e um casamento em sua reportagem de capa, está conduzindo seus leitores a entenderem que sua união deve seguir os princípios econômicos, isto é, na perspectiva anunciada pela reportagem, o casamento é um negócio e, por essa razão, deve ser gerenciado como uma sociedade empresarial em que o homem e a mulher passam a ser sócios e gestores. Com efeito, quando o casamento é compreendido dentro de uma ordem empresarial, isso significa que as relações conjugais sofreram mudanças, pois, agora, suas configurações que até então eram amparadas em emoções como o amor, o companheirismo e o carinho, agora cedem espaço para um cálculo econômico cuja manutenção depende de seguir uma relação de custo-benefício: é preciso estipular metas, cumprir objetivos e aumentar sua performance para a realização de lucros para

---

<sup>242</sup> Sobre os aspectos do casamento, recomendamos a leitura da obra: MACFARLANE, Alan. **História do casamento e do amor**. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. Também: VAINFAS, Ronaldo. **Casamento, amor e desejo no Ocidente cristão**. São Paulo: Ática, 2006.

<sup>243</sup> ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selves**, *op. cit.*, p. 141.

<sup>244</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 333 e seguintes.

o casal. É, justamente, neste sentido que Gary Becker ressalta que o casamento é uma das formas dos cônjuges conquistarem a estabilidade econômica e que, para isso, o gerenciamento da família deve seguir um modelo de empresa.<sup>245</sup> Nesta perspectiva, a felicidade e o bem-estar conjugal são uma espécie de dividendo, ou seja, os frutos de um casamento bem administrado financeiramente pelos seus empresários. Neste sentido, o fim do casamento “é como fechar uma pequena empresa, com suas implicações judiciais, burocráticas e contábeis – e em muitos casos equivale a ir à falência”.<sup>246</sup>

Compreender e administrar o casamento como uma empresa faz parte do que Gary Becker acentua em sua teoria da família, pela qual compreende que a família é uma espécie de pequena empresa, uma unidade multipessoal que emprega uma certa quantidade de recursos em moeda e tempo para produzir bens de diferentes naturezas, por exemplo, habilidades, competências, saúde e autoestima. Para autores neoliberais, como Gary Becker, toda ação humana é econômica, o que significa que todos os aspectos do comportamento humano são traduzíveis em preço, a razão econômica deve ser aplicada em todas as esferas da vida, como nas decisões individuais, inclusive, no momento de escolher um cônjuge, realizar um casamento e/ou divórcio, bem como na opção por ter filhos, tendo em vista que seu propósito é aumentar a riqueza de uma geração para a outra.<sup>247</sup>

Deste modo, conduzir o casamento como uma empresa implica em compreendê-lo como uma categoria de capital humano. Segundo Michel Foucault, o capital humano não se refere apenas a força do trabalhador, sua agilidade na produção ou o manuseio de máquinas; o capital humano também pode ser imaterial, ou seja, os saberes dos indivíduos, suas experiências de vida, a intelectualidade e a bagagem cultural.<sup>248</sup> Portanto, entender o casamento dentro de uma lógica empresarial é uma estratégia do biopoder para que os indivíduos envolvidos sejam mais competitivos, aumentem seus lucros, alimentem o desejo de vitória e alcancem o sucesso em suas vidas. Novamente, o biopoder se manifesta nas páginas da revista *Veja* como uma força de criação e, por esta razão, o que está em jogo é desenvolver

---

<sup>245</sup> BECKER, Gary S. **A treatise on the family**: enlarged edition. Cambridge: Harvard University Press, 1993, p. 24.

<sup>246</sup> VEJA, edição 1004, de 02 de dezembro de 1987, p. 86.

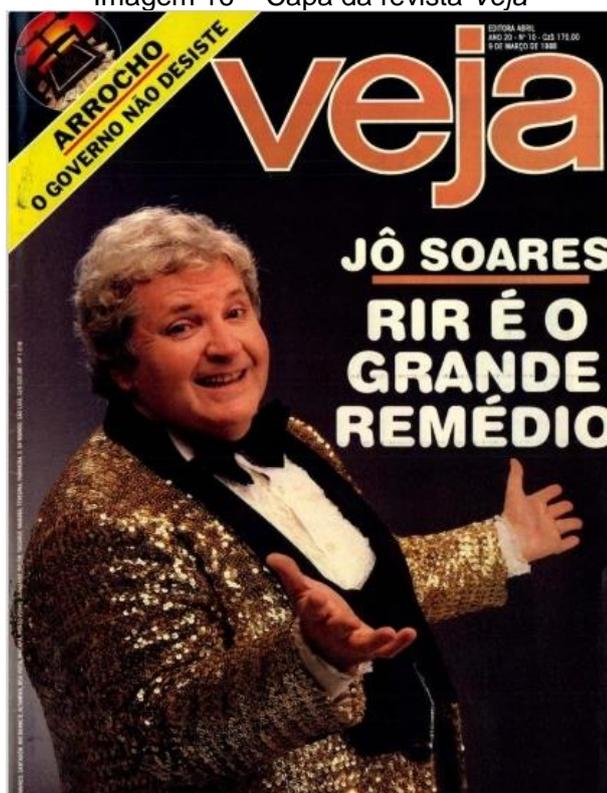
<sup>247</sup> BECKER, Gary S. **A treatise on the family**, *op. cit.*, p. 24 e seguintes.

<sup>248</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 288 e seguintes.

uma nova forma dos leitores gerenciarem da melhor maneira possível suas emoções, que devem ser administrados por meio de uma lógica empresarial.

Todavia, além do casamento, outro modelo de capital humano nos chama a atenção nas reportagens de capa da revista *Veja*, e esse diz respeito à felicidade dos indivíduos, observemos a capa da edição 1018, de 09 de março de 1988 (Imagem 16).

Imagem 16 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 1018, de 09 de março de 1988, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa de *Veja* traz a fotografia do apresentador de televisão Jô Soares como o conteúdo central desta edição. Na época, o humorista havia sido recém-contratado pela Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), para apresentar um programa humorístico chamado *Veja o Gordo*, que era exibido todas as segundas-feiras à noite e que contava com vários personagens criados e interpretados pelo próprio Jô, além de esquetes estreladas por artistas convidados.

Eduardo Barros afirma que uma característica recorrente de *Veja* é a exploração da imagem de sua capa como uma forma de entrelaçar “uma conversa” com seu enunciatário, “nas seguintes acepções: olhar, admirar, contemplar; e notar,

ponderar, deduzir; enxergar”.<sup>249</sup> Neste sentido, certamente a fotografia do humorista foi escolhida propositalmente pelo editor de *Veja* para exaltar a alegria que Jô transmite para seu público durante a apresentação de seu programa de televisão. Em sincronismo, a manchete da capa se alinha com a imagem de felicidade do humorista, expressa por um sorriso, ao mesmo tempo em que anuncia para os leitores que rir é um grande remédio. Todavia, a inquietação aqui é por descobrir o porquê das gargalhadas arrancadas pelo humorista serem consideradas por *Veja* como uma espécie de medicamento.

Às 9 e meia da noite desta segunda-feira, o telespectador terá a sua frente **45 minutos brutos de humor da melhor qualidade** espalhado em 8 quadros diferentes, nos quais Jô Soares interpreta dez personagens novos e quatro antigos. É um show para desopilar o fígado mais encharcado, **fazer esquecer qualquer URP arredia ou exorcizar a inflação mais delirante** – aos menos durante 45 minutos.<sup>250</sup>

A reportagem *O Gordo em Casa Nova* traz como assunto principal a carreira profissional do humorista brasileiro Jô Soares, destacando sua recente troca de emissora. O título da reportagem anuncia para os leitores o que será tratado no decorrer do texto, ou seja, quais foram as razões que fizeram o apresentador deixar a TV Globo, na qual trabalhava desde 1981, para ingressar no SBT, em março de 1988. Todavia, o recorte mencionado chama a atenção pelo fato de que o humor emerge nas páginas de *Veja* como um medicamento para que os leitores possam esquecer dos problemas do país, principalmente, aqueles relacionados à economia, como a inflação e o uso necessário da Unidade de Referência de Preços (URP).

De acordo com Gelsom Almeida, a (URP), era um indexador que reajustava preços e salários que haviam sido perdidos com a inflação. O mecanismo foi criado pelo então Ministro da Fazenda, Bresser Pereira, em junho de 1987, durante o governo do presidente José Sarney (1985 – 1990), e era parte do programa de estabilização econômica que ficou conhecido como Plano Bresser, no qual os salários e os preços foram congelados e “a cada trimestre seriam prefixados os percentuais de reajuste para o trimestre seguinte, com base na taxa de inflação média (geométrica) dos três meses anteriores”. O problema era que a indexação acontecia

---

<sup>249</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***, *op. cit.*, p. 50.

<sup>250</sup> VEJA, edição 1018, de 09 de março de 1988, p. 64, grifo nosso.

somente a cada trimestre, isto é, os salários estavam sempre recuperando as perdas de uma inflação média de três meses anteriores e, nesse espaço de tempo, os salários já haviam sido corroídos pela inflação mensal, perdendo, assim, seu poder de compra de um mês para o outro.<sup>251</sup> Como exposto, a implementação da URP fazia parte de um programa de estabilização econômica que tinha como meta principal frear a inflação (IPCA) que, no ano de 1987, havia fechado em 363,41% e, no primeiro trimestre de 1988, ou seja, até março, data da publicação da edição de *Veja* mencionada, a inflação já tinha alcançado 61,77%, e terminaria aquele ano em incríveis 980,21%.<sup>252</sup>

Segundo Jadir Rostoldo, a principal meta do governo brasileiro na economia, durante a segunda metade da década de 1980, foi o combate à inflação, que teve um crescimento substancial ano a ano. Para o autor, isso ficou evidente quando o presidente da República, José Sarney, assumiu o governo em março de 1985, e “adotou uma política econômica que priorizava a austeridade fiscal e monetária, corte nos gastos públicos e aperto na política monetária, visando combater a inflação”. Com efeito, o governo lançou vários programas de estabilização, como o Plano Cruzado, em fevereiro de 1986; em novembro do mesmo ano, o Plano Cruzado II; no ano seguinte, em junho de 1987, o Plano Bresser; e, por último, o Plano Verão, em janeiro de 1989. Todos os programas fracassaram e não salvaram o Brasil de um período de hiperinflação. Além disso, entre os anos de 1984 e 1990, o país trocou sua unidade monetária três vezes e teve quatro Ministros da Fazenda. Por fim, Jadir Rostoldo salienta que o descontrole nos rumos da economia resultou em uma enorme desvalorização cambial, aceleração da inflação, corrosão dos salários e estagnação econômica no país.<sup>253</sup>

Entendendo a conjuntura da época, talvez agora fique mais fácil compreendermos porque a revista *Veja* busca fazer uma conexão entre os programas de humor com a URP e a inflação em sua reportagem de capa. De fato, o humor que resulta em risadas e na felicidade dos indivíduos parece emergir como um potente medicamento para que os leitores esqueçam, ainda que momentaneamente, a trágica

---

<sup>251</sup> ALMEIDA, Gelsom Rozentino de. **História de uma década quase perdida: PT, CUT, crise e democracia no Brasil 1979 – 1989**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011, p. 77.

<sup>252</sup> Os dados citados sobre inflação (IPCA), podem ser consultados através da Calculadora do IPCA, disponibilizada no site do IBGE: <https://www.ibge.gov.br/explica/inflacao.php>.

<sup>253</sup> ROSTOLDO, Jadir Peçanha. **Brasil, 1979 – 1989**, *op. cit.*, p. 49.

situação econômica do Brasil. Deste modo, *Veja* busca promover a felicidade como um capital humano para que seus leitores possam enfrentar estes anos difíceis da economia brasileira, descobrirem os pequenos prazeres da vida e as alegrias do cotidiano, bem como para que não tenham uma vida tão apreensiva, uma vez que o descanso e o lazer também são necessários.

Segundo João Freire Filho, a temática da felicidade tem se mostrado um segmento crescente e cada vez mais prestigiado pelos veículos de comunicação, principalmente, “em revistas semanais de informação”, assim como em *Veja*, que demonstra uma tendência em prestar assistência a um “bem-estar subjetivo como foco de matérias da capa”.<sup>254</sup> Em conformidade, Pascal Bruckner assinala que a felicidade se tornou, durante as últimas décadas do século XX, um dever de massa, um direito de todos e uma mercadoria constantemente veiculada pela publicidade midiática. O autor chega a relacionar a felicidade com um entorpecente que invadiu as sociedades ocidentais, considerando que ela obriga os indivíduos a analisarem tudo pela ótica do prazer e de forma constante.<sup>255</sup>

O fato é que a felicidade, conforme indicam Edgar Cabanas e Eva Illouz, pode “funcionar como cortina de fumaça para esconder deficiências políticas e econômicas relevantes e estruturais”. Ao que parece, esta é a ênfase que a revista *Veja* estabelece sobre a felicidade, ou seja, ela se torna um instrumento eficaz para justificar alguns dos aspectos mais nefastos da economia, uma poderosa ferramenta para “camuflar indicadores sociais e econômicos”, como “a redistribuição de renda, as desigualdades materiais, a segregação social, a desigualdade de gênero, a saúde da democracia, a corrupção e a transparência”, assim como “as oportunidades objetivas *versus* a percepção delas, os auxílios sociais e a taxa de desemprego”. Neste sentido, a promoção da felicidade realizada por *Veja* parece ser nada mais do que uma “distração entorpecente” para as “sensações profundas de vulnerabilidade, impotência e ansiedade”.<sup>256</sup>

---

<sup>254</sup> FREIRE FILHO, João. Introdução. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 21.

<sup>255</sup> BRUCKNER, Pascal. **A euforia perpétua**: ensaio sobre o dever da felicidade. Rio de Janeiro: Difel, 2002.

<sup>256</sup> CABANAS, Edgar; ILLOUZ, Eva. **Happycracia**: fabricando cidadãos felizes. Trad. Humberto do Amaral. São Paulo: Ubu Editora, 2022, p. 69 e 273, respectivamente.

Já as análises de Sam Binkley vão além, pois o autor argumenta que na contemporaneidade a felicidade não é apenas um medicamento para combater a tristeza, a mágoa e o ressentimento, a felicidade é instrumentalizada para ser utilizada como um potente fertilizante orgânico, uma espécie de aditivo energético natural para além da otimização da saúde mental dos indivíduos. Além disso, é empregada no propósito de aumentar a produtividade e o desempenho dos sujeitos, tendo em vista que os discursos sobre a felicidade são construídos por “programas voltados para a otimização, coordenação e integração de comportamentos humanos” para fins econômicos. Ainda de acordo com Sam Binkley, na contemporaneidade, ser feliz é uma ordem, e reforçar este imperativo é impor uma lógica de governamentalidade, que envolve práticas individuais de autogoverno na lógica centrada na otimização do desempenho e na expansão do controle. Para o autor, a felicidade possui uma relação íntima com as principais suposições individualistas e com o neoliberalismo.<sup>257</sup>

De fato, a relação estreita entre a felicidade e a governamentalidade neoliberal é encontrada nos estudos de metanálise compilados por Sonja Lyubomirsky, a qual destaca que a importância em promover a felicidade dos indivíduos está intimamente relacionada com sua eficiência e produtividade. As pesquisas chegaram à conclusão de que as pessoas mais felizes conquistam os salários maiores, possuem melhores desempenhos, são mais dinâmicas e dispõem de mais energia para o trabalho. Os estudos ainda revelam que os funcionários felizes são 31% mais produtivos e três vezes mais criativos dentro das empresas.<sup>258</sup> Esta é a razão pela qual Sonja Lyubomirsky certifica que a felicidade pode e deve ser adquirida, criada, apreendida e arquitetada por meio da escolha, do aperfeiçoamento e da força de vontade. A chave para a felicidade, segundo a pesquisadora, está dentro de cada indivíduo.<sup>259</sup> No mesmo sentido, os estudos de Shawn Achor, constataram que a maior vantagem econômica das empresas modernas é possuir uma força de trabalho fundamentada na felicidade, porque funcionários satisfeitos geram cada vez mais engajamento no âmbito corporativo. Isso quer dizer que quanto maior é a felicidade do indivíduo, maior

---

<sup>257</sup> BINKLEY, Sam. A felicidade e o programa de governamentalidade neoliberal. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade**. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 83.

<sup>258</sup> LYUBOMIRSKY, Sonja (Org.). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? **Psychological Bulletin**, Washington, D.C., v. 131, n. 6, 2005, p. 803 – 855.

<sup>259</sup> LYUBOMIRSKY, Sonja. **A ciência da felicidade: como atingir a felicidade real e duradoura**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

é sua produtividade, do mesmo modo que, quanto maior é sua insatisfação, menor será sua performance dentro da empresa. Desta forma, o autor destaca que é primordial que as empresas promovam a felicidade entre todos os seus funcionários, para que os indivíduos sempre desenvolvam suas atividades laborais motivados e, assim, sejam produtivos e eficientes constantemente. A ideia defendida é que a sensação de felicidade, tal como a satisfação, precisa ser incentivada com frequência para poderem ser mantidas, uma vez que são emoções e sensações passageiras. Por isso, é importante realizar a gestão desse capital humano que terá impacto positivo na vida dos indivíduos, por exemplo, no aumento da sua qualidade de vida e em seu estado de bem-estar psíquico, além de que o investimento deste capital humano retornará para as empresas como um dividendo, pois, como mencionado, funcionários felizes performam melhor no trabalho e aumentam a produtividade das empresas.<sup>260</sup>

Os estudos de Sonja Lyubomirsky e Shawn Achor permitem compreender o movimento de promoção da felicidade realizado pela revista *Veja*, pois mostram que a felicidade está imbricada no discurso neoliberal e, ao mesmo tempo, é moldada por ele. Isso quer dizer que a felicidade não é mais entendida como emoção, mas um modelo de subjetividade, específico e normativo. Portanto, a felicidade se tornou um importante capital humano que deve ser obtido, pois indivíduos mais felizes são mais adaptáveis, motivados, produtivos e competitivos em meio a um cenário no qual ser feliz é uma ordem, quase uma obrigação, e as pessoas tristes são indesejadas e vistas como fracassadas. Os estudos de Lyubomirsky e Achor também permitem desvelar os mecanismos utilizados nos enunciados jornalísticos de *Veja*, que promovem a ideia de que a interioridade dos leitores pode e deve ser aprimorada para que obtenham o máximo de performance em suas vidas. No exemplo da reportagem de capa de *Veja*, edição 1018, de 09 de março de 1988 (Imagem 16), o propósito é fazer com que os leitores entendam que o sentimento de felicidade é um medicamento para esquecer a péssima situação econômica do país e, ao mesmo tempo, ela emerge como uma ferramenta que pode elevar sua autoestima e confiança na vida pessoal e corporativa, pois a felicidade é uma propulsora que, pode alimentar o caminho para o sucesso, tendo em vista que o sucesso futuro é consequência da felicidade no presente.

É dentro deste contexto que emerge a necessidade de governar a interioridade dos leitores, isto é, configurar a mente dos indivíduos para que eles passem a

---

<sup>260</sup> ACHOR, Shawn. **The happiness advantage**: the seven principles of Positive Psychology that fuel success and performance at work. Danvers: Currency, 2010, p. 04 e seguintes.

entender que a busca pela felicidade está relacionada à razões econômicas, e que ela é uma espécie de capital humano que pode trazer ganhos para sua vida pessoal e profissional. Portanto, o que os enunciados jornalísticos de *Veja* nos mostram é que a felicidade é uma condição para que os leitores se adaptem a mudanças, melhorem seu desempenho profissional e aumentem suas chances de sucesso em ambientes competitivos. Ao mesmo tempo, há o endosso da racionalidade de vida do *homo oeconomicus*, isto é, a criação de sujeitos conduzidos pelo prisma econômico, que se identifiquem como pequenas empresas, seja dóceis, menos politizados, mais produtivos, flexíveis, úteis e eficientes, pois “a noção de empresa de si mesmo supõe uma integração da vida pessoal e profissional”.<sup>261</sup>

Para isso, é fundamental que *Veja* vincule ao gerenciamento da interioridade às vantagens oriundas da felicidade, seja na vida pessoal ou na esfera corporativa, seja para enfrentarem as crises econômicas que o país atravessa ou para combater a negatividade acumulada, a insatisfação, o desanimo, o *stress*, entre outros problemas, sejam eles quais forem. A felicidade desponta nas páginas de *Veja* “como um recurso estratégico para a otimização da produtividade”, ela “é um combustível importante para quem pretende crescer na carreira”.<sup>262</sup> Logo, entender a felicidade como uma vantagem competitiva para se posicionar à frente dos outros indivíduos corrobora com a positividade do biopoder elencado por Michel Foucault, presente nas micro relações de saber e poder que envolvem *Veja* e seu enunciatário, que tem como propósito governar suas mentes no sentido de aperfeiçoá-las e otimizá-las, para que os leitores passem a acreditar que o sentimento da felicidade precisa ser algo constante em suas vidas, pois se trata de um importante capital humano que pode levá-los ao sucesso.<sup>263</sup>

Dando sequência nas análises das reportagens de capa de *Veja*, parece haver outros sentimentos e emoções que emergem como categorias de capital humano em suas páginas. Observemos a capa da edição 629, de 24 de setembro de 1980 (Imagem 17), da revista *Veja*.

---

<sup>261</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**, *op. cit.*, p. 336.

<sup>262</sup> FREIRE FILHO, João. A felicidade na era de sua reprodutibilidade científica: construindo “pessoas cronicamente felizes”. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade**. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 50.

<sup>263</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*, p. 149 e seguintes.

Imagem 17 – Capa da revista *Veja*

Fonte: VEJA, edição 629, de 24 de setembro de 1980, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A ilustração da capa mencionada ressalta a emergência de uma nova mulher que rompeu com os velhos paradigmas, como sua submissão ao espaço privado. De fato, a mulher de hoje, como anunciado pela manchete do periódico, parece já ter nascido pronta, constituída por determinados padrões: é branca, jovem e de classe média urbana, o que realça o diálogo com o público-alvo da revista. Também, a mulher de hoje é exemplificada por *Veja* pela cabeça erguida, demonstrando sua motivação e confiança, assim como seu olhar fixo no horizonte, cujo alvo parece ser a conquista de um futuro com ainda mais avanços, independência e autonomia, que será alcançado com muita luta e trabalho, em contraponto com a mulher do passado, uma dona de casa desanimada, com expressão facial triste e presa em uma vida monótona e, muitas vezes, submissa ao marido. A exemplificação da mulher do passado não tem cor e sua vida parece estar estática no tempo. Estas são as razões pelas quais, em um primeiro momento, o que chama atenção nesta capa é o choque de temporalidade que *Veja* busca realizar, isto é, sua tentativa de classificar o passado e o futuro veiculando os traços identitários da mulher de ontem/passado e da mulher de hoje/presente, que alcançará suas conquistas no amanhã/futuro.

Marília Scalzo enfatiza que as ilustrações das capas do jornalismo de revista não funcionam pelo excesso de periodicidade e veiculação, mas por sua capacidade de chamar a atenção do enunciatório, pelo que o editor do periódico escolhe apresentar para seu público-alvo, a forma como ele mostra ou oculta certos conteúdos, e sobre o que os receptores devem ler e pensar sobre aqueles signos, após consumi-los, interpretá-los. Também, a autora nos lembra que as capas dos veículos de comunicação impressos têm o poder de modificar e fragmentar a realidade, trazendo, muitas vezes, somente uma parte do real, impossibilitando a leitura de toda uma conjuntura sobre aquele fato e/ou personagem.<sup>264</sup> Neste sentido, Cristiani Silva argumenta que a revista *Veja* "investe-se de autoridade simbólica que lhe permite participar semanticamente das ações e transformações da sociedade", para selecionar e nos mostrar o que deve ser lembrado ou esquecido na escrita da história do Brasil.<sup>265</sup>

No interior da revista, a reportagem de sete páginas intitulada *A Mulher de Verdade* disserta sobre o perfil da nova mulher brasileira que está emergindo no início da década de 1980, de acordo com uma pesquisa realizada pela agência de publicidade *McCann-Erickson*, que entrevistou 1080 mulheres casadas de até 49 anos de idade e pertencentes a todas as esferas socioeconômicas. De acordo com os resultados da pesquisa, as mulheres casadas da atualidade ainda são conservadoras e tímidas, mas já avançaram na paridade de gênero e sabem que a geração de suas filhas deve conquistar a independência e autonomia.

**Elas passeiam mais, vão mais ao cinema, à praia, ao teatro. [...]** Através de pequenas conquistas no cotidiano, a mulher vai **escapando pouco a pouco da submissão.** [...] A mulher casada brasileira mostra que rompeu um ciclo. Foi educada por sua mãe de forma muito semelhante àquela que já ensinara sua avó, no entanto dá à filha conselhos que construirão **gerações de mulheres diferentes.** [...] Elas educam as filhas para serem mulheres, preferencialmente casadas, mas **ambiciosamente independentes.**<sup>266</sup>

---

<sup>264</sup> SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**, *op. cit.*, p. 62 e seguintes.

<sup>265</sup> SILVA, Cristiani Bereta da. A invenção do futuro no Brasil: usos políticos do passado na *Veja* (1968 – 1972). In: AREND, Sílvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso: história do tempo presente e revista semanais no Brasil (1960 – 1980)**. Curitiba: Editora CRV, 2014, p. 21.

<sup>266</sup> VEJA, edição 629, de 24 de setembro de 1980, p. 64 – 70, grifo nosso.

O trecho que recortamos da reportagem revela para os leitores as conquistas e os avanços das mulheres nas últimas décadas no Brasil, muito por conta da sua inclusão mais acentuada no mercado de trabalho, bem como, pela organização de seu tempo, o que lhe permitiu aproveitar melhor seus momentos de lazer. Portanto, é possível dizer que o progresso na vida das mulheres afrouxou sua submissão aos homens, garantiu direitos antes indeferidos e rompeu com alguns dos velhos paradigmas. Além de dissertar sobre os avanços, o texto também faz questão de mencionar o que as mulheres esperam para o futuro, uma vez que seu horizonte de expectativa é a manutenção de suas conquistas e avanços ainda mais contundentes na próxima geração, pois acreditam que suas filhas alcançarão uma vida independente.

Nota-se que a independência das mulheres é o grande foco desta edição de *Veja*, emergindo em suas páginas como um ambicioso objetivo em suas vidas. Aparece, simultaneamente, como uma característica forte da “mulher de verdade”, assim como são chamadas pela reportagem.<sup>267</sup> Com efeito, quando as mulheres partem para lutar por sua independência, elas estão buscando sua autonomia, a felicidade e o sucesso na vida pessoal e corporativa. Logo, é neste momento que entra em ação a promoção de um imperativo empresarial, que busca explicar os triunfos das mulheres independentes e autônomas para os leitores, tendo em vista que esta nova mulher que está emergindo nas páginas de *Veja* é fundamentada pela racionalidade *do homo oeconomicus* enfatizada por Michel Foucault, e identificada em dois momentos:

(1) Quando *Veja* utiliza como estratégia discursiva o reconhecimento de seus avanços e as vitórias conquistadas, ao mesmo tempo que mostra para os leitores que a vida difícil das mulheres nas gerações passadas serviu como uma oportunidade de crescimento pessoal e superação, pois “antigamente o homem era mais enérgico, nem deixava a mulher sair de casa sozinha. Hoje, a mulher está se tornando mais independente, começa a conhecer a vida lá fora”.<sup>268</sup> Trata-se de um discurso que procura valorizar e impulsionar a luta das mulheres, aumentando sua autoestima e criando uma segurança psicológica para que sejam cada vez mais felizes e satisfeitas. Ademais, é um discurso que tem como propósito gerenciar sua interioridade, ou seja,

---

<sup>267</sup> VEJA, edição 629, de 24 de setembro de 1980, p. 64.

<sup>268</sup> VEJA, edição 629, de 24 de setembro de 1980, p. 67.

conduzi-las sobre como devem pensar, sentir e se comportar, bem como, quais são os hábitos e costumes que devem empregar em suas vidas para que, futuramente, as próximas gerações de mulheres se tornem ainda mais independentes e autônomas na vida pessoal e profissional.

(2) Quando entendemos que o discurso acerca da independência das mulheres significa a sua autonomia na esfera econômica, uma vez que as mulheres passaram a ocupar mais vagas de trabalho no espaço público e muitas delas já não são mais dependentes dos homens financeiramente. Segundo a reportagem, “agora, nenhuma mulher tem vergonha de trabalhar para contribuir no orçamento doméstico. Das mulheres ouvidas, a absoluta maioria aprova o trabalho feminino”.<sup>269</sup> Logo, a mulher independente apresentada por *Veja*, nada mais é do que um indivíduo economicamente ativo, que “transforma o trabalho no veículo privilegiado da realização pessoal: sendo bem sucedidos profissionalmente, fazemos da nossa vida um sucesso”.<sup>270</sup> Afinal, este seria “o retrato da nova mulher brasileira, moradora dos grandes centros”, que está “dividida entre valores novos e tradicionais, mas rejeita com veemência a ideia da submissão”.<sup>271</sup>

Nota-se que o vocabulário de *Veja* está consolidado sob um ideal de autonomia, que é veiculado como uma ferramenta para aumentar as chances de sucesso, realizar tarefas desafiadoras e obter vantagens competitivas. A razão da ênfase de *Veja* pela autonomia é pela tentativa de governar as mulheres, para que sejam indivíduos capazes, que cultivem da melhor forma possível o seu capital humano e, assim, alcancem melhores performances. Isto quer dizer que a nova mulher que está emergindo na reportagem de capa da revista *Veja* deve ser ativa e individualista, em vez de ser passiva e dependente, seja de seu esposo ou de qualquer forma de assistencialismo, tendo em vista que a nova mulher deve “buscar modelar e administrar sua própria vida, a fim de maximizar seus ganhos em termos de sucesso e de conquistas”.<sup>272</sup> Portanto, a autonomia se tornou um valor central, uma ordem, um padrão no qual sucesso e fracasso são medidos e ganham significação.

---

<sup>269</sup> VEJA, edição 629, de 24 de setembro de 1980, p. 66.

<sup>270</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**, *op. cit.*, p. 333.

<sup>271</sup> VEJA, edição 629, de 24 de setembro de 1980, p. 64.

<sup>272</sup> ROSE, Nikolas; MILLER, Peter. **Governando o presente**, *op. cit.*, p. 66.

A reportagem de *Veja* ainda evidencia que a independência e a autonomia desta nova mulher têm traços diferentes entre si, tendo em vista que a mulher de classe média “ganha 50.000 cruzeiros como advogada na assessoria jurídica do Bradesco”, enquanto que a mulher de classe baixa é “a doméstica” que trabalha como diarista, mas que não tem sua renda divulgada na reportagem.<sup>273</sup> Em nenhum momento a revista pretende ocultar que a mulher independente e autônoma é resultado de suas próprias lutas encadeadas por décadas. Porém, a reportagem induz o enunciatário a acreditar que as lutas e as conquistas destas mulheres foram travadas individualmente, e não de forma gradual e coletiva. De acordo com *Veja*, para uma mulher se tornar independente e autônoma depende somente de si mesma, e isto passa por gerenciar sua vida como um modelo de empresa que busca vencer barreiras, acumular vitórias, alcançar riqueza e sucesso, com a promessa de que essas conquistas superariam toda a angústia, os problemas e as incertezas em sua vida.

Também, é preciso ressaltar que a revista não faz uma distinção entre os desafios enfrentados pelas mulheres de classe média e de classe baixa, o que a revista faz é se apropriar do crescimento pessoal e profissional das mulheres de classe média para promover para seus leitores a imagem de indivíduos que com o passar do tempo realizaram aperfeiçoamentos constantes, otimizaram e adquiriram capital humano e souberam administrá-lo em suas vidas. Por essa razão, estas mulheres são dotadas de competências e habilidades profissionais, conquistaram o espaço público e sabem gerenciar muito bem o seu tempo para o lazer. De fato, o modelo de mulher independente e autônoma promovido por *Veja* é a de uma mulher que se autogoverna, que superou os velhos paradigmas porque gerencia sua vida como uma empresa. Deste modo, a reportagem de capa se alinha às técnicas e aos mecanismos de um biopoder que Michel Foucault entende como uma ação construtiva e transformadora, para elencar quais são as principais características que levaram as mulheres a alcançarem um estado de independência e de autonomia, a aumentarem sua qualidade de vida, a obterem o sucesso e ainda a inspirarem suas filhas.<sup>274</sup>

Neste momento, abre-se uma lacuna em nossa análise, pois se as mulheres de hoje inspiram suas filhas a alcançarem a independência e a autonomia, isso

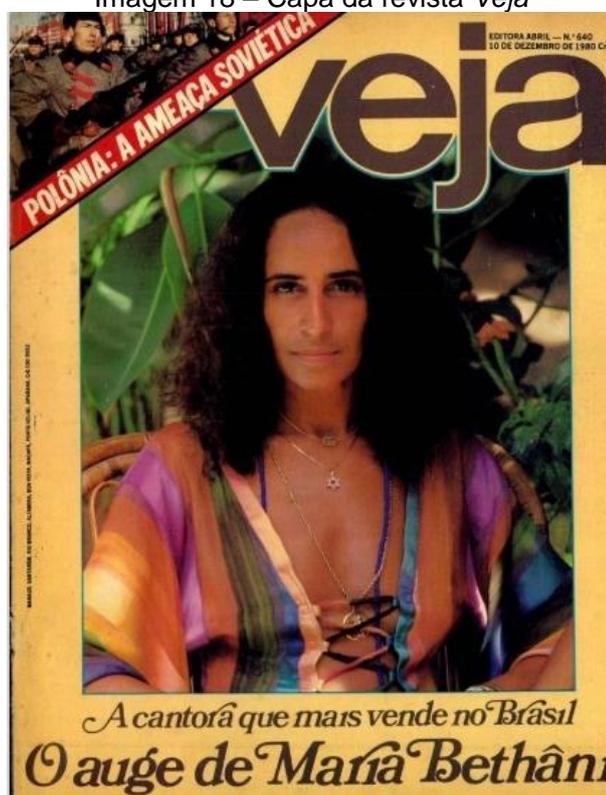
---

<sup>273</sup> VEJA, edição 629, de 24 de setembro de 1980, p. 66 e 67.

<sup>274</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*, p. 149 e seguintes.

significa que é necessário que nossa investigação passe a refletir sobre os processos de objetivação e subjetivação, nos quais, através do exercício de saber e poder, a revista *Veja* passa a contribuir para que estas mulheres sejam constituídas como sujeitos, tendo em vista que a subjetividade está presente na revista como uma cartografia cultural que organiza e, ao mesmo tempo, reorganiza os paradigmas de sociabilidade e acaba servindo de guia e/ou modelo para nossas vidas. Neste caso, talvez um dos maiores exemplos de onde esta nova mulher independente e autônoma pode chegar seja a cantora-compositora Maria Bethânia, cuja foto estampa a capa de *Veja* da edição 640, de 10 de dezembro de 1980 (Imagem 18).

Imagem 18 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 640, de 10 de dezembro de 1980, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).<sup>275</sup>

A capa desta edição de *Veja* traz uma fotografia da cantora-compositora brasileira Maria Bethânia que, na época, estava no auge de sua carreira artística, como menciona a manchete da revista. A foto escolhida pelo editor transmite para os leitores a imagem de uma mulher de sucesso. Sobretudo, a de uma mulher de

<sup>275</sup> Algumas das capas reproduzidas nesta tese estão cortadas na lateral direita. Entretanto, sempre que isto acontece, optamos por manter a imagem original, disponibilizada no acervo digital online da revista, no qual localizamos nossas fontes.

expressão serena que conduz sua vida de maneira tranquila e harmoniosa. A capa de *Veja* parece estar tomada por narrativas imagéticas que estabelecem disputas pela construção da memória e identidade de Bethânia, bem como, pela condução da conduta dos leitores. Eduardo Barros afirma que “o sucesso em *Veja* é ilustrado por pessoas que já estão na mídia ou pelos seus números – de venda, de audiência, de faturamento, dados absolutos e incontestáveis dentro de uma visão neoliberal de mundo”.<sup>276</sup> No exemplo de Bethânia, seu olhar fixo e sereno direcionado ao enunciário é o de quem não tem mais o que provar a ninguém, não existe mais dúvidas acerca de sua competência profissional, visto que seu destaque em *Veja* é pelo fato de que Bethânia é “a cantora que mais vende no Brasil”, ou seja, seus números descrevem seu sucesso.<sup>277</sup>

Neste sentido, José Prado nos convida a refletir sobre as capas dos veículos de comunicação impressos sob a perspectiva de que são lugares de autoridade, pois, por meio da articulação entre textos e imagens, busca-se convocar os leitores a tomarem posição,<sup>278</sup> uma vez que, o discurso é uma prática que possibilita a formação dos objetos, a produção da subjetividade e a constituição dos sujeitos, bem como “a visualidade é uma dimensão importante da vida social e dos processos sociais”.<sup>279</sup> Quando ambas são incorporadas nas capas de *Veja*, tornam-se uma potente estratégia cognitiva, uma ferramenta para conquistar autoridade, forjar acontecimentos, ídolos e grandes personagens. No interior da revista, a reportagem trata de Maria Bethânia como uma grande referência cultural daquele momento histórico.

Maria Bethânia Vianna Veloso, nascida em Santo Amaro da Purificação, **tem suas manias para manter tudo organizado**. A marca de Bethânia, tem um **irresistível poder de sedução**. Sua primeira aparição pública de vestido fez com que o Brasil, de repente, a olhasse com mais atenção. [...] **Um sabor de sucesso** espalha-se no ar inquietando os passivos, entorpecendo os exaltados. [...] O mundo mágico dos espetáculos elegeu Maria Bethânia para reinar soberana. “Tenho que realizar plenamente todos os pontinhos porque senão o resultado chega com tanta infelicidade que não quero”, explica Bethânia. Os pontinhos, ou o **segredo de seu**

<sup>276</sup> BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista *Veja***, *op. cit.*, p. 42.

<sup>277</sup> VEJA, edição 640, de 10 de dezembro de 1980, capa.

<sup>278</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 165 e seguintes.

<sup>279</sup> MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 23, n. 45, jul., 2003, p. 11.

**sucesso**, estariam na opinião de Bethânia em sua **determinação de só pular para um novo degrau** quando já estiver com os pés firmíssimos no de baixo.<sup>280</sup>

O trecho que recortamos é da reportagem de cinco páginas intitulada *Doce Gosto de Vitória*, na qual *Veja* apresenta para seus leitores um resumo da carreira da cantora-compositora Maria Bethânia. Nota-se que o texto da edição enaltece a trajetória da artista brasileira, pois se trata da mulher que mais vende disco no Brasil e está próxima de superar um milhão de cópias. Ora, mas quais são os segredos desse sucesso todo?

Problematizando o recorte do texto, percebemos em um primeiro momento que *Veja* anuncia para os leitores que uma das marcas do sucesso de Maria Bethânia é seu poder de sedução quando sobe no palco. Porém, adiante, a própria Bethânia menciona que o segredo de seu sucesso é a sua determinação em galgar um degrau de cada vez. Todos que “trabalham com ela ressaltam essa disposição”, e isso quer dizer o quanto a cantora-compositora é organizada e realiza aperfeiçoamentos constantes em sua carreira, pois Bethânia é uma “fascinante química de sabedoria e profissionalismo exemplar”.<sup>281</sup> Certamente, são essas as razões que tornam Bethânia uma mulher independente e autônoma, tal como vimos nas análises da edição 629, de 24 de setembro de 1980 (Imagem 17), que destacava a emergência da nova mulher brasileira. Com efeito, é assim que a cantora-compositora é apresentada na reportagem de capa da revista *Veja*, ou seja, como um exemplo de mulher que se autogoverna, que conquistou a felicidade e aumentou sua qualidade de vida, mas, principalmente, trata-se de uma mulher que alcançou o sucesso devido a progressos constantes em seu regime de competências, por ser uma artista habilidosa, inovadora, flexível e, sobretudo, motivada para que possa produzir fluxos de renda.

Como já vimos anteriormente, as características de Bethânia condizem com a lógica do *homo oeconomicus* examinada por Michel Foucault, uma vez que sua presença de palco, seu trabalho, sua determinação e seus aperfeiçoamentos constantes são expostos por *Veja* como o capital humano que levou Maria Bethânia a alcançar sua independência e autonomia e se tornar uma mulher de sucesso. Neste sentido, é importante destacar que o biopoder recai sobre a vida dos indivíduos no

---

<sup>280</sup> VEJA, edição 640, de 10 de dezembro de 1980, p. 80 – 82, grifo nosso.

<sup>281</sup> VEJA, 640, de 10 de dezembro de 1980, p. 80.

propósito de gerenciar sua interioridade sob um imperativo empresarial, pois a racionalidade do *homo oeconomicus* exige toda uma mudança de pensamentos e de transformações nos hábitos dos indivíduos para que se tornem economicamente ativos, competitivos e passem a seguir uma vida baseada em um governo de si mesmo, no auto empreendimento, sendo ele próprio o seu capital, sua fonte de renda.<sup>282</sup>

A interioridade dos leitores se tornou alvo do exercício de poder, tendo em vista que para empresariar a vida é necessário reconfigurar seu modo de raciocinar e agir. Inclusive, essa é uma ideia que Pierre Dardot e Christian Laval defendem quando enfatizam que “os sujeitos nunca teriam se convertido de forma voluntária ou espontânea” à razão neoliberal, assim foi preciso “pensar e implantar”, por meio de estratégias como a “educação da mente” e a “organização do trabalho”, a forma ideal deste novo sujeito, a um só tempo, trabalhador produtivo e indivíduo calculador que almeja o sucesso.<sup>283</sup>

É fato que não se trata de colocar a revista *Veja* como uma responsável geral pela construção da subjetividade desta nova mulher. O que enfatizamos neste trabalho é como o periódico faz parte deste jogo que molda e constrói novos sujeitos. Assim sendo, *Veja* não pode ser compreendida apenas como um entretenimento, pois ela possibilita que seus leitores formem sua imaginação, deem sentido na sua vida, tomem decisões no cotidiano, concretizem aquilo que gostam ou odeiam, enfim, a revista *Veja* conduz os leitores ao que desejam ser dentro de um campo de possibilidades determinado por ela mesma, ensinando-os a agir para chegar onde querem. Nos exemplos mencionados, fica evidente que as reportagens de capa da revista *Veja* moldam a subjetividade de seus leitores no momento em que transformam a conduta intangível, mutável e aparentemente livre das mulheres em traços manipuláveis, codificados, materializados, que podem ser utilizados em qualquer procedimento de cálculo. Por esta razão, Nikolas Rose afirma que “o indivíduo se tornou calculável e gerenciável”, uma vez que a “individualidade humana pode ser produzida, ordenada, acumulada e posta em circulação”.<sup>284</sup>

---

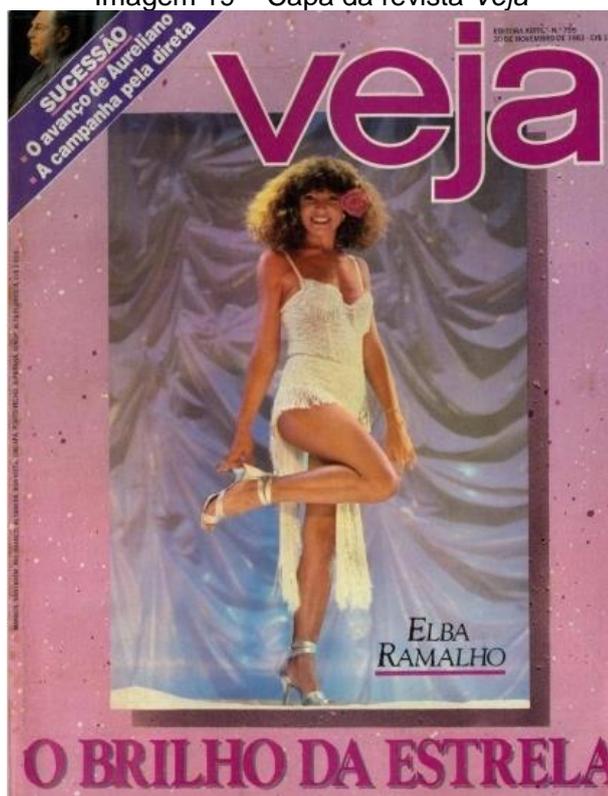
<sup>282</sup> FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**, *op. cit.*, p. 333 – 359.

<sup>283</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**, *op. cit.*, p. 324.

<sup>284</sup> ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selves**, *op. cit.*, p. 158.

Neste sentido, é preciso que *Veja*, periodicamente, apresente para seus leitores quem são estas mulheres de sucesso para que sirvam como boas referências em suas páginas. É fundamental mostrar quais foram os caminhos percorridos, trazendo seus exemplos e suas dicas, conduzindo movimentos de objetivação e subjetivação dos leitores. Tendo em vista as discussões apresentadas, observamos a capa de *Veja* da edição 795, de 30 de novembro de 1983 (Imagem 19).

Imagem 19 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 795, de 30 de novembro de 1983, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

Boris Kossoy ressalta que os veículos midiáticos se encarregam de escolher determinadas fotografias para atribuir significados no propósito de criar “realidades e verdades”. Para o autor, toda fotografia carrega consigo tramas e ficções e, ao longo do tempo, constituíram-se como um “excelente instrumento para fixar a memória dos fatos selecionados”.<sup>285</sup> Com efeito, ao observarmos a fotografia da cantora Elba Ramalho que estampa a capa da edição 795, de 30 de novembro de 1983 (Imagem 19), nota-se que ela está inserida dentro de uma moldura, passando o entendimento para o enunciatório de que a ex-modelo, e na época já cantora, não é só mais uma

<sup>285</sup> KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**, *op. cit.*, p. 24.

celebridade, nem apenas uma simples capa de revista, é um *poster* de uma celebridade de sucesso.

A manchete, por sua vez, anuncia o brilho de uma estrela do mundo da música, em referência a sua interpretação, sua voz e presença de palco contagiante, entre outras características da cantora destacadas na reportagem *O Momento da Estrela*, de sete páginas no interior da revista. Porém, o que chama atenção no texto é o que Elba Ramalho acredita ser a chave para seu sucesso:

Qual é o segredo de Elba? “O homem sempre balança entre a dor e a alegria, mas **eu escolhi a alegria**”, diz ela, e está aí uma das respostas: **Elba é o alto astral personificado**, o ingrediente de animação e estamina de que as platéias necessitam, especialmente nos **tempos de crise**.<sup>286</sup>

O recorte da reportagem enfatiza que, segundo a própria cantora, a alegria e o alto astral são seus segredos do/para o sucesso. Para a revista, eles fazem parte da sua personalidade, são traços personificados em Elba Ramalho que desde seus “15 anos já era muito independente, impulsiva e determinada”.<sup>287</sup> Além disso, outro ponto importante neste trecho é quando *Veja* menciona a alegria e o alto astral da cantora como ingredientes que a plateia necessita em tempos de crise. Ora, novamente, o contexto de crise vem à tona nas reportagens de capa de *Veja*, assim como já analisado em edições anteriores.

De acordo com Daniel Reis, a crise mencionada por Elba Ramalho na reportagem deve-se ao desarranjo econômico que o Brasil vivenciava desde os primeiros anos da década de 1980, que “foi difícil para as classes trabalhadoras”. O crescimento instável da economia produzia “desemprego em alta e reajustes sempre menores à inflação”.<sup>288</sup> Segundo Jadir Rostoldo, o ano de 1983 foi emblemático para a economia brasileira, pois ficou marcado pela recorrência do Brasil a empréstimos bilionários ao Fundo Monetário Internacional (FMI), o que aumentou drasticamente a dívida externa. A inflação, por sua vez, fechou aquele ano em 211% e, junto com a desvalorização da moeda, deteriorou o poder de compra dos brasileiros,

---

<sup>286</sup> VEJA, edição 795, de 30 de novembro de 1983, p. 82 e 83, grifo nosso.

<sup>287</sup> VEJA, edição 795, de 30 de novembro de 1983, p. 84.

<sup>288</sup> REIS, Daniel Aarão. **Ditadura e democracia no Brasil**, *op. cit.*, p. 142.

principalmente dos mais pobres. As taxas de desemprego e desigualdade social aumentaram e o PIB de -2,9% confirmava o cenário de recessão econômica.<sup>289</sup>

Entendendo o contexto histórico da publicação desta edição, em um primeiro momento, é possível dizer que o propósito de *Veja* é promover o alto astral e a felicidade para seus leitores, e mostrar que são os pequenos instantes de alegria que podem funcionar como um medicamento para que esqueçam, ainda que momentaneamente, o difícil momento econômico do Brasil. Da mesma forma, a promoção da felicidade serve como um importante remédio para que os leitores não adoeçam, para que se mantenham produtivos e recuperem sua energia e obtenham autoestima necessária para enfrentar a instabilidade econômica. Mas, ao mesmo tempo, existe um processo de subjetivação, pois, quando *Veja* utiliza uma celebridade para promover a felicidade, ela passa a mensagem de que o sentimento da felicidade é uma espécie importante de capital humano que pode alimentar o caminho para alcançar o sucesso. Ao mesmo tempo, indica que são as pequenas mudanças nos hábitos e costumes dos leitores, no cotidiano, que podem trazer qualidade de vida, bem-estar e os conduzir ao sucesso pessoal e profissional, tal como no exemplo de Elba Ramalho, que escolheu a alegria e o alto astral.

Neste sentido, a revista *Veja* corrobora com as análises de Steven Pinker, que acentua que a atitude mental com que os indivíduos compreendem a vida é essencial para alcançar o sucesso. Isso quer dizer que para conquistar qualquer que seja o objetivo em vida, pode ser mais fácil se mudarmos a nossa forma de mentalizar as coisas, pois isso é um fator decisivo para que todo o potencial dos indivíduos seja explorado. Assim, o desenvolvimento pessoal de caráter mental é um fator significativo para o sucesso, seja ele na vida pessoal ou corporativa.<sup>290</sup>

Todavia, como medir o sucesso de Elba e mostrá-lo para os leitores?

Evidentemente que Elba não revela o que ganha – mas podem-se fazer alguns cálculos. Se ela tem direito, por contrato, a 35% da bilheteria em suas apresentações no Canecão, e se seu show rendeu, no mês de novembro, 214 milhões de cruzeiros, **então ela ficou com mais de 70 milhões**. Ao mesmo tempo, se, como a quase totalidade dos artistas, Elba tem direito a 12% de cada LP vendido, e se vem vendendo o seu ao ritmo de 45.000 mensais, **ela faturou, no mesmo mês de novembro, pouco mais de 24 milhões de cruzeiros. Total: 94 milhões de**

---

<sup>289</sup> ROSTOLDO, Jadir Peçanha. **Brasil, 1979 – 1989**, *op. cit.*, p. 44 e 45.

<sup>290</sup> PINKER, Steven. **Como a mente funciona**, *op. cit.*

**cruzeiros este mês**, sem contar os direitos de execução de suas músicas no rádio.<sup>291</sup>

O primeiro ponto importante desse recorte é que o sucesso para *Veja* está relacionado intimamente ao dinheiro, à capacidade de consumo e à quantidade de fluxos de renda que um indivíduo pode vir a produzir. Nota-se, que a métrica do sucesso para a revista é uma régua financeira, isto é, quanto mais dinheiro, maior é o sucesso. Por esta razão, o destaque deste recorte se deve ao diagnóstico feito por *Veja* numa tentativa de descobrir os rendimentos de Elba Ramalho, embora a própria cantora não os revele publicamente. Todavia, segundo a revista, o faturamento de Elba é em torno de 94 milhões de cruzeiros ao mês. É importante mencionar os ganhos da cantora, uma vez que faz parte da narrativa de que ela se tornou uma celebridade de sucesso, uma mulher independente que acumulou vitórias em sua carreira profissional graças a obtenção deste importante capital humano, ou seja, sua felicidade.<sup>292</sup>

Como destaca a própria cantora, a felicidade é seu segredo para o sucesso profissional, ou seja, a felicidade é o capital humano de Elba Ramalho responsável pelo alto cachê recebido, por produzir seus fluxos de renda. Por isso, é interessante que a felicidade seja cada vez mais promovida nas páginas de *Veja*, para que os leitores passem a entender que a felicidade não é uma simples emoção. Trata-se, de um capital que, se bem administrado, pode colocá-los em uma posição de vantagem sobre os outros indivíduos, uma vez que na racionalidade neoliberal o “indivíduo deve gerir seu capital humano e fazê-lo frutificar, para que produza fluxos de renda” e, conseqüentemente, alcance o sucesso.<sup>293</sup>

Contudo, um outro elemento entra em cena nesta reportagem, que é a questão do desempenho de Elba Ramalho, de sua dedicação ao trabalho. Tais pontos aparecem em oposição aos momentos de inatividade, descanso e ócio, que são silenciados por *Veja* no mesmo instante em que se enaltece o produtivismo. A face de Elba Ramalho que a revista deseja mostrar é a de um indivíduo economicamente ativo, reconhecido por sua utilidade, por aquilo que produz e pelos seus fluxos de

---

<sup>291</sup> VEJA, edição 795, de 30 de novembro de 1983, p. 86 – 88, grifo nosso.

<sup>292</sup> Para uma base de comparação, o Decreto nº 88.930, de 31 de outubro de 1983, fixou o salário mínimo em Cr\$ 57.120,00 (cinquenta e sete mil, cento e vinte cruzeiros) mensais, válido para todo território nacional.

<sup>293</sup> DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**, *op. cit.*, p. 337.

renda. Com efeito, o trabalho não é compreendido como uma necessidade econômica e/ou financeira, uma atividade social e coletiva, mas uma realização pessoal, uma fonte de satisfação, de realização de objetivos, de autorrealização. O ambiente de trabalho é o local onde Elba Ramalho e os demais indivíduos devem buscar a autopromoção e o aperfeiçoamento de suas capacidades ativas.

Novamente, o discurso de *Veja* funciona como uma ferramenta possibilitadora da subjetivação dos leitores e, neste sentido, o discurso é uma prática que produz vontades de verdade, as quais promovem efeitos sobre os indivíduos, uma vez que o discurso incita, promove e desloca os indivíduos. Isso quer dizer que a produção discursiva de *Veja* é, ao mesmo tempo, um objeto de desejo e um veículo de poder, pois produz efeitos, ou seja, produz subjetividades.<sup>294</sup> Deste modo, por meio do saber jornalístico e através do exercício de poder, *Veja* busca participar da constituição de seus leitores enquanto sujeitos conduzidos pela racionalidade neoliberal. Esta é a razão de promover em suas reportagens de capa quais são as celebridades que alcançaram o sucesso, bem como, dar dicas e receitas para que os leitores possam conquistá-lo.

Nota-se que uma ordem determinante de saber-poder-subjetividade é acionada por meio do discurso jornalístico de *Veja*, ao apresentar para seus leitores que a felicidade das celebridades é uma espécie de capital humano e que essa habilidade pode ser desenvolvida e aplicada em suas vidas para alcançarem o sucesso. Assim, o propósito da revista é fazer seus leitores entenderem a importância da felicidade e sua aplicação, principalmente, no mundo do trabalho, dado que ela é o capital humano que pode aumentar suas performances, torná-los mais eficientes, úteis, produtivos e, desta forma, conduzi-los ao sucesso. É como se *Veja* anunciasse para seus leitores que eles também podem ser os novos vencedores, desde que sigam o manual de sucesso que está sendo veiculado em suas páginas. Diante disso, temos aqui a manifestação positiva do biopoder elencado por Michel Foucault, que lança sobre os leitores, dicas, receitas e manuais que tem como propósito gerenciar sua interioridade, isto é, seu modo de pensar, sentir, agir, hábitos e costumes. Para que os leitores alcancem bem-estar, qualidade de vida e sucesso é necessário que a revista, num exercício de biopoder, introduza uma série de mecanismos disciplinares por meio de reportagens de capa que inspirem, recomendem, mostrem, aconselhem e ensinem,

---

<sup>294</sup> FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**, *op. cit.*, p. 43 e seguintes.

no sentido de que estes indivíduos passem a conduzir suas vidas através de um imperativo empresarial, e isso implica entender que a felicidade é uma habilidade que precisa ser constantemente desenvolvida em seu cotidiano, assim, fazendo que os leitores passem a se deslocar, a tomar uma posição.<sup>295</sup>

Certamente, o que está em jogo é um processo de subjetivação, instigado pela apresentação da vida de Elba Ramalho como um referencial de sucesso a ser seguido. Se os leitores seguirem esta receita de vida, também podem se tornar pessoas vitoriosas no futuro, se constituindo como indivíduos de sucesso na esfera pessoal ou profissional. Segundo Michel Foucault, a constituição do sujeito não acontece de forma soberana, não há uma unidade fundadora, “uma forma universal de sujeito que poderíamos encontrar em todos os lugares”, mas, pelo contrário, para o filósofo, “o sujeito se constitui através de sujeição ou, de maneira mais autônoma, através de práticas de liberação, de liberdade”, a partir, obviamente, “de regras, de estilos, de convenções que podemos encontrar no meio cultural”.<sup>296</sup> Nesta perspectiva, todos os sujeitos estão inseridos no meio cultural e todas as relações culturais são, de fato, relações de poder que interagem com o sujeito respeitando cada espaço e momento histórico. Logo, o discurso de *Veja* tem um papel fundamental neste processo, pois, conforme a perspectiva do autor, o discurso é um compilado de enunciados que constroem uma formação discursiva e, ela não é necessariamente uma forma de representar o mundo, mas uma prática, “uma vontade verdade”. Portanto, o discurso não é uma tradução daquilo que já está pronto, mas um produtor da nossa realidade.<sup>297</sup>

É por meio do discurso que o propósito das reportagens de capa de *Veja* é constituir um sujeito economicamente ativo que esteja inserido na lógica do *homo oeconomicus*, que passe a gerenciar sua vida tendo como referência o modelo de uma empresa, ponderando, sempre, a questão do custo/benefício e a obtenção de lucro, pois os enunciados de *Veja* estimulam a criação de um indivíduo que deve se auto governar, tornar uma espécie de empresário de si mesmo, competitivo, individualizado e que gerencie seus sentimentos, como o da felicidade, por exemplo,

---

<sup>295</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*, p. 149 e seguintes.

<sup>296</sup> FOUCAULT, Michel. Uma estética da existência. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos V** – Ética, Sexualidade, Política. Trad. Elisa Monteiro, Inês Autran Dourado Barbosa. 3º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017, p. 284.

<sup>297</sup> FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**, *op. cit.*, p. 14 – 20.

como uma categoria de capital humano que deve ser constantemente alcançada e utilizada para que possa, por meio dela, ser conduzido para o sucesso. A felicidade que era uma aspiração, agora, torna-se um dever, tendo em vista que ser feliz é uma tarefa diária do sujeito empreendedor guiado pelo imperativo empresarial, no qual os indivíduos modelam suas próprias emoções e governam a si mesmo por meio da maximização deste capital humano que é a felicidade. Esta é a razão da ênfase de *Veja* sobre o cultivo da felicidade em suas páginas.

Ainda assim, é preciso reforçar nosso argumento de que não existe problema algum em buscar por autonomia e felicidade. O ponto da nossa discussão são os efeitos provocados pelas produções discursivas de *Veja*, ou seja, como elas buscam chegar até os leitores, numa tentativa de subjetivá-los. O que nossa análise pretende enfatizar é que a autonomia, corrompida pela razão do *homo oeconomicus* não é pensada como prazer, qualidade de vida e fruto da satisfação dos indivíduos, mas como uma habilidade que deve ser constantemente aperfeiçoada, um capital humano que deve ser utilizado como um meio para a obtenção de um conceito de sucesso que está intimamente vinculado ao dinheiro, e ao mesmo tempo, para que os sujeitos continuem produtivos no mundo do trabalho. O problema é quando a felicidade é individualizada, descolada dos valores transcendentais e das coisas simples da vida, e passa a ser compreendida e estimulada como um capital humano, exibida como uma conquista e como prova de sucesso. A felicidade é o coroamento daqueles que tiveram realizações, principalmente, econômicas. A felicidade perdeu sua dimensão coletiva para se tornar algo individual, uma construção de cada um. Inclusive, este é um fenômeno que Vera França chama de “privatização da felicidade”, uma felicidade individual, criada e estimulada socialmente tendo a economia como principal referencial. Segundo a pesquisadora, entender a felicidade deste modo pode ocasionar grandes frustrações, uma vez que o próprio indivíduo se culpa e se assume como um fracassado e/ou como um inútil por não ter alcançado uma vida bem-sucedida e gratificante.<sup>298</sup> Portanto, este trabalho não é contra a felicidade e a autonomia dos indivíduos, mas critica sua visão reducionista como sinônimo de realização pessoal. Nossa ênfase é mostrar como a felicidade e a autonomia são utilizadas como uma estratégia para a condução de condutas dos indivíduos.

---

<sup>298</sup> FRANÇA, Vera V. “A felicidade ao seu alcance”: que felicidade, e ao alcance de quem, afinal? In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 217.

A felicidade e a autonomia em *Veja* são um horizonte de expectativa econômica, diferente da tristeza e do desânimo que podem surgir em decorrência dos fracassos e derrotas que são ocultados, especialmente em relação à vida das celebridades. Além disso, o modo com que *Veja* passa a seus leitores a ideia de felicidade retira de cena os conflitos ligados, por exemplo, às classes, aos direitos, ao empoderamento e crescimento pessoal e profissional, como resultados da luta e de uma convivência coletiva. Por esta razão Zygmunt Bauman constata que “o progresso, como tantos outros parâmetros da vida moderna, está agora individualizado e privatizado”. A questão do aperfeiçoamento não é mais um empreendimento coletivo, mas individual. E isso quer dizer que homens e mulheres devem usar, “individualmente, seu próprio juízo, recursos e indústria para elevar-se a uma condição mais satisfatória” em suas vidas.<sup>299</sup>

Como vimos, até aqui, a emergência do saber jornalístico de *Veja* não está encadeada de forma linear. Ou seja, os discursos que buscam subjetivar os leitores não são encontrados de forma contínua, pois não estão presentes em todas as edições de *Veja*. Contudo, deparamo-nos com eles no momento em que aplicamos a arqueologia do saber certificada por Michel Foucault e, assim, conseguimos identificar a regularidade de enunciados jornalísticos que se apoiam e constroem a mesma formação discursiva e que mostram certa consistência no tempo.<sup>300</sup> Com efeito, o saber de *Veja* emerge em meio a um imenso painel de edições publicadas, e a genealogia do poder de Michel Foucault nos auxilia a examinar os efeitos desta produção discursiva, suas estratégias e táticas, sem perder de vista que o que está em jogo são as micro relações de poder que constituem os indivíduos.<sup>301</sup>

As reportagens de capa selecionadas para análise neste capítulo permitiram que nossa investigação avançasse sobre técnicas do biopoder lançadas sobre os leitores, cujo alvo foi o gerenciamento de sua interioridade por meio de uma série de mecanismos e técnicas. Novamente, a racionalidade do *homo oeconomicus* se fez presente em *Veja* para conduzir seus leitores sobre a importância em obterem capital

---

<sup>299</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, p. 170.

<sup>300</sup> FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**, *op. cit.*, p. 23 – 48.

<sup>301</sup> FOUCAULT, Michel. Diálogos sobre o poder. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos IV** – Estratégia, Poder-Saber. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017, p. 247 – 260.

humano e utilizá-lo como uma vantagem competitiva que pode posicioná-los à frente dos demais indivíduos, produzir fluxos de renda e conduzi-los ao sucesso.<sup>302</sup>

No próximo capítulo, nossa inquietação é por examinar como o exercício do biopoder presente nas reportagens de capa da revista *Veja* tem como objetivo governar a população enquanto espécie, no propósito de otimizar sua saúde, estabelecer normas, conter possíveis ameaças e garantir a segurança por meio de mecanismos de controle, alertas e regulamentações que buscam produzir comportamentos conformes. Neste caso, a revista *Veja* emerge como uma grande aliada do que Michel Foucault chamou de biopolítica,<sup>303</sup> uma nova configuração do biopoder que tem como alvo a vida da população.

---

<sup>302</sup> Todas as capas utilizadas neste tópico podem ser consultadas em: Apêndice 5 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Empresariando as emoções, p. 227.

<sup>303</sup> FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**, *op. cit.*, p. 447 – 486.

## CAPÍTULO III

**O gerenciamento da população**

---

O objetivo deste capítulo é analisar os enunciados jornalísticos de uma série de reportagens de capa da revista *Veja*, que têm como propósito gerenciar a vida da população. Os gerenciamentos emergem no momento em que o periódico busca promover a saúde por meio do consumo de medicamentos, quando estabelece normas e mecanismos de controle no propósito de redirecionar, para dentro da margem social, aqueles sujeitos que se desviaram e estão fora da normalidade. O gerenciamento da vida também passa por abandonar e/ou excluir socialmente os indivíduos que já não são mais produtivos e causam despesas para o Estado. A investigação neste capítulo se encarrega de problematizar as reportagens de capa de *Veja* que emitem uma série de alertas no que diz respeito à segurança da população, por meio de observações e dados estatísticos sobre a ameaça que um descontrole demográfico pode ocasionar. A emergência destes gerenciamentos nas reportagens de capa da revista *Veja* produz vários processos de subjetivação que chamamos de imperativo da saúde, da vida e morte e da segurança, tendo em vista que os enunciados jornalísticos promovem a biopolítica, uma tecnologia de poder que procura regular, organizar e maximizar, de forma racional e calculista, a vida da população.

### 3.1 A promoção da saúde por meio da ciência

Durante a segunda metade do século XVIII, eu creio que se vê aparecer algo de novo, que é **uma outra tecnologia de poder**, não disciplinar dessa feita. **Uma tecnologia de poder que não exclui a técnica disciplinar**, mas que a embute, que a integra, que a modifica parcialmente e que, sobretudo, vai utilizá-la, implantando-se de certo modo nela, e incrustando-se efetivamente graças a essa técnica disciplinar prévia. **Essa nova técnica de poder não suprime a técnica disciplinar simplesmente porque é de outro nível, está em outra escala, tem outra superfície de suporte e é auxiliada por instrumentos totalmente diferentes.**<sup>304</sup>

O pequeno trecho mencionado acima é uma referência à última aula do curso *Em Defesa da Sociedade*, no qual Michel Foucault evidencia o surgimento de outra tecnologia de poder, a qual chamou de biopolítica. Segundo o autor, esta nova técnica de poder se difere do poder disciplinar, conceituado pelo autor em obras como *Vigiar e Punir*, e no primeiro volume de *História da Sexualidade*. Naquela ocasião, Michel Foucault definiu que o poder disciplinar tinha como alvo o corpo do sujeito, em uma tentativa de adestrá-lo, torná-lo útil, dócil e produtivo. Para o autor, essa técnica de poder se perpetuou no ocidente entre os séculos XVII e final do XVIII, principalmente, dentro das fábricas, escolas, hospitais e exércitos, sendo aplicada sobre cada um dos indivíduos, tendo como suporte a disciplina, a hierarquia e a vigilância de seus corpos.<sup>305</sup>

Já a biopolítica teria emergido no ocidente no final do século XVIII, designando a maneira pela qual o poder se encaminha para uma transformação, pois embora não exclua a técnica disciplinar, amplia seu horizonte. Portanto, a biopolítica deve ser entendida como um exercício de poder sobre um novo corpo político: a população. De acordo com Michel Foucault, a emergência de grandes populações criou novos problemas políticos que os mecanismos disciplinares não conseguem solucionar. Por essa razão, o poder da biopolítica não é exercido sobre o indivíduo-corpo, mas sobre a população-espécie. Nesse sentido, o que o autor nomeia como biopolítica é o movimento de produção de estratégias para regulamentar a vida das populações e para nortear a governamentalidade dos povos, no sentido de racionalizar e resolver problemas próprios de uma população, como o contingente, as questões de saúde,

---

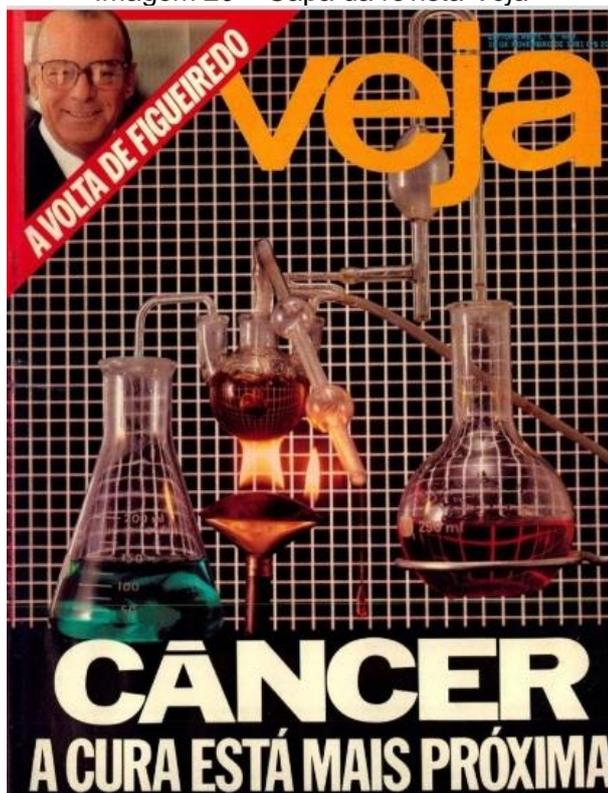
<sup>304</sup> FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**, *op. cit.*, p. 288 e 289, grifo nosso.

<sup>305</sup> Ver mais em: FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**, *op. cit.* Também: FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*

higiene, natalidade, longevidade, qualidade de vida, urbanização, etc. Também, a emissão de alertas sobre possíveis perigos que possam colocar a espécie humana em risco faz parte deste movimento. Do mesmo modo, é necessário o investimento na própria existência humana, e isso significa fazer a população viver, alcançar uma vida estável, sadia, forte, produtiva e sem sofrimentos.<sup>306</sup>

Tendo em vista o que foi mencionado, selecionamos um conjunto de reportagens de capa da revista *Veja* que indicam as tentativas do periódico para se posicionar enquanto um dispositivo da biopolítica, ou seja, a revista atribui para si o compromisso de promover e gerenciar a saúde da população por meio da ciência e de seus avanços. Observamos, a seguir, a capa da revista *Veja* da edição 689, de 18 de novembro de 1981 (Imagem 20).

Imagem 20 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 689, de 18 de novembro de 1981, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da edição mencionada é dedicada à temática do câncer, em específico, sobre os avanços da ciência no combate à doença. Por este motivo, *Veja* traz em sua capa a imagem de um conjunto de vidrarias de um laboratório químico: bastão de

<sup>306</sup> FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade*, *op. cit.*, p. 285 – 315.

vidro, balão de fundo redondo e balão volumétrico, ou seja, algumas das principais ferramentas de trabalho utilizadas por químicos para testes, ensaios e experimentos científicos durante a rotina de desenvolvimento de suas pesquisas. A manchete e a linha fina da capa anunciam para os leitores que a cura do câncer está mais próxima e, em complemento à imagem, a revista nos faz entender que essa conquista é resultado dos avanços científicos obtidos nos últimos anos.

No interior do periódico, a reportagem de sete páginas enaltece os avanços da ciência no que diz respeito aos novos métodos de tratamento contra o câncer, conferindo prestígio aos pesquisadores e especialistas pela descoberta de novas drogas que vinham se mostrando eficazes no enfrentamento da doença, como é o caso do medicamento chamado Interferon.

**[...] as companhias farmacêuticas americanas começam a produzir Interferon quimicamente puro.** Há poucas semanas foram revelados pelo Dr. Jordan Gutterman, em Houston, nos Estados Unidos, os **primeiros resultados de testes efetuados com Interferon** obtido pela Engenharia Genética. **A droga conseguiu bloquear o crescimento de tumores em dezesseis pacientes que já se encontravam em estágio avançado.** [...] **Os progressos são evidentes** [...] pouco a pouco, as peças do gigantesco quebra-cabeça vão encontrando seu lugar.<sup>307</sup>

O trecho acima é um recorte da reportagem *A Esperança Química*, no qual *Veja* destaca as pesquisas conduzidas pelo Dr. Jordan Gutterman, com uma proteína natural chamada Interferon, que apresentou resultados significativos em pacientes com câncer em estágio avançado. Por este motivo, a nova medicação já está sendo produzida pelas companhias farmacêuticas. Com efeito, nota-se que: (1) o foco da reportagem de *Veja* está no enaltecimento da ciência ao destacar seus progressos científicos no que tange aos métodos de enfrentamento da doença, e isso fica evidente por conta da imagem e da manchete veiculadas na capa da edição, bem como, pelo título da reportagem. A ênfase do texto está na esperança química que vem dos laboratórios de pesquisa; (2) a reportagem ignora o cotidiano e o sofrimento dos pacientes diagnosticados com câncer.

A análise preliminar que manifestamos no parágrafo anterior é apresentada em profundidade por Veronice Silva, que analisou um conjunto de reportagens de capa da revista *Veja* sobre o câncer. Analisando quatro décadas de publicações, a autora

---

<sup>307</sup> VEJA, edição 689, de 18 de novembro de 1981, p. 62, grifo nosso.

constatou transformações discursivas sobre a temática, ao longo do tempo, e a ênfase estabelecida pela revista com relação aos avanços da medicina e demais ciências referentes ao tratamento e a cura da enfermidade. Segundo a autora, na década de 1980, os progressos da ciência e as vozes dos pesquisadores emergiram nas páginas da revista para avaliar o impacto do câncer na população e seus possíveis desdobramentos no âmbito social, político e econômico, enquanto os depoimentos dos pacientes foram silenciados pelo periódico. A pesquisa de Veronice Silva também enfatiza que, em certa medida, os enunciados de *Veja* promovem um espetáculo sobre a doença, que adquire um valor mercadológico, pois a revista se constitui, antes de tudo, como um material informativo e de entretenimento pelo qual os leitores pagam para ter acesso.<sup>308</sup>

De acordo com Susan Sontag, a medicina do século XX é caracterizada pelo grande desenvolvimento científico e tecnológico, o que lhe deu maior poder de intervenção sobre a vida da população. Entretanto, isso não impediu que fossem criadas inúmeras metáforas sobre o câncer.<sup>309</sup> Talvez, a principal delas é a utilização da linguagem militar para tratar da doença, como no exemplo da reportagem de *Veja* no instante em que menciona que a ciência já adquiriu “um arsenal de drogas eficazes contra o câncer”, fazendo com que “as condições do combate vão-se tornando, hoje em dia, cada vez melhores – e as chances de sobrevivência se multiplicam num ritmo notável”. A reportagem de *Veja* também utiliza a linguagem militar para mencionar “a quimioterapia” que “surge como uma arma revolucionária”, na “eterna guerra entre a engenhosidade do homem e um de seus mais antigos e impiedosos inimigos, o câncer”.<sup>310</sup>

De fato, a metáfora militar presente nos enunciados de *Veja* sobre enfrentamento do câncer é extraída da linguagem da guerra, e isso fica evidente quando a reportagem enfatiza que existe uma luta ou uma cruzada contra o câncer. Por este motivo, ela trata o câncer não como uma simples doença, mas como um inimigo que deve ser combatido a qualquer custo. Na perspectiva da revista, a doença deve ser encarada como “uma invasão de organismos alienígenas, aos quais o organismo humano reage com suas próprias operações militares”, tais como “a

---

<sup>308</sup> SILVA, Veronice Mastella da. **De anônimos a heróis**, *op. cit.*

<sup>309</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**. Trad. Rubens Figueiredo e Paulo Henriques Britto. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

<sup>310</sup> VEJA, edição 689, de 18 de novembro de 1981, p. 54 – 58.

mobilização de defesas imunológicas” e utilização de uma medicina agressiva, exposta na “linguagem da maioria das quimioterapias”.<sup>311</sup> Para Sontag, referenciar o câncer por meio da metáfora militar provoca uma “mobilização excessiva” e “uma representação exagerada”, pois tal linguagem estabelece “uma contribuição de peso para o processo de excomunhão e estigmatização do doente”, além de que estimular o fatalismo e justificar medidas severas contra o corpo do paciente, minimiza os efeitos colaterais das medicações e reforça a noção de que lutar contra a doença é estar, de fato, em uma guerra.<sup>312</sup>

Nesse sentido, nossa análise mostra que os enunciados da revista *Veja* enaltecem a ciência ao mesmo tempo em que conferem prestígio à carreira de pesquisadores, médicos e especialistas. Isto contribuiu para o aquecimento de um jovem mercado prestador de serviços e planos de saúde privados para diagnosticar, tratar e curar os pacientes acometidos com o câncer, tendo em vista que o Estado e o sistema público de saúde brasileiro não são mencionados como aliados no enfrentamento da doença. Também, é preciso ressaltar que quando a revista *Veja* coloca ênfase na ciência e não nos pacientes diagnosticados com câncer, ela busca conduzir seus leitores a acreditarem que somente esta ciência, a médica, é capaz de elaborar uma compreensão complexa de como a vida é, de como ela deve ser experimentada e compreendida por meio de discursos e práticas deste saber científico. Nessa perspectiva, as evidências trazidas pela ciência devem ser aceitas e incorporadas ao nosso modo de vida com a finalidade de nos guiarmos, reprimindo dores, sofrimentos, suplantando as doenças e, assim, promovendo a saúde da população como um imperativo a ser seguido.

Michel Foucault salienta que a vida ganhou uma dimensão biopolítica no momento em que a saúde se tornou um valor supremo e, assim, surgiu a noção de perigo eminente de doenças e riscos que, por sua vez, tornou a vida da população passível de ser conduzida e gerenciada de forma estratégica, preventiva, calculada, regrada e normalizada por intermédio das ciências.<sup>313</sup> Com efeito, o governo da

---

<sup>311</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**, *op. cit.*, p. 84.

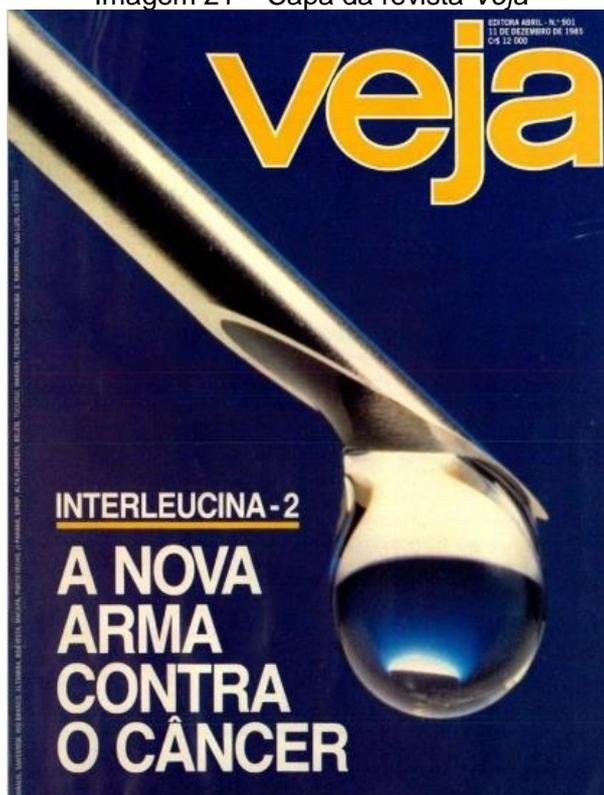
<sup>312</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**, *op. cit.*, p. 151.

<sup>313</sup> As ciências das quais Michel Foucault se refere é a biologia, a estatística, a demografia e a medicina, que são entendidas pelo autor como instrumentos de operacionalização da biopolítica. Ver mais em: FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**, *op. cit.* Também: FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**, *op. cit.*

biopolítica opera em *Veja* “de acordo com a lógica da vitalidade, não da mortalidade”, ou seja, o que está em jogo é fazer a população viver. E para que isso seja possível, o saber científico atua em conluio com os veículos midiáticos e empreendimentos privados que vendem planos, desenvolvem medicamentos e prestam serviços de saúde.<sup>314</sup>

Aproximadamente, quatro anos depois da publicação da edição 689, de 18 de novembro de 1981 (Imagem 20), a revista *Veja* traz uma outra reportagem de capa sobre o câncer, e seu texto segue o mesmo padrão da reportagem anterior, pois sua ênfase continua sendo sobre os avanços científicos para o tratamento e a cura da doença, ao mesmo tempo que silencia os pacientes portadores de câncer. Observamos a edição 901, de 11 de dezembro de 1985 (Imagem 21).

Imagem 21 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 901, de 11 de dezembro de 1985, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da revista *Veja* proferida anuncia para seus leitores a Interleucina-2, uma proteína encarregada de controlar as atividades das células brancas e regular a

<sup>314</sup> ROSE, Nikolas; RABINOW, Paul. O conceito de biopoder hoje. **Política & Trabalho**, Pernambuco, v.1, n. 24, abr., 2006, p. 47.

imunidade do organismo humano. O entusiasmo do periódico com a Interleucina-2 é pelo fato de que os testes realizados em pacientes com câncer mostraram que a imunoterapia foi responsável pela regressão dos tumores causados pela doença. A revista destaca a Interleucina-2 na imagem exibida na capa da edição, onde ela é mostrada na forma de uma gota, que parece emitir o reflexo de uma luz, simbolizando a esperança desse novo tratamento destinado aos portadores de câncer.

Assim como já analisado anteriormente na edição 689, de 18 de novembro de 1981 (Imagem 20), novamente, a revista *Veja* se apropria da linguagem militar para tratar do enfrentamento da doença, uma vez que sua manchete da edição nomeia a Interleucina-2 como “*A Nova Arma Contra o Câncer*”, evidenciando uma regularidade discursiva.<sup>315</sup> A metáfora militar aparece na reportagem de sete páginas, no interior do periódico, que classifica a imunoterapia como “um instigante primeiro passo de uma nova forma de atacar a doença”, pois “o novo tratamento acerta o alvo mais próximo da mosca do que qualquer outro tentado até hoje”. Portanto, a mensagem que *Veja* transmite para seu enunciatório é a de que o câncer é um inimigo que está invadindo o organismo e, como resposta, ele deve ser atacado, tornando-se, assim, o alvo a ser acertado pela medicina.<sup>316</sup> Como se trata de um conflito, a imunoterapia deve ser entendida como uma “guerra química”, e “qualquer dano ao corpo se justifica, se for para salvar a vida do paciente”.<sup>317</sup>

Ao utilizar a metáfora militar, os enunciados de *Veja* buscam conduzir os leitores ao entendimento de que o câncer não invade somente o corpo do paciente, mas toda a sociedade, ou seja, trata-se de um problema coletivo, de uma questão social que pode atingir qualquer um de nós. Logo, as tentativas de reduzir a mortalidade causada por essa guerra são apresentadas pela revista, ao mesmo tempo, que ela busca fazer os leitores entenderem que algumas baixas são inevitáveis, como em qualquer conflito. Portanto, o câncer é um inimigo em comum, “contra o qual a sociedade trava uma guerra”.<sup>318</sup>

Segundo o médico francês Jean-David Zeitoun, “o câncer se tornou recentemente a primeira causa de mortalidade nos países de renda alta”. De acordo

---

<sup>315</sup> VEJA, edição 901, de 11 de dezembro de 1985, capa.

<sup>316</sup> VEJA, edição 901, de 11 de dezembro de 1985, p. 62 e 63.

<sup>317</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**, *op. cit.*, p. 84.

<sup>318</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**, *op. cit.*, p. 59.

com o autor, quanto mais ricas são as nações, mais elevados são os índices da doença.<sup>319</sup> Para Susan Sontag “o câncer é uma doença da classe média, uma doença ligada à fartura, ao excesso”, pois o “aumento da incidência da enfermidade é visto como fruto, em parte, de uma dieta rica em gordura e proteínas e dos resíduos tóxicos da economia industrial”.<sup>320</sup> É possível que este seja um dos motivos pelo qual a revista *Veja* traz a temática do câncer em suas reportagens de capa, pois essa é uma pauta que interessa seu público-alvo, a classe média urbana.

Na reportagem completa no interior da revista, intitulada *Um Fio de Esperança*, o destaque do texto está em apresentar a terapia imunológica com Interleucina-2, uma proteína produzida pelo próprio corpo humano, capaz de proteger o organismo de agressões externas.

**Inaugurando o método de terapia imunológica à base de uma proteína denominada Interleucina-2**, o doutor Steven Rosenberg e sua equipe obtiveram uma regressão da doença em onze dos 25 pacientes terminais. [...] De fato, **trata-se de uma guinada radical na forma de combater o câncer.** [...] **A medicina e os pesquisadores têm feito avanços fantásticos.** [...] O novo caminho aberto por Steven Rosenberg leva a pesquisa do câncer para outro patamar.<sup>321</sup>

O trecho recortado exalta os trabalhos desenvolvidos pelos Dr. Steven Rosenberg e sua equipe, pois ele é o encarregado pelos testes realizados com a proteína Interleucina-2, o agente responsável pela regressão do câncer. Nota-se que mais uma vez o destaque da reportagem não são os pacientes com câncer, mas os avanços científicos da medicina para enfrentar a doença. Além de descrever as conquistas do presente, a reportagem de *Veja* faz uma projeção do futuro no que diz respeito ao tratamento do câncer, que será guiado pela ciência, pois a expectativa é a de que “a Interleucina-2 passe a gerar curas em massa nos pacientes que hoje sofrem de câncer, ou nas pessoas destinadas a contrai-lo brevemente”. No futuro não muito distante, “a Interleucina-2 ou suas sucessoras parecem reunir as condições para ser importantes agentes de cura no século XXI.”<sup>322</sup>

---

<sup>319</sup> ZEITOUN, Jean-David. **História da saúde humana: vamos viver cada vez mais?** Trad. Patrícia Reuillard. São Paulo: Contexto, 2022, p. 149.

<sup>320</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**, *op. cit.*, p. 20.

<sup>321</sup> VEJA, edição 901, de 11 de dezembro de 1985, p. 60 – 62, grifo nosso.

<sup>322</sup> VEJA, edição 901, de 11 de dezembro de 1985, p. 66.

Veronice Silva classifica as reportagens da revista *Veja* sobre o câncer publicadas na década de 1980 como uma “fase de acalantar as esperanças”, tendo em vista que seu destaque está em apresentar e exaltar os novos métodos desenvolvidos pela ciência para o tratamento como uma expectativa de cura para os pacientes. A autora evidencia que a palavra esperança é utilizada em ambos os títulos das reportagens publicadas na década de 1980: “*A Esperança Química*”, edição 689, de 18 de novembro de 1981 (Imagem 20) e “*Um Fio de Esperança*”, que intitula a edição 901, de 11 de dezembro de 1985 (Imagem 21), usadas “metaforicamente para referenciar as novas drogas que estavam sendo desenvolvidas para tratar a doença”.<sup>323</sup>

Neste sentido, o que está em jogo é a promoção da saúde como um imperativo que deve ser seguido por meio dos saberes, como a ciência médica, o que significa conduzir a vida com maior controle sobre as doenças graves, como o câncer, mas, também, sobre as dores ou quaisquer que sejam os agravos que possam levar a população a um estado de sofrimento, adoecimento e morte. Por isso, enfatizamos que a revista *Veja* é um dispositivo da biopolítica que tem como estratégia governar, controlar e orientar seus leitores para esclarecer quais são as capacidades e os alcances da ciência médica que pode proporcionar uma vida mais longa, saudável, segura e, principalmente, para que entendam que a medicina é uma importante aliada em favor da vida. É preciso ressaltar que a biopolítica não precisa ser ou estar, necessariamente, guiada e integrada pelo Estado, ela pode ser introduzida por qualquer entidade, instituição ou órgão que se proponha a pensar a vida como um elemento político, que se submeta a orientar, determinar, modelar, controlar, administrar e a prescrever determinados modos de viver para a população.

Assim, o que nossas análises revelam é que as reportagens da revista *Veja* buscam constituir indivíduos que conduzam suas vidas tendo como baliza a medicina e as evidências científicas, que compreendam a saúde como um imperativo, um princípio soberano, inegociável e que deve ser promovido e administrado por si mesmo. Isto é possível, tendo em vista que uma das características da medicina no século XX foi o rompimento de suas fronteiras e a ocupação de todo o espaço social, ou seja, a ciência médica passou a fazer parte do cotidiano da população, bem como, a intervir sobre ela sem nem mesmo ter uma demanda. Quando as práticas médicas

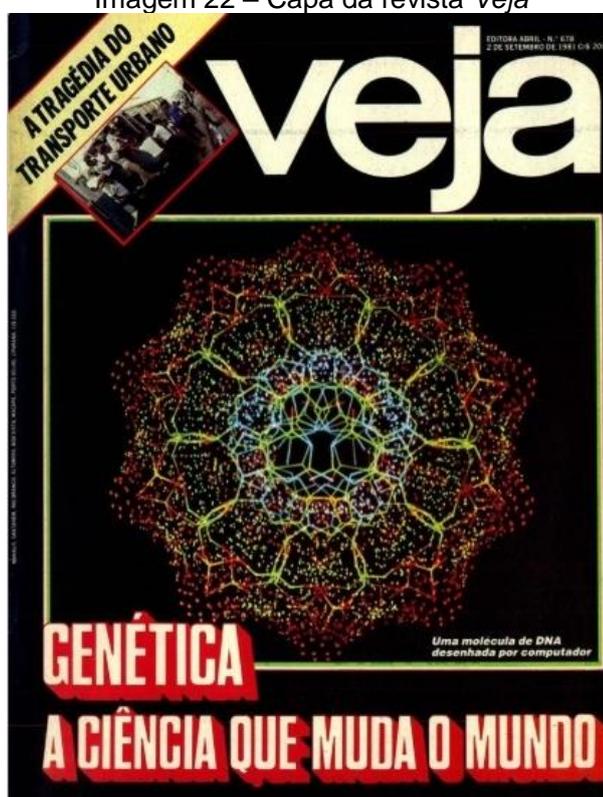
---

<sup>323</sup> SILVA, Veronice Mastella da. **De anônimos a heróis**, *op. cit.*, p. 155.

passam a ocupar todos os lugares, transformam a saúde em um objeto de desejo para a população. Em contrapartida, outras práticas, como orações, meditação, dietas e exercícios espirituais devem ser ignoradas, uma vez que a vida da população agora deve ser conduzida por meio dos princípios científicos oriundos das ciências.<sup>324</sup>

Assim como a temática do câncer, a ciência genética é mais uma das temáticas das reportagens de capa da revista *Veja* que causam inquietação, pois ela também está relacionada à promoção da saúde por meio das ciências. Observamos a edição 678, de 02 de setembro de 1981 (Imagem 22).

Imagem 22 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 678, de 02 de setembro de 1981, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da edição 678 da revista traz a imagem de uma molécula de DNA que foi desenhada por um computador, e destaca em sua manchete que o campo da ciência genética está mudando o mundo que conhecemos. As mudanças anunciadas na capa do periódico são descritas na reportagem de sete páginas, intitulada *As Fábricas de Vida*, como a “maior revolução científica”, pois a “engenharia genética”

<sup>324</sup> FOUCAULT, Michel. Crise da medicina ou crise da antimedicina? In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos VII** – Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011, p. 374 – 393.

agora já é capaz de “criar novos seres e drogas miraculosas”.<sup>325</sup> De fato, o foco desta reportagem de *Veja* está no enaltecimento da genética como uma ciência que pode ajudar a conduzir melhor a vida, isto é, a resolver os problemas de saúde e a potencializar nosso modo de viver.

A *Genentech* produziu em 1978 uma bactéria que fabrica células da insulina humana – **uma conquista capaz de aliviar multidões de diabéticos** que rejeitam as insulinas animais hoje existentes. Este será o primeiro produto a ser comercializado pela indústria genética. [...] **Ainda neste século, os laboratórios fabricarão organismos capazes de livrar o homem de todas suas doenças hereditárias, da hemofilia e certas insuficiências cardíacas.**<sup>326</sup>

O trecho acima faz referência à criação de uma nova insulina desenvolvida pela empresa *Genentech*, capaz de auxiliar os portadores de diabetes.<sup>327</sup> Nota-se que o enaltecimento da ciência parte das conquistas científicas do presente, e a partir delas *Veja* faz uma projeção do futuro, no qual os laboratórios serão os responsáveis por fabricar organismos que livrem a humanidade de outras doenças. Ou seja, de acordo com a reportagem, a vida no futuro será ainda melhor, pois, com a avanço da genética, seremos capazes de nos livrarmos de inúmeras doenças e, como consequência, vamos prolongar a expectativa de vida e viver mais saudáveis.

Além da nova insulina, a mesma reportagem de *Veja* cita a criação de outros medicamentos que estão em fase de teste de laboratório, como no exemplo da “Uroquinase de origem bacteriana” que “poderá ajudar no tratamento de doenças do aparelho circulatório”; a “Thymosin alfa-1”, considerada como uma “promessa de talvez combater o câncer do cérebro e do pulmão”; e “um analgésico eficaz e barato, o Beta-endorfim”, apresentado pela reportagem como um dos principais produtos desenvolvidos pela “engenharia genética que recentemente saíram para testes”.<sup>328</sup>

Em sequência, a reportagem enfatiza que a ciência genética pode ser uma grande aliada no que diz respeito à prevenção de doenças, ao ressaltar que, “em um futuro próximo, os laboratórios estarão em condições para oferecer, segundo previsão

---

<sup>325</sup> VEJA, edição 678, de 02 de setembro de 1981, p. 44.

<sup>326</sup> VEJA, edição 678, de 02 de setembro de 1981, p. 44 e 45, grifo nosso.

<sup>327</sup> A *Genetic Engineering Technology, Inc.*, foi uma empresa estadunidense de biotecnologia, fundada em 1976, pelo químico Robert A. Swanson e pelo bioquímico Herbert W. Boyer. Em 2009, a *Genentech* foi adquirida pela farmacêutica suíça *Hoffmann-La Roche AG*.

<sup>328</sup> VEJA, edição 678, de 02 de setembro de 1981, p. 46.

dos especialistas, vacinas contra doenças como a hepatite e a malária”.<sup>329</sup> Novamente, *Veja* faz a projeção de um futuro glorioso, uma vez que “os laboratórios preparam-se para pôr em circulação um punhado de produtos miraculosos fruto da ciência genética”, que de acordo com a reportagem, “é de longe, o mais poderoso instrumento que o homem tem nas mãos”.<sup>330</sup>

Antes de prosseguirmos com a discussão, é necessário nos situarmos no contexto da época da publicação desta edição da revista *Veja*. A promoção da saúde é um fenômeno social da década de 1970, quando passou a ser introduzido na agenda da Organização Mundial da Saúde. Ela consiste na mudança das condições de vida, na adoção de hábitos saudáveis, no monitoramento de fatores de riscos, no cuidado com o meio ambiente e na crença de que a ciência é uma grande aliada da saúde, pois ela pode contribuir com a melhoria da qualidade de vida e bem-estar da população.<sup>331</sup>

Jean-David Zeitoun, acentua que o fim da Segunda Guerra Mundial de início a uma nova era no campo da saúde, pois entramos em uma fase em que muitos países ampliaram a cobertura de saúde de sua população para beneficiá-la com os progressos da ciência, em especial, da ciência médica, como França e Reino Unido que criaram sistemas públicos de saúde.<sup>332</sup> Nikolas Rose e Paul Rabinow vão além dessa análise, eles argumentam que no pós-Segunda Guerra Mundial as companhias farmacêuticas “têm investido largas quantias na promoção e na regulação de pesquisas médicas básicas e aplicadas em nome da saúde da população”, com objetivo de apresentar soluções que prolonguem e aumentem sua qualidade de vida. Portanto, esta é a razão pela qual “novos conhecimentos moleculares da vida e da saúde estão sendo mapeados, desenvolvidos e explorados por uma variedade de empresas comerciais”, e todas estas ações são em nome “do desenvolvimento econômico e da competitividade internacional”. Os autores ainda lembram que a partir

---

<sup>329</sup> VEJA, edição 678, de 02 de setembro de 1981, p. 49.

<sup>330</sup> VEJA, edição 678, de 02 de setembro de 1981, p. 52.

<sup>331</sup> FRANCO, Túlio Batista *et al.* Biopolítica e cuidado de si na promoção da saúde, na saúde suplementar. In: RIBEIRO, Carlos Dimas *et al.* (Org.). **Saúde suplementar, biopolítica e promoção da saúde**. São Paulo: Hucitec, 2011, p. 89.

<sup>332</sup> ZEITOUN, Jean-David. **História da saúde humana**, *op. cit.*, p. 117.

desta época, aprofundou-se a aliança entre a medicina e a indústria, e o médico passou a ser o intermediário entre o mercado e o paciente doente.<sup>333</sup>

Em acordo, Peter Conrad acrescenta à análise o fato de que a medicina e o poder médico perderam o controle social pelo qual eram capazes de definir e redefinir os aspectos da vida cotidiana como uma questão médica. O principal motivo dessa transformação foi a grande influência das empresas farmacêuticas no meio social. Para explicar este fenômeno, o autor cita duas importantes mudanças: (1) as ações da profissão médica passaram a funcionar cada vez mais de acordo com os interesses do sistema capitalista; (2) a indústria farmacêutica passou a veicular anúncios publicitários nas mídias sociais, o que incentiva os indivíduos e as populações a consumirem cada vez mais remédios e a pedirem para seus médicos a prescrição dos medicamentos vistos em publicidades. Peter Conrad enfatiza que a medicalização, em tempos de biopolítica, tornou a indústria farmacêutica o principal ator social, a saúde uma mercadoria e o corpo humano um lugar de experimentos, reformas, aprimoramento e desempenho.<sup>334</sup>

As análises dos autores citados permitem entender que o interesse de *Veja* em promover a saúde da população está diretamente ligado ao estímulo de uma atividade lucrativa, de uma ampla rede de mercados que o capital pode explorar e gerir, visto que a “engenharia genética não só se descobriu um grande negócio, mas também um dos grandes negócios do futuro”, que “até pouco tempo atrás era praticamente impermeável a questões como mercado, ações, lucros”.<sup>335</sup>

O que vemos nas páginas de *Veja* é a emergência de uma governamentalidade biopolítica, legitimada em nome de um imperativo da saúde que deve ser regulado por empresas privadas, tendo em vista que, “mais do que pacientes, nos tornamos também consumidores das intervenções médicas” e de toda uma gama de medicamentos produzidos pela indústria farmacêutica. Esta, aos poucos nos inculcou a responsabilidade e o compromisso de cuidarmos da nossa própria saúde. Ocorre, um processo de subjetivação que vem sendo moldado por meio da intervenção

---

<sup>333</sup> ROSE, Nikolas; RABINOW, Paul. O conceito de biopoder hoje, *op. cit.*, p. 37 e 50, respectivamente.

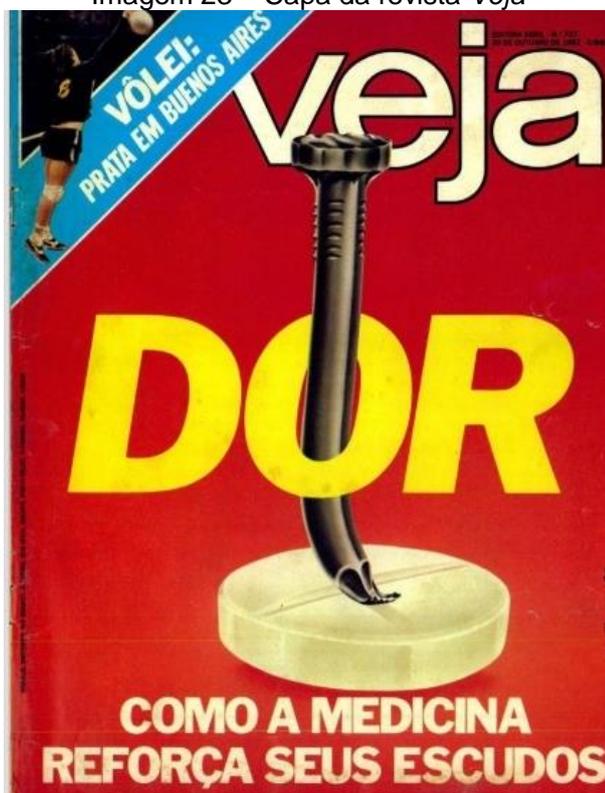
<sup>334</sup> CONRAD, Peter. **The medicalization of society: on the transformation of human conditions into treatable disorders.** Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2007.

<sup>335</sup> VEJA, edição 678, de 02 de setembro de 1981, p. 45 e 48, respectivamente.

mediática que enaltece a ciência e seus avanços científicos como único agente responsável para que a população possa alcançar bem-estar e qualidade de vida.<sup>336</sup>

Mapeamos a veiculação de outras temáticas relacionadas com à promoção da saúde em outras edições da revista *Veja*. O ponto em comum destas reportagens é que a ideia de que as adversidades existentes no campo da saúde estariam sendo vencidas pelo avanço da ciência médica e/ou combatidas pela indústria farmacêutica, assim como destacado na edição 737, de 20 de outubro de 1982 (Imagem 23).

Imagem 23 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 737, de 20 de outubro de 1982, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da edição 737 traz para seus leitores a imagem de um prego que, ao entrar em contato com um comprimido acaba sendo entortado, promovendo o entendimento de que os medicamentos correspondem a uma espécie de escudo que combate a dor e o sofrimento. A manchete da capa reforça o efeito pretendido pela imagem, pois enfatiza como a medicina tem reforçado as defesas do corpo humano.

<sup>336</sup> LEMOS, Flávia Cristina. Cidades, corpos medicalizados e o biocapital: o mercado da saúde. **Fractal: Revista de Psicologia**, Niterói, v. 28, n. 2, mai. – ago., 2016, p. 190.

Como já enfatizamos, as reportagens de capa da revista *Veja* se caracterizam como uma tentativa de construir determinadas realidades, ou seja, é a equipe editorial de *Veja* que define o que é importante publicar, o que nós leitores podemos e devemos ver, ler e pensar sobre a temática veiculada na capa do periódico. Portanto, é o processo editorial que conduz os leitores em relação ao modo como devem consumir e interpretar os signos. Neste caso em específico, a tentativa de *Veja* é a de fazer os leitores compreenderem que a medicina é uma aliada essencial para sua vivência, para que possam gozar de uma vida mais saudável e longa, evitar dores e amenizar possíveis sofrimentos, pois a ciência médica está trabalhando em prol da resolução dos problemas relacionados à saúde humana.

A promoção da saúde também está evidente na reportagem no interior do periódico vinculada à capa, intitulada *O Sol Que Ofusca a Dor*, a qual estabelece um diálogo estreito com a medicina. Nesta, a revista apresenta para seus leitores os últimos estudos e avanços científicos desenvolvidos, ao mesmo tempo em que reforça a ideia de ser a medicina a principal responsável em promover a saúde da população.<sup>337</sup> Um destes aliados é a “aspirina”, destaque da reportagem e apresentada por *Veja* como “um produto fabuloso”, pois, desde que utilizada em doses corretas, contém “baixa incidência de efeitos tóxicos sérios”. Por isso ela é destinada “à maioria da população, afirma Felício Scardua, presidente da Central de Medicamentos (CEME), do governo brasileiro”.<sup>338</sup>

De acordo com Sandra Caponi, é uma estratégia da biopolítica a medicalização da vida, isto é, a vida cotidiana é apropriada pela medicina, que interfere na construção de conceitos, costumes e comportamentos dos indivíduos. A medicalização da vida entende que todos os nossos problemas podem ser resolvidos pela ciência, com ênfase na medicina.<sup>339</sup> Com efeito, a investigação nesta reportagem de capa possibilita observar como o discurso jornalístico da revista *Veja* está alinhado na defesa de que a medicina é uma poderosa aliada no que se refere ao investimento na vida. Ao mesmo tempo, esses enunciados funcionam como uma potente ferramenta

---

<sup>337</sup> Os estudos citados na reportagem são da Central de Medicamentos (CEME), do *Royal College* de Londres, da Universidade do Sul da Flórida, da Universidade do Texas, da *Food And Drug Administration* e do Laboratório Bayer.

<sup>338</sup> VEJA, edição 737, de 20 de outubro de 1982, p. 72.

<sup>339</sup> CAPONI, Sandra *et al.* (Org.). Classificar e medicar: a gestão biopolítica dos sofrimentos psíquicos. In: \_\_\_\_\_. **A medicalização da vida como estratégia biopolítica**. São Paulo: LiberArs, 2013.

que atua no processo de constituição dos sujeitos e na condução dos comportamentos da população, ou seja, trata-se de uma prática jornalística que busca gerenciar, exercer o poder de condução, moldar os indivíduos e produzir subjetividades.

**Nos últimos oitenta anos a aspirina se tornou o remédio mais consumido em todo o mundo – e tem virtudes para isso. Além de seguro, testado por geração após geração, serve para curar tanta coisa que os cientistas, à medida em que mergulham em estudos sobre ele, mais frequentes sobretudo nos últimos anos, espantam-se crescentemente com sua versatilidade. Como anunciam os fabricantes, a aspirina alivia a dor, reduz a febre, combate as inflamações, ajuda a curar o resfriado.**<sup>340</sup>

O trecho recortado da reportagem reforça a ênfase que *Veja* coloca sobre a medicina ocidental, alopática e científica, acentuando para os leitores os benefícios alcançados por meio de estudos e investimentos tecnológicos no campo farmacêutico. Como visto, uma destas conquistas é a aspirina, pois ela obteve bons resultados científicos que comprovam sua eficácia contra a dor e, por esta razão, a aspirina se destaca por ser um medicamento versátil, exaltada por *Veja* como uma fórmula mágica que, além de muito segura, é um remédio simples que pode ser utilizado para aliviar inúmeras dores e desconfortos no corpo humano.

Além disso, a reportagem de *Veja* cita a aspirina como responsável por combater doenças, pois “o consumo constante da aspirina diminui a taxa de derrames leves e graves, e até mesmo dos fatais, em cerca de 50%”, acredita William Fields, neurologista da Universidade do Texas, em Houston.<sup>341</sup> Nota-se, assim como na edição 678, de 02 de setembro de 1981 (Imagem 22), que trata da genética, um excesso de louvor à ciência, neste caso, a farmacêutica, que além de estar profundamente ligada à medicina, também tem como objetivo promover a saúde dos leitores por meio da auto-medicalização de suas vidas, da confiabilidade e do aumento no consumo de medicamentos que, conseqüentemente, faz crescer o lucro da indústria farmacêutica.

Nesse sentido, Walter Oliveira argumenta que o uso de medicamentos se adaptou, assim como todas as outras ferramentas tecnológicas, ao contexto de consumo em um panorama de economia de mercado. Como qualquer outro produto

---

<sup>340</sup> VEJA, edição 737, de 20 de outubro de 1982, p. 71, grifo nosso.

<sup>341</sup> VEJA, edição 737, de 20 de outubro de 1982, p. 72.

a ser vendido e consumido, “o objetivo da medicação deixa de ser apenas a promoção do bem-estar individual e coletivo e passa a fundamentar-se também no lucro que deve gerar dentro de um panorama industrial e de serviços”. Portanto, o autor enfatiza que “a busca por medicações não obedece apenas à necessidade estabelecida por um problema de saúde a ser resolvido em prol dos cidadãos e da sociedade”, mas “a uma necessidade de aumento de consumo, produtividade industrial e lucro empresarial”.<sup>342</sup> Deste modo, em um contexto de biopolítica, torna-se necessário “desenvolver e maximizar alvos para os mercados farmacêuticos e outras intervenções sobre o cuidado com a saúde” que ensejam a inscrição de indivíduos e/ou grupos de pacientes, “em nome da maximização da qualidade de vida”. Esta é a maneira pela qual a biopolítica se relaciona com o capital, em circuitos nos quais “a saúde e a vitalidade tornam-se apostas importantes nas relações de mercado”.<sup>343</sup>

Assim, o que está em jogo é a comercialização da saúde e da própria vida dos indivíduos, que deixa de ser algo naturalizado e, agora, passa a ser fabricada e negociada, pois a aceitação da vida está no cerne do capitalismo. Em seu papel biopolítico, *Veja* busca gerenciar, controlar, projetar e modular as capacidades vitais da população, visando fornecer ao máximo bem-estar e longevidade. Ou seja, a população deixa de ser pensada enquanto um conjunto de “seres vivos com potencial para a transformação do mundo, com desejos próprios a serem desvelados, com um futuro aberto que pode ser dedicado à evolução da sociedade e da nação” e passa a ser reduzida a um grande “consumidor de medicamentos”, cujo objetivo tem a ver com a promoção da vida, tendo como finalidade a manutenção e aumento da produtividade e eficiência.<sup>344</sup> Isso fica evidente no trecho da reportagem de *Veja* em que a revista ressalta que “o recente avanço da medicina sobre a dor, contudo, serve mais para oferecer bem-estar”.<sup>345</sup> Mas que bem-estar é esse que a medicalização da vida está se propondo a oferecer para a população? Ao que parece, combater o sofrimento, a dor e as doenças está relacionado com a manutenção da força vital da população, ou seja, é necessário mantê-la ativa, como uma produtora de riquezas.

---

<sup>342</sup> OLIVEIRA, Walter Ferreira de. Medicalização da vida: reflexões sobre sua produção cultural. In: \_\_\_\_\_; AMARANTE, Paulo; PITTA, Ana Maria (Org.). **Patologização e medicalização da vida: epistemologia e política**. São Paulo: Zagodini, 2018, p. 11.

<sup>343</sup> ROSE, Nikolas; RABINOW, Paul. O conceito de biopoder hoje, *op. cit.*, p. 48.

<sup>344</sup> OLIVEIRA, Walter Ferreira de. Medicalização da vida: reflexões sobre sua produção cultural, *op. cit.*, p. 14.

<sup>345</sup> VEJA, edição 737, de 20 de outubro de 1982, p. 76.

De acordo com Michel Foucault, o tema da medicalização está ligado ao século XVIII, à economia da saúde, ou seja, o autor se refere aos efeitos positivos que as políticas médicas implementadas tiveram na melhoria da saúde da população no contexto europeu. Por esta razão, Foucault salienta que a população emerge como o novo sujeito da modernidade e que a biopolítica é uma espécie de exercício de poder positivo sobre a vida, que se apropria da medicina e a utiliza como agente responsável por regular, conduzir e maximizar a força vital e o equilíbrio das populações. Deste modo, a biopolítica vai atuar em alguns espaços privilegiados de intervenção, a exemplo do combate e controle de epidemias, enfermidades e anomalias que possam debilitar a força de trabalho da população e, conseqüentemente, a implicar em custos e prejuízos econômicos.<sup>346</sup> Do mesmo modo, a medicalização da vida tem como finalidade produzir e regular formas de maximizar as habilidades da população, para que ela se torne mais sadia, forte, eficiente e produtiva.

É neste sentido que os avanços da ciência médica e os medicamentos desenvolvidos pela indústria farmacêutica veiculados nas reportagens da revista *Veja* não prometem somente o alívio da dor ou a prevenção e cura de enfermidades. Esses enunciados atuam no sentido de corrigir e reprogramar aquilo que devemos ser, ou seja, uma sociedade que esteja sempre apta para o trabalho, produtiva e eficiente. Por isso, a medicalização entra na vida da população para aperfeiçoar e corrigir as suas deficiências.

Ainda sobre as discussões elencadas, Alain Ehrenberg faz uma análise pertinente ao enfatizar que a competitividade entre indivíduos, principalmente, na esfera profissional, e o modo de vida cada vez mais acelerado devido às imposições do neoliberalismo, elevam as tensões do viver e levam os sujeitos ao adoecimento frequente. Por essa razão, o autor afirma que a obsessão de vencer, ser alguém de sucesso e o consumo de medicamentos são aspectos intimamente ligados, tendo em vista que as pílulas de medicação estimulam, acalmam ou mantem a população competitiva e cada vez mais produtiva. Segundo o autor, foi nas últimas décadas do século XX que os medicamentos foram inseridos na sociedade como algo normal para tratar dos aspectos corriqueiros da vida e isso nos mostra o quanto os medicamentos exercem uma função social, pois passaram a ser utilizados como instrumentos de

---

<sup>346</sup> FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**, *op. cit.*, p. 285 e seguintes.

intervenção sobre a população.<sup>347</sup> É importante lembrar que as reportagens sobre medicalização ganham destaque nas capas de *Veja* justamente em um momento no qual o neoliberalismo afluía nas principais potências econômicas do mundo, ao mesmo tempo em que reorganizava como seria a nova configuração do sistema capitalista nas economias periféricas, como a do Brasil.

É preciso deixar claro que as análises aqui presentes não têm como objetivo negar a ciência ou colocar em dúvida a eficácia dos medicamentos, mas o que estamos apontando é o caráter expansivo das ciências da saúde e da medicalização que atingem a vida social como um todo. Ou seja, problemas de ordem socioeconômica-cultural que deveriam ser analisados por meio de um diagnóstico realizado pela história, sociologia, antropologia, psicologia, entre outras áreas do conhecimento humano, acabam sendo sobrepostas pelo crescente avanço da racionalidade médica. Também, o que mencionamos é que a ciência médica, a indústria farmacêutica e a produção midiática, como a da revista *Veja*, estão em um mesmo compasso, ou seja, posicionam-se enquanto dispositivos da biopolítica associados à governamentalidade neoliberal. Ao gerenciar a população, a revista: (1) estimula os indivíduos para o autocuidado e automedicação; (2) evita gastos públicos, pois retira do sistema público de saúde boa parte da responsabilidade de cuidar da saúde da população; (3) contribui para o aumento do consumo de medicamentos, o que amplifica o lucro dos laboratórios e indústrias farmacêuticas, (4) mostra que a medicalização tem como propósito corrigir adoecimentos na saúde e a potencializar a vida da população para que se mantenha uma força produtiva sempre ativa. Neste sentido, o gerenciamento da população por meio da medicalização está alinhado a um propósito econômico, que prescreve como os indivíduos devem viver a vida, estabelecendo um controle social que faz a população perder sua autonomia sobre seus hábitos e corpos.

Além disso, questionamos o lugar privilegiado de fala da revista *Veja*, que se efetiva como uma vontade de verdade para seus receptores, como um discurso dotado de credibilidade e autorizado a falar sobre todo e qualquer saber. Por esta razão, nossa alerta parte do princípio de que os conteúdos veiculados por *Veja* em suas reportagens de capa não devem ser entendidos como mera informação, mas como o exercício de um poder, que é disciplinar – como mostramos nos dois capítulos

---

<sup>347</sup> EHRENBURG, Alain. **O culto da performance**, *op. cit.*, p. 131 e seguintes.

anteriores – e também biopolítico, pois se constrói em torno do domínio e veiculação de um saber, neste caso, o saber científico que tem como alvo a população. Assim, neste capítulo mostramos como as reportagens de *Veja* se apresentam como uma prática jornalística responsável pela mediação, produção e circulação de textos, imagens, conceitos e saberes que possuem a finalidade de gerenciar a saúde da população, isto é, governá-la por meio de saberes médicos e científicos.<sup>348</sup>

No próximo item, prosseguindo nossa investigação, examinamos como a biopolítica nas páginas de *Veja* avança sobre a população, agora, por meio da implementação de normas que buscam controlar e/ou organizar sua condição de existência. Isso significa que, em alguns casos, a biopolítica vai agir para salvar vidas, e em outros ela deixa morrer, tendo em vista que a sua finalidade é tornar a vida da população mais sadia e segura, ao mesmo tempo em que é necessário preservar a força vital que a mantém produtiva.

### 3.2 Fazer viver e deixar morrer

No ano de 1976, Michel Foucault inicia sua última aula no curso *Em Defesa da Sociedade*, descrevendo um dos fenômenos fundamentais do século XVIII: a assunção da vida pelo poder, isto é, uma tomada de poder sobre a coletividade, sobre a população enquanto espécie. Com efeito, esse momento coincide com uma inversão política, pois se antes o poder soberano era exercido a partir do direito de fazer morrer, agora o que se instalava é o direito de fazer viver. Isso significa que o direito do soberano sobre a morte se transfere para a vida, a fim de gerenciá-la. Portanto, a vida será empreendida por um poder que se preocupa em governar todas as suas instâncias, desde a reprodução até a regulação e controle contínuos.<sup>349</sup>

Assim, na perspectiva de Michel Foucault, as relações de poder transcendem a disciplina e assumem uma dimensão biopolítica, que busca promover o equilíbrio, a regularidade e a normalidade da população. Por essa razão, é importante que nenhum dos indivíduos saia fora da margem, do controle e da regularidade entendida e aceita como normal. Neste sentido, emerge como um problema para a governamentalidade biopolítica os sujeitos que se desviam da normalidade, aqueles que demonstram

---

<sup>348</sup> Todas as capas utilizadas neste tópico podem ser consultadas em: Apêndice 6 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): A promoção da saúde por meio da ciência, p. 228.

<sup>349</sup> FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**, *op. cit.*, p. 285 – 315.

comportamentos opostos ao que se espera. Caso as condutas desviantes venham a acontecer, a própria biopolítica se encarregará em trazer estes indivíduos novamente para dentro da margem e da normalidade. Deste modo, a biopolítica vai buscar resolver os problemas oriundos da própria população, ou, em alguns casos, vai se propor em manter a média, a regularidade destas adversidades, desde que elas não coloquem em risco a vida da população, seu equilíbrio e sua estabilidade social. Portanto, a norma se torna um importante instrumento da biopolítica, pois consiste em fixar limites a vida, instituindo “mecanismos contínuos, reguladores e corretivos”, com o objetivo de homogeneizar as multiplicidades.<sup>350</sup>

Iniciamos este tópico de análises observando a capa da revista *Veja*, edição 606, de 16 de abril de 1980 (Imagem 24), que se dispõe a tratar do consumo exacerbado de cigarros pelos brasileiros.

Imagem 24 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 606, de 16 de abril de 1980, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da revista *Veja* acima traz uma imagem na qual é possível observar várias placas que retratam a proibição do consumo de cigarros. Em consonância, a

<sup>350</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*, p. 155.

manchete anuncia para os leitores a batalha contra o fumo, tendo em vista o alto consumo de cigarros e a grande quantidade de indivíduos viciados no Brasil, fato que é abordado pela reportagem no interior do periódico. Com efeito, tratar o consumo exacerbado do fumo como uma batalha, nada mais é do que uma linguagem militar para que os leitores entendam que o tabagismo é “algo que invade a sociedade”, uma vez que os efeitos nocivos provocados pelo fumo colocam em risco a saúde não apenas dos fumantes, mas comprometem a qualidade de vida de todos nós. Portanto, a batalha se refere a uma “tentativa de reduzir a mortalidade causada por uma determinada doença”.<sup>351</sup>

Embora a capa da revista *Veja* veicule placas de proibição do consumo de cigarros, é preciso entender que, na época da publicação desta reportagem de capa, não havia proibição legal para o consumo de cigarros no Brasil. Logo, o correto é dizer que a revista *Veja* está propondo uma norma sobre seu consumo. Este é um ponto importante, pois, na biopolítica, lei e norma funcionam de forma diferente. A lei discrimina o que é permitido e o que é proibido, enquanto a norma se refere ao que tem maior aceitação, em relação ao que se considera um padrão social. O anormal, por exemplo, é definido com base no normal, portanto, consiste em uma exceção à norma. É desta maneira que o anormal passa a ser classificado.<sup>352</sup> Com efeito, o que torna o fumo algo anormal na sociedade é o fato de que havia estudos científicos e estatísticas que comprovavam que o seu consumo colocava em risco a saúde da população.<sup>353</sup>

**O fumo está na origem do câncer do pulmão, das cordas vocais ou da laringe, da boca, da língua, do lábio, da gengiva, do esôfago, da bexiga, do rim e do pâncreas. [...] Estatisticamente se comprova que quem fuma corre muito mais riscos de contrair essas doenças do que quem não fuma. Hoje, calcula-se que um fumante deve esperar viver de oito a nove anos menos que um não-fumante.**<sup>354</sup>

<sup>351</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**, *op. cit.*, p. 84. Utilizar metáfora militar e tratar epidemias e doenças como uma invasão na sociedade são temas abordados por Susan Sontag, e que já exploramos no item 3.1 deste trabalho.

<sup>352</sup> FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**, *op. cit.*, p. 76 e seguintes.

<sup>353</sup> Os estudos citados na reportagem são do Ministério da Saúde, da Organização Mundial da Saúde (OMS), da I Conferência Brasileira Contra o Tabagismo, do Instituto Nacional do Câncer e do livro *Smoking And Health*.

<sup>354</sup> VEJA, edição 606, de 16 de abril de 1980, p. 77 e 82, respectivamente, grifo nosso.

O trecho recortado é da reportagem de sete páginas intitulada *A Epidemia do Século*, no qual a revista destaca que o tabagismo está na origem de vários tipos de câncer, assim como é responsável por aumentar drasticamente as chances de contrair a doença que, conseqüentemente, afeta negativamente a expectativa de vida dos indivíduos fumantes em relação aos não fumantes. Por essa razão, a reportagem chega a afirmar que o tabaco é “o agente conhecido responsável, direta ou indiretamente, pelo maior número de mortes do século XX”.<sup>355</sup>

Os alertas emitidos na reportagem de *Veja* estão consolidados em vários estudos científicos realizados nas últimas décadas, que são unânimes em eleger o tabagismo como responsável direto “pelo câncer de pulmão” e por aumentar “o risco de numerosos outros tipos de câncer, geralmente difíceis de tratar: bexiga, pâncreas, esôfago e cabeça”, tal como, “um grande fator de risco de doença cardiovascular”. Estas foram as razões que fizeram do fumo “o primeiro problema de saúde pública modificável” através de campanhas de conscientização, tendo em vista que “o fumo encurta e dificulta a vida” da população.<sup>356</sup> Os trechos referenciados nos mostram o quanto a reportagem de *Veja* se apropria dos discursos científicos, que emergem em suas páginas e buscam governar nossas vidas, ao mesmo tempo em que justificam a necessidade de intervenções sobre a população na promessa de que este saber médico obcecado por antecipar riscos, pode evitar doenças e garantir uma vida longa sem sofrimentos.

Depois de apresentados os efeitos nocivos oriundos do fumo, a reportagem de *Veja* cita com preocupação o fato de que “o Brasil é o segundo consumidor de cigarros no mundo”, e que já somos “um país com 25 milhões de viciados” em tabaco.<sup>357</sup> Em um primeiro momento, a reportagem de *Veja* parece estar realmente preocupada com a saúde e a qualidade de vida da população, porém, a sequência da reportagem vai nos mostrando que *Veja* compreende o tabagismo dentro de um cálculo econômico. Isso fica evidente quando a reportagem menciona que “durante muitos anos entendeu-se que a decisão de acender um cigarro é da exclusiva competência de

---

<sup>355</sup> VEJA, edição 606, de 16 de abril de 1980, p. 80.

<sup>356</sup> ZEITOUN, Jean-David. **História da saúde humana**, *op. cit.*, p. 144. O autor ainda ressalta que na escala populacional, o tabagismo e o câncer de pulmão sempre caminham próximos, e que se o tabaco não existisse, o câncer de pulmão quase não existiria e seria cerca de dez vezes menos diagnosticado, tornando-se raro.

<sup>357</sup> VEJA, edição 606, de 16 de abril de 1980, p. 76 e 79, respectivamente.

cada um”, mas as campanhas contra o tabaco denunciam hoje que, “nos Estados Unidos, os fumantes custam aos contribuintes 27 bilhões de dólares por ano entre gastos médicos e hospitalares e horas de trabalho perdidas”. *Veja* também traz o exemplo da França, onde “calcula-se que os gastos com o tratamento de pessoas que ficaram doentes por causa do fumo, mais os dias perdidos de trabalho, ultrapassam os lucros obtidos com o tabaco”.<sup>358</sup>

Ora, então a real preocupação da reportagem de *Veja* está no “enorme impacto econômico negativo, direto e indireto” causado pelos milhões de viciados, que além de tudo acabam “penalizando a atividade das pessoas”, que adoecem e deixam de ser produtivas.<sup>359</sup> A apreensão com os gastos públicos é a razão pela qual *Veja* defende o projeto que seria apresentado pelo então “ministro da Saúde, Waldyr Arcoverde”, propondo “uma ampla campanha educativa aos jovens, a proibição do fumo em ambientes fechados e uma limitação na propaganda de cigarros”.<sup>360</sup>

Sandra Caponi argumenta que no governo da biopolítica existe uma “preocupação pela antecipação dos perigos e pelo controle de riscos”, utilizando-se “das estatísticas com a finalidade de demarcar fronteira entre a normalidade e desvios que devem ser corrigidos e antecipados”.<sup>361</sup> Neste sentido, os 25 milhões de brasileiros viciados em tabaco e o título de segundo país que mais consome cigarros no mundo emergem nas páginas da revista *Veja* como dados estatisticamente elevados, considerados uma anormalidade, tendo em vista que, em um futuro próximo, estes milhões de viciados vão adoecer e perder a força vital para que a sociedade produza riquezas. Além disso, possivelmente irão proporcionar desordem no ambiente de trabalho, gastos com saúde e previdência pública, o que pode vir a comprometer o sistema capitalista e a colapsar as contas do governo.<sup>362</sup> Flávia Lemos acentua que, na governamentalidade biopolítica, “o gerenciamento da saúde tem também como meta a projeção do futuro”, tendo em vista que ele “é considerado um

---

<sup>358</sup> VEJA, edição 606, de 16 de abril de 1980, p. 78.

<sup>359</sup> ZEITOUN, Jean-David. **História da saúde humana**, *op. cit.*, p. 204.

<sup>360</sup> VEJA, edição 606, de 16 de abril de 1980, p. 76.

<sup>361</sup> CAPONI, Sandra *et al.* (Org.). *Classificar e medicar: a gestão biopolítica dos sofrimentos psíquicos*, *op. cit.*, p. 99.

<sup>362</sup> De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população do Brasil, no ano de 1980, era de 119 milhões de habitantes. Isso quer dizer que, aproximadamente, 1/5 da população era consumidora de tabaco. O censo demográfico pode ser consultado em: <https://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/buscaportemas/populacao.html>.

objeto em construção; moldar e garantir o futuro requer a mobilização de técnicas, retóricas, recursos, materiais e tecnologias médicas” que constituem as formas de regulação da população”.<sup>363</sup> Vale lembrar que o programa da biopolítica tem como alvo exercer poder sobre a população, contudo, este exercício não é empreendido em nome dela, mas em nome da sustentabilidade do desenvolvimento econômico.

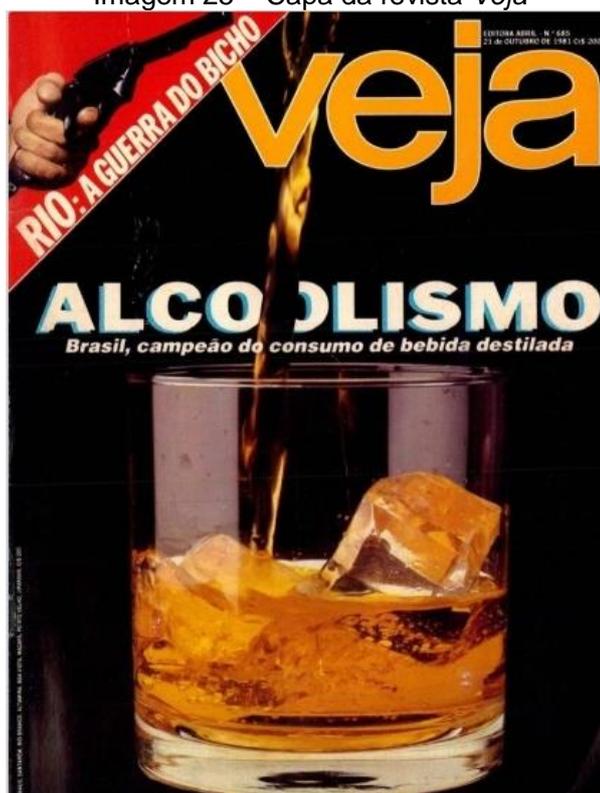
Voltando à reportagem da revista *Veja*, a perspectiva de futuro emerge como justificativa para uma intervenção, ou seja, para a aplicação de normas que possam controlar o número elevado de viciados em tabaco no Brasil e a diminuição de seu consumo. Neste aspecto, a campanha de combate ao fumo, defendida e anunciada pela reportagem de *Veja*, deve ser compreendida como um imperativo a favor da vida, como uma estratégia de medicalização social que está inserida no programa da biopolítica, no qual a revista se posiciona “em nome de um discurso científico que busca produzir intervenções sobre a sociedade e, conseqüentemente, processos de subjetivação”. Essa estratégia tem como propósito: (1) notificar para os leitores quais são as doenças atreladas ao tabagismo e os seus possíveis efeitos nocivos no corpo humano e na expectativa de vida, (2) afastar a população do consumo de cigarros e, (3) resgatar do vício do tabaco aqueles indivíduos que já estão tomados por ele, trazendo-os de volta à normalidade. Portanto, estamos diante de um imperativo em favor da vida, de um panorama biopolítico que coloca a saúde da população como um ideal de prosperidade. A saúde emerge como o bem maior a ser conquistado, ela está “diretamente relacionada à gestão dos riscos”, pois, no momento em que se elege a saúde como uma referência de prosperidade a se perseguir, “são forjados estilos de vida que se baseiam essencialmente na prevenção de condutas e comportamentos de risco”, que vão “desde o controle de epidemias até a medicalização dos comportamentos e dos desvios” considerados anormais, como no exemplo do consumo exacerbado de tabaco e no elevado número de viciados.<sup>364</sup>

Dando sequência em nossa investigação, mapeamos uma reportagem de capa da revista *Veja* que destaca o consumo de bebidas alcoólicas pelos brasileiros. Observamos a edição 685, de 21 de setembro de 1981 (Imagem 25).

---

<sup>363</sup> LEMOS, Flávia Cristina. Cidades, corpos medicalizados e o biocapital: o mercado da saúde, *op. cit.*, p. 190.

<sup>364</sup> ZORZANELLI, Rafaela Teixeira; CRUZ, Murilo Galvão. O conceito de medicalização em Michel Foucault na década de 1970. **Interface: comunicação, saúde e educação**, Botucatu, v. 22, n. 66, jul. – set., 2018, p. 726 – 728.

Imagem 25 – Capa da revista *Veja*

Fonte: VEJA, edição 685, de 21 de setembro de 1981, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da edição 685 coloca como elemento central a imagem de um copo de whisky sendo enchido, que já está pela metade e possui algumas pedras de gelo. A manchete chama a atenção do leitor ao anunciar, em letras grandes, o tema do alcoolismo, e a linha fina se encarrega de notificar que o Brasil é o campeão do consumo de bebida destilada. Entretanto, na reportagem de seis páginas, intitulada *A Ameaça Engarrafada*, o destaque é que “o Brasil produz 900 milhões de litros de cachaça por ano”, o que amplia “sua legião de alcoólatras” e nos torna “líder mundial no consumo de bebidas destiladas”.<sup>365</sup> Portanto, a ênfase da reportagem é a produção e o consumo de cachaça, e não de whisky, como permite entender a capa da edição. É provável que esta tenha sido uma estratégia da revista *Veja* para chamar a atenção de seu público-alvo, a classe média urbana, que é o real consumidor dessa bebida destilada. O fato é que, na sequência da reportagem, *Veja* cita com preocupação o elevado número de alcoólatras no Brasil, ao divulgar que, de acordo com “o Ministério da Saúde”, calcula-se que “em todo território nacional, existam 7,5 milhões de

<sup>365</sup> VEJA, edição 685, de 21 de setembro de 1981, p. 88.

alcoólatras”, demonstrando para seus leitores que estes números são um problema social.<sup>366</sup>

Segundo José Prado, é uma característica dos enunciados jornalísticos de *Veja* se expressar como um dispositivo biopolítico, no sentido de que é preciso apresentar para a população quais são os possíveis riscos e ameaças à sua saúde e segurança. O autor denomina este movimento como crônicas de modalizações. Desse modo, a revista coloca o leitor na posição de quem está ou pode vir a estar em perigo, de quem necessita de ajuda, instruções e conselhos, para depois discorrer sobre os modos com que ela pode fornecer apoio e resolver algum determinado problema, assim como no exemplo da reportagem de capa de *Veja* que trata do consumo acentuado de bebidas alcoólicas e suas possíveis consequências ao longo do tempo.<sup>367</sup>

[...] segundo estudos realizados na França, **o abuso do álcool é o responsável por dois terços dos casos mortais de tuberculose, quatro quintos dos registros de câncer de boca e no estômago [...] por metade das internações registradas em hospitais psiquiátricos e por 90% dos atendimentos psiquiátricos de urgência.** [...] é preciso alertar o brasileiro para o drama do alcoolismo e seus efeitos corrosivos sobre o organismo humano.<sup>368</sup>

O trecho da reportagem realça as complicações no organismo que os indivíduos podem adquirir caso prolonguem o vício em bebidas alcoólicas, como o desenvolvimento de distúrbios psiquiátricos, problemas respiratórios e vários tipos de câncer. Os alertas veiculados pela revista *Veja* são fundamentados por diversos estudos científicos que ganhavam grandes proporções na época, no Brasil e no mundo.<sup>369</sup> Com efeito, estas considerações também são encontradas em trabalhos de outros pesquisadores que afirmam que “o excesso de álcool explica uma proporção importante das doenças cardiovasculares, do câncer, das patologias respiratórias e da diabetes”.<sup>370</sup>

---

<sup>366</sup> VEJA, edição 685, de 21 de setembro de 1981, p. 88.

<sup>367</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 60 e seguintes.

<sup>368</sup> VEJA, edição 685, de 21 de setembro de 1981, p. 89 e 96, respectivamente, grifo nosso.

<sup>369</sup> Os estudos citados na reportagem são do Ministério da Saúde, do Departamento de Neuropsiquiatria da Universidade Federal da Bahia, do Departamento de Psicobiologia da Faculdade Paulista de Medicina e do Ambulatório de Recuperação de Alcoólatras da Prefeitura de São Paulo. A reportagem também cita estudos realizados na França, mas não menciona quem são seus idealizadores.

<sup>370</sup> ZEITOUN, Jean-David. **História da saúde humana**, *op. cit.*, p. 202.

Em um primeiro momento, a preocupação da reportagem de *Veja* parece ser com os efeitos nocivos no organismo dos alcoólatras, o que não pode ser descartado, mas a sequência do texto evidencia que as inquietações da revista estão relacionadas ao fato de que “a expressiva minoria de alcoólatras produz uma grande quantidade de problemas”. Tais problemas que envolvem “suas famílias” e “o nosso país”, uma vez que o alcoolismo provoca “instabilidade no emprego” e, em casos mais graves, retira a “disposição para o trabalho” ou resulta em “acidentes causados por embriaguez”.<sup>371</sup> A reportagem ainda traz outros números, considerados alarmantes, que estão relacionados com o alcoolismo, como a “multidão estimada em 600.000 menores abandonados que perambulam pela capital paulista”, em sua maioria, “filhos de pais alcoólatras”. A reportagem também apresenta um estudo estatístico do governo brasileiro que estima que os alcoólatras são responsáveis por provocar “anualmente alguns milhares de acidentes de trânsito”.<sup>372</sup>

Assim como na reportagem de capa da edição 606, de 16 de abril de 1980 (Imagem 24), na qual a revista *Veja* elencou o vício em tabaco como uma anormalidade e que, por esta razão, apoia uma intervenção biopolítica, a reportagem de capa da edição 685, de 21 de setembro de 1981 (Imagem 25), também busca estabelecer para seus leitores que o vício em bebidas alcoólicas é uma anormalidade na sociedade, tendo em vista que esse é um problema que precisa ser compreendido e gerenciado sob um viés econômico, como em relação ao consumo de tabaco, pois os alcoólatras: (1) serão responsáveis, no futuro, por elevar os gastos públicos do sistema previdenciário e de saúde, devido à sua incapacidade laboral e para tratar dos efeitos corrosivos no organismo; (2) deixam de ser indivíduos produtivos e eficientes, o que pode causar instabilidade na força de trabalho da sociedade e, conseqüentemente, na sua produção de riquezas; (3) são responsáveis pelo abandono de menores; (4) e por milhares de acidentes de trânsito que colocam em risco a vida de terceiros, passando a ser amparada pelo Estado. Ou seja, a preocupação da revista *Veja* está relacionada ao aumento e/ou descontrole dos gastos públicos por parte do governo, que de acordo com David Harvey, é um dos preceitos do neoliberalismo em ascensão na década de 1980.<sup>373</sup>

---

<sup>371</sup> VEJA, edição 685, de 21 de setembro de 1981, p. 89 e 90.

<sup>372</sup> VEJA, edição 685, de 21 de setembro de 1981, p. 89.

<sup>373</sup> HARVEY, David. **O neoliberalismo**, *op. cit.*, p. 75 e seguintes.

Michel Foucault enfatiza que, na Inglaterra de meados do século XIX, foi inserida na população o que o autor denomina como medicina social, que nada mais é do “que essencialmente um controle da saúde e do corpo”, com o objetivo de “tornar a população mais apta ao trabalho”. A medicina social que Michel Foucault se refere diz respeito ao processo de sanitização das cidades que, no compasso de seu crescimento, passaram a sofrer intervenções médicas com vistas à produção da salubridade e higiene social. De acordo com o autor, esse movimento se caracteriza como um investimento na vida que foi de suma importância para a erradicação de doenças, controle de epidemias, tal como para o desenvolvimento das cidades e do capitalismo.<sup>374</sup> Em um contraponto com a reportagem da revista *Veja*, é possível ressaltar que a aplicação da medicalização social sobre a vida da população emerge nas páginas do periódico como um imperativo, uma estratégia que tem como objetivo: (1) evitar que novos indivíduos caiam no vício de bebidas alcoólicas; (2) resgatar os sujeitos viciados que já se encontram fora da normalidade. Com efeito, as duas frentes da estratégia fazem parte de uma ação da biopolítica, um exercício de poder que tem como alvo a vida da população, que se exerce por meio da norma, pois é ela quem vai adequar, controlar, administrar, corrigir e regularizar a população, estabelecendo, sob um ponto de vista científico, os limites do que é normal e anormal na sociedade, no intuito de preservar a força produtiva e de trabalho.

Novamente a medicina é chamada a cena, pois cabe a ela realizar a função de legislar sobre a normalidade/anormalidade, a definir o que é a saúde e o que é a doença, o que é bom ou ruim para a vida da população. É a medicina quem define o que é um comportamento desviante, em oposição ao indivíduo estatisticamente saudável, correto. Ou seja, a norma que se espera é a de que os indivíduos sejam saudáveis e sem vícios, para que assim possam ser trabalhadores ativos, agentes produtores de riquezas. Conforme já indicamos, a normalização é um dos grandes instrumentos da biopolítica, pois consiste em homogeneizar as multiplicidades. Segundo o Michel Foucault, “uma sociedade normalizada é o efeito histórico de uma tecnologia de poder centrada na vida”, são técnicas disseminadas no corpo social, como a criação, a classificação e o controle, principalmente, de anormalidades.<sup>375</sup>

---

<sup>374</sup> FOUCAULT, Michel. O nascimento da medicina social. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 169.

<sup>375</sup> FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**, *op. cit.*, p. 155.

José Prado salienta que os veículos comunicacionais, em especial as revistas semanais, como *Veja*, convocam seu enunciatório para viver uma vida que valha a pena ser vivida, construída e modalizada por meio de critérios biopolíticos. Para o autor, a convocação é realizada por meio da garantia de uma vida de satisfações, sejam elas emocionais, corporais, econômicas ou materiais.<sup>376</sup> No exemplo das reportagens de capa da revista *Veja* que tratam dos vícios em tabaco e bebidas alcoólicas, percebemos o investimento em alertas que funcionam como pequenos receituários e guias que, primeiramente, convocam seus leitores a viver uma vida saudável e, posteriormente, mostram os caminhos para seguirem dentro da normalidade ou para resgatarem aqueles indivíduos que já saíram fora dela. De acordo com José Prado, é nesse momento que se implicam “os discursos modalizadores biopolíticos” prescritos por *Veja*, isto é, os modos de ser, de se posicionar, de fazer e sentir, seguindo uma estratégia biopolítica que busca inserir comportamentos conformes na população. As modalizações biopolíticas são receitas que “se referem a projetos de vida boa”, trata-se de “um discurso de dever/fazer para se atingir” um ideal de vida.<sup>377</sup>

Como já mencionado, as reportagens da revista *Veja* tratam seus leitores como se fossem pacientes que dependem de seus cuidados, como alguém que necessita da leitura semanal do periódico para compreender o Brasil e o mundo, para distinguir entre o certo do errado, o normal do anormal, o bem-estar e o mal-estar. Com efeito, essa é a governamentalidade biopolítica assumida por *Veja*, que eleger a vida da população como um elemento político que passa a ser alvo de investimentos de poder. Viver se torna um imperativo, que deve ser governado e regulamentado por meio de seus enunciados jornalísticos. A base são os padrões de normalidade, isto é, um ideal científico de pureza e ordem que estipulam quais são os grupos que devem viver e quais devem ser abandonados para morrer. De fato, a regularização da vida está centrada na maximização da força e da vitalidade da população, mas, por outro lado, Michel Foucault nos lembra que também é parte da biopolítica o esquecimento e a exclusão social daqueles indivíduos que possam causar prejuízos, danos, ou que venham a colocar em risco a saúde e a normalidade da população, uma vez que “a

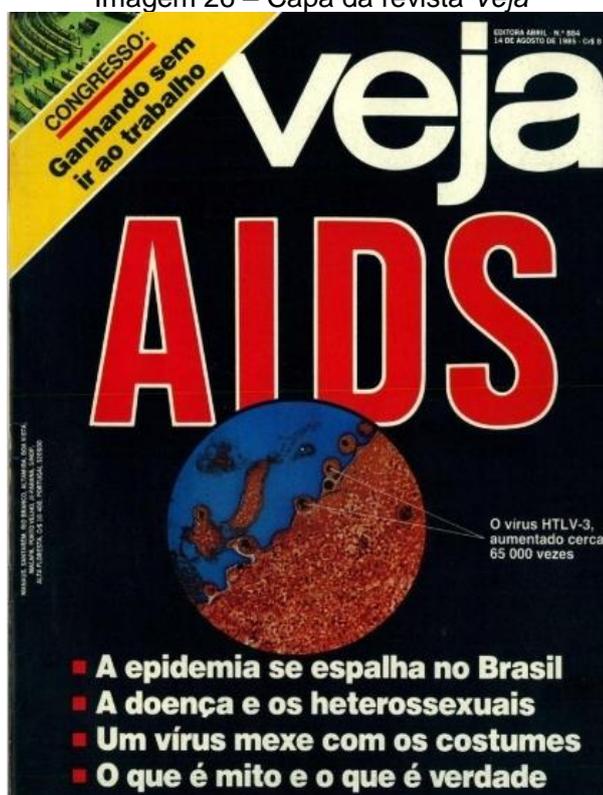
---

<sup>376</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 30 e 54, respectivamente.

<sup>377</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 26.

morte do outro, da raça ruim, da raça inferior (ou do degenerado, ou do anormal), é o que vai deixar a vida em geral mais sadia; mais sadia e mais pura”.<sup>378</sup> Assim, em nome da proteção das condições de vida da população, os enunciados apostam na preservação e prolongação da vida de algumas pessoas e grupos, como nos casos que abordamos sobre os indivíduos viciados em tabaco e bebidas alcoólicas. Por outro lado, outros tantos sujeitos parecem não merecer a mesma atenção, como as pessoas com AIDS, sigla em inglês para se referir a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, retratadas na reportagem de capa da edição 884, de 14 de agosto de 1985 (Imagem 26), da revista *Veja*.

Imagem 26 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).<sup>379</sup>

A capa da revista *Veja* acima traz como imagem central o vírus HTLV-3, aumentado cerca de 65 mil vezes com ajuda de equipamentos de laboratório. Junto à imagem, a manchete anuncia, em letras maiúsculas, a AIDS, sigla em inglês para se

<sup>378</sup> FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**, *op. cit.*, p. 305.

<sup>379</sup> Algumas das capas reproduzidas nesta tese estão cortadas na lateral direita. Entretanto, sempre que isto acontece, optamos por manter a imagem original, disponibilizada no acervo digital online da revista, no qual localizamos nossas fontes.

referir a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, que ataca e enfraquece o sistema imunológico, responsável por defender o organismo de doenças. A AIDS foi reconhecida clinicamente no ano de 1981, pelo médico imunologista estadunidense Michael Gottlieb, mas só passou a ser designada por este nome a partir da segunda metade do ano de 1982 e meados de 1983, pelo *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC), uma das agências pioneiras no estudo da síndrome.<sup>380</sup> Embora alguns anos já tivessem se passado, a doença ainda causava muitas dúvidas e medo na população. Por esse motivo, nessa edição a revista *Veja* se encarregou de trazer uma série de esclarecimentos sobre a AIDS para seus leitores, que foram organizados em forma de tópicos na capa e desenvolvidos na reportagem no interior do periódico.

Intitulado como *A Multiplicação do Mal: a AIDS se Espalha*, o texto de oito páginas se propõe a apresentar quais são as causas, sintomas e tratamentos relacionados à AIDS; a reportagem se compromete em desconstruir alguns mitos e falácias sobre a doença; bem como, discute o avanço das notificações de casos já confirmados de AIDS no Brasil e no mundo. Contudo, já no início, há um grave erro na reportagem, que associa o “vírus HTLV-3” como o agente “que provoca a AIDS”,<sup>381</sup> quando na verdade o vírus causador da AIDS é o HIV, sigla em inglês para se referir a Imunodeficiência Humana, que teve seu isolamento realizado em maio de 1983, pelo médico virologista francês Luc Montagnier.<sup>382 383</sup>

De acordo com Dilene Nascimento, o HIV é o retrovírus responsável por infectar as células do sangue e do sistema nervoso e, em seguida, provocar uma supressão do sistema imunológico, que é o encarregado por defender o corpo humano de ataques de microrganismos, isto é, das infecções. Com o sistema de defesa mais fraco e vulnerável, o indivíduo infectado com HIV pode apresentar sintomas como: febre, diarreia intensa, suores noturnos e emagrecimento acentuado. Além disso, seu organismo pode ser facilmente acometido por outras doenças, especialmente as

---

<sup>380</sup> Centros de Controle e Prevenção de Doença (CDC). É uma agência do Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos.

<sup>381</sup> VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985, p. 59.

<sup>382</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**, *op. cit.*, p. 76 e seguintes.

<sup>383</sup> De acordo com a pesquisadora Fernanda Grassi, da Fiocruz Bahia, HTLV e HIV são retrovírus da mesma família que agem de maneira similar, inclusive na forma de contágio. Contudo, diferente do HIV que compromete o sistema imunológico causando uma imunodeficiência, o HTLV causa doenças como leucemia, incontinência urinária, disfunção erétil e problemas neurológicos. Ver mais em: <https://www.bahia.fiocruz.br/tratamentodepacientescomhivehtlvtemimpactocomapandemia/#:~:text=O%20HIV%20e%20o%20HTLV,taxa%20de%20infec%C3%A7%C3%A3o%20do%20Brasil>.

doenças oportunistas — assim chamadas por se aproveitarem da vulnerabilidade do sistema imunológico —, como pneumonia, candidíase, tuberculose, citomegalovírus, hepatites virais, toxoplasmose e alguns tipos de câncer, que podem evoluir de forma muito grave e levar o indivíduo, em pouco tempo, ao óbito.<sup>384</sup>

A AIDS emergiu no início da década de 1980, como uma doença nova, até então desconhecida no meio médico, restabelecendo uma temática que se acreditava já estar superada: a de uma patologia que causa um cataclisma e ameaça a vida de toda a população. Contudo, uma doença sem história “tomou o espaço público e tornou-se notícia, seja em jornais de grande circulação seja na mídia em geral”.<sup>385</sup> O fato é que, a emergência da AIDS colocou em dúvida o cenário otimista da ciência, no século XX, e mostrou a limitação da medicina em um momento em que se tinha convicção na sua capacidade de controlar e, até mesmo, de erradicar qualquer doença infecciosa.

Os primeiros casos confirmados de AIDS no Brasil foram notificados em junho de 1983, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Mas antes mesmo da doença ter chegado ao Brasil, uma enxurrada de notícias sobre a AIDS já circulava pelo país. Em geral, “eram matérias que tinham como fontes de informação as agências norte-americanas de notícias, onde era explicitada a vinculação da doença com os homossexuais”. Antes de ser reconhecida como uma epidemia, a AIDS recebeu várias denominações, como “pneumonia *gay*”, “câncer *gay*”, “peste *gay*”, entre outras designações que colocavam os homossexuais no campo da marginalização. Para Dilene Nascimento, “fica fácil de entender porque, ao chegar ao Brasil, já estava estabelecida a vinculação da AIDS com os homossexuais masculinos”.<sup>386</sup> Inclusive, esse é um ponto abordado pela reportagem da revista *Veja*, ao enfatizar que “o contato sexual que ocasiona a doença não é de qualquer espécie, mas, na grande maioria das vezes, o contato homossexual entre homens”.<sup>387</sup> E quem reforça este argumento na reportagem é o “médico britânico John Seale”, ao destacar que “o sexo

---

<sup>384</sup> NASCIMENTO, Dilene. AIDS: a emergência da década de 1980. In: \_\_\_\_\_; FRANCO, Sebastião P; SILVEIRA, Anny Jackeline T (Orgs.). **Uma história brasileira das doenças**. Belo Horizonte: Fino Traço, 2017, p. 190 e 191.

<sup>385</sup> POLLAK, Michael. **Os homossexuais e a AIDS**: sociologia de uma epidemia. São Paulo: Estação da liberdade, 1990, p. 13.

<sup>386</sup> NASCIMENTO, Dilene. AIDS: a emergência da década de 1980, *op. cit.*, p. 187 e 191, respectivamente.

<sup>387</sup> VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985, p. 68.

anal implica rompimento de vasos microscópicos por onde se imiscui o vírus”, assim, “a atividade homossexual entre homens é a via por excelência da transmissão do vírus”.<sup>388</sup>

Embora a reportagem de *Veja* citar “os consumidores de drogas injetáveis” como um dos grupos responsáveis por transmitir o vírus causador da AIDS, o destaque do texto está nos homossexuais.<sup>389</sup> Com efeito, a reportagem de *Veja* corrobora com as análises de Dilene Nascimento, ao enfatizar que, na década de 1980, os veículos midiáticos buscavam trazer “argumentos técnicos para defender que a maneira como os homossexuais se relacionam sexualmente” é a causa da transmissão do vírus e, assim, fazer a população entender “que o aumento do número de casos da doença limitava-se” apenas aos homossexuais masculinos. Essa premissa infundada “resultou em forte discriminação aos homossexuais”, que passaram a ser “considerados responsáveis pela doença”, o que contribuiu para a negação da existência da AIDS como um grave problema de saúde pública e, conseqüentemente, para a omissão por parte das autoridades governamentais.<sup>390</sup>

**“Trata-se de uma doença preocupante, mas não prioritária”, diz o ministro da Saúde, Carlos Sant’Anna. De acordo com ele, os 6 milhões de portadores de doença de Chagas, os 8 milhões de pessoas acometidas de esquistossomose e mesmo o 1 milhão de tuberculosos compõem um quadro muito mais assustador que os 384 casos exibidos pela AIDS.**<sup>391</sup>

O trecho recortado é parte da fala do Ministro da Saúde, que foi procurado pela revista *Veja* para prestar esclarecimentos sobre o avanço da enfermidade no Brasil. Por certo, o entendimento do ministério é o de que a AIDS não é uma doença prioritária, tendo em vista a pequena quantidade de casos positivos no país. Neste sentido, a posição oficial do governo brasileiro mostra seu descaso com a doença, assim como um sinal de abandono referente ao cuidado com as pessoas soropositivas, que neste momento já enfrentavam a segregação na sociedade.

De acordo com Fábio Silva e Raquel Guedes, durante a década de 1980, a revista *Veja*, junto com os demais veículos de comunicação impressos no Brasil,

---

<sup>388</sup> VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985, p. 58.

<sup>389</sup> VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985, p. 63.

<sup>390</sup> NASCIMENTO, Dilene. AIDS: a emergência da década de 1980, *op. cit.*, p. 193.

<sup>391</sup> VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985, p. 56, grifo nosso.

transformaram a AIDS em um produto midiático, ao mesmo tempo que construíram o imaginário social da doença, antes mesmo dela ter se tornado uma epidemia. Os autores ainda acentuam que os impressos também ajudaram a constituir a narrativa de que os homossexuais estavam associados intimamente à AIDS. Isso resultou em uma falsa identidade da doença, causando desinformação, preconceito e, sobretudo, segregação e abandono das pessoas que estavam convivendo com a doença que, conseqüentemente, foram conduzidas para a exclusão social e, até mesmo, para a morte. Ainda segundo Fábio Silva e Raquel Guedes, o descaso com a AIDS por parte do Ministério da Saúde ocorreu porque “o verdadeiro *lobby* da doença” no país era feito por um pequeno grupo de homossexuais masculinos, cujas vidas pareciam não ter importância para as políticas públicas de saúde.<sup>392</sup> Ou seja, naquele momento histórico, os indivíduos que conviviam com a AIDS estavam sendo abandonados pelo poder público e, neste sentido, deixados para morrer, pois “quando se trata da AIDS a palavra cura não pode ser mencionada”.<sup>393</sup> Isso significa que o imperativo em favor da vida desaparece em *Veja* para dar espaço ao imperativo da morte.

Por outro lado, se a AIDS estava emergindo, até então, como uma doença mortal, a única modalidade possível de ação era a prevenção, ou seja, era preciso restabelecer a conduta sexual da população, o que significa combater “a prática de vida irregular” dos homossexuais, considerados como um grupo de “comportamento perigoso”, devido a seus “atos sexuais divergentes”, que fogem da normalidade.<sup>394</sup> De acordo com a reportagem de *Veja*, deve-se priorizar a “abstinência ou monogamia sexual”, além do “uso de preservativos”, tendo em vista que, “quanto maior a promiscuidade, maior a possibilidade de contágio da doença”.<sup>395</sup> Com efeito, “o discurso sobre a AIDS adquire dimensão cultural e moral”, que vai se transformar em “um motor de mudanças radicais no modo de vida e nos valores do fim do século XX, em particular no que diz respeito à liberdade sexual”.<sup>396</sup> Para o movimento

---

<sup>392</sup> SILVA, Fábio R; GUEDES, Raquel da Silva. A mídia impressa e a construção narrativa sobre a AIDS no Brasil no final do século XX: Uma relação perigosa. **Rev. C&Trópico**, v. 44, n. 1, 2020, p. 155.

<sup>393</sup> VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985, p. 58.

<sup>394</sup> SILVA, Fábio R; GUEDES, Raquel da Silva. A mídia impressa e a construção narrativa sobre a AIDS no Brasil no final do século XX: Uma relação perigosa, *op. cit.*, p. 152.

<sup>395</sup> VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985, p. 63 e 67, respectivamente.

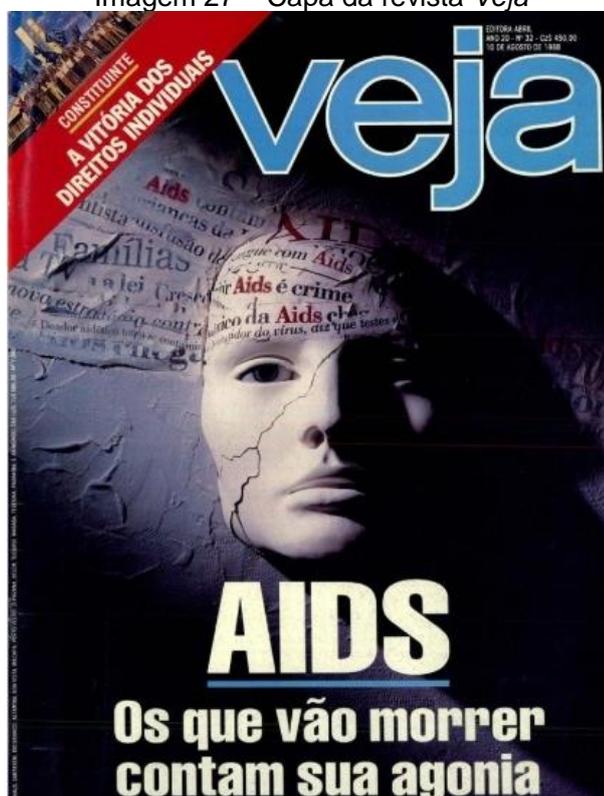
<sup>396</sup> HERZLICH, Claudine; PIERRET, Janine. Uma doença no espaço público: A AIDS em seis jornais franceses. **PHYSIS: Revista de saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 15, n. (suplemento), 2005, p. 84.

homossexual, a carga moral presente nos discursos foi mais um empecilho na sua luta por liberdade e direitos básicos.

Novamente, é importante ressaltar o papel fundamental da revista *Veja* em se posicionar como um dispositivo da biopolítica, ou seja, sua capacidade de governar a população de meio da prática discursiva, de mediar os riscos e ameaças, de estabelecer normas e orientar a conduta dos indivíduos. Por certo, ao discursar sobre a AIDS, a reportagem de *Veja* produz subjetividades, pois contribui para criar um imaginário social de incerteza e medo sobre uma doença que adentrava no Brasil e no mundo, por constituir os homossexuais como os principais atores sociais e por cristalizar as relações de poder que se instauraram a seu respeito.

Aproximadamente, três anos depois da publicação da edição 884, de 14 de agosto de 1985 (Imagem 26), a revista *Veja* traz uma outra reportagem de capa sobre a AIDS, que continua enfatizando seu desprezo pela doença e pelas pessoas soropositivas. Observamos a edição 1040, de 10 de agosto de 1988 (Imagem 27), da revista *Veja*.

Imagem 27 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 1040, de 10 de agosto de 1988, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da revista *Veja* mencionada retrata, mais uma vez, a temática da AIDS, que é apresentada em letras maiúsculas pela manchete da edição. A imagem central da capa é uma máscara, cuja finalidade é expressar o anonimato das pessoas vivendo com a doença. Nota-se que a máscara está trincada, e que dentro dela há alguns dizeres, enfatizando que a AIDS é um crime, o que reflete o estigma social vivenciado pelas pessoas soropositivas daquela época. Em complemento com a temática abordada na capa, a linha fina é um convite para o leitor conhecer o cotidiano de agonia das pessoas vivendo com a AIDS, que é relatado na reportagem no interior do periódico.

Intitulado como *Morrendo aos Poucos a Cada Dia*, o texto de nove páginas, diferentemente da reportagem da edição 884, de 14 de agosto de 1985 (Imagem 26), não elege os homossexuais como o grupo e seus modos de vida como a prática responsável pela AIDS, ainda que o texto traga o relato do “ex-radialista Ari”, que acredita que “a doença é um castigo de Deus para acabar com a homossexualidade e a imoralidade do mundo”. O entrevistado se declara heterossexual, mas admite ter experienciado “relações homossexuais esporádicas”.<sup>397</sup>

O cerne da reportagem de *Veja* é fazer com que seus leitores compreendam que a AIDS é uma ameaça para todos os gêneros e orientações sexuais, e que não importa quem seja o parceiro da relação sexual. Nesta reportagem, publicada três anos depois da edição 884, de 14 de agosto de 1985 (Imagem 26), a abordagem de *Veja* está alinhada ao que os principais veículos de comunicação propagavam naquele momento histórico. Na segunda metade da década de 1980, “a AIDS exprime uma ameaça que não diz respeito apenas aos homossexuais, mas se estende a todos os indivíduos”, sendo uma doença que “não atinge somente os corpos, mas também a cultura e os valores do fim do século XX”.<sup>398</sup> Neste sentido, o destaque da reportagem de *Veja* é explicitar o cotidiano de angústia do casal Ilca e Marcos, ambos soropositivos.

Desde então, a vida do casal tem sido um abismo. **Ilca nunca mais recebeu a visita de nenhum de seus nove irmãos**, com os quais se criou no interior de São Paulo. **“Meu pai, nas raras vezes que vem me visitar, se recusa a usar o meu banheiro com medo de contrair a**

---

<sup>397</sup> VEJA, edição 1040, de 10 de agosto de 1988, p. 76.

<sup>398</sup> HERZLICH, Claudine; PIERRET, Janine. Uma doença no espaço público: A AIDS em seis jornais franceses, *op. cit.*, p. 88.

**doença**”, diz ela. O preconceito contra aidéticos golpeia Ilca e sua família nas situações mais cotidianas. **“Eu me sinto presa e exilada dentro desse apartamento. Os vizinhos fogem de medo quando nos vêm.**<sup>399</sup>

O trecho recortado da reportagem exprime o estigma social enfrentado pelo casal Ilca e Marcos, que há poucos meses obtiveram o diagnóstico clínico de AIDS. A indisposição e a aflição causadas pelo adoecimento são responsáveis por revelar suas identidades aos vizinhos, colegas de trabalho, amigos e familiares, o que resulta em “uma experiência que isola e expõe os doentes a discriminações e perseguições”.<sup>400</sup> Com efeito, essa é uma questão que a própria reportagem evidencia quando menciona que “a AIDS obriga seus pacientes a carregarem um peso ainda maior que os transtornos físicos ocasionados pela moléstia”. Ou seja, o grande impacto que a AIDS causou na ciência, na mídia e no imaginário popular fez com que se criasse uma atmosfera negativa sobre as pessoas com HIV positivo, o que resulta na sua marginalização e abandono.<sup>401</sup>

Seguindo pela reportagem, o texto traz algumas informações atualizadas sobre o estágio da doença no país, mencionando que “até o fim do ano, a AIDS deve atingir a cifra de 1130 casos no Brasil apenas no período de doze meses”. Ao reportar dados sobre os óbitos, a reportagem acentua que “serão quase 300 mortos da doença no mesmo período”, que “comparada com o ano passado, essa estatística pode sugerir que a doença arrefeceu”.<sup>402</sup> Estes trechos destacam o desprezo da revista *Veja* com a enfermidade, bem como pela vida das pessoas soropositivas, pois o número de casos confirmados de HIV/AIDS aumentou drasticamente no Brasil, assim como o de óbitos, até pelo menos o ano de 1996, quando o Sistema Único de Saúde (SUS), “passou a garantir o acesso universal e gratuito aos medicamentos anti-retrovirais” para os pacientes soropositivos no Brasil.<sup>403</sup>

A reportagem de *Veja* demonstra seu descaso com a vida das pessoas vivendo com AIDS ao mencionar que elas são responsáveis por elevar as despesas públicas do sistema previdenciário e de saúde, tendo em vista que estes indivíduos estão

---

<sup>399</sup> VEJA, edição 1040, de 10 de agosto de 1988, p. 74, grifo nosso.

<sup>400</sup> SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**, *op. cit.*, p. 30.

<sup>401</sup> VEJA, edição 1040, de 10 de agosto de 1988, p. 67.

<sup>402</sup> VEJA, edição 1040, de 10 de agosto de 1988, p. 67.

<sup>403</sup> DOURADO, Inês *et al.* Tendências da epidemia de AIDS no Brasil após a terapia anti-retroviral. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, n. 40 (suplemento), 2006, p. 10.

“afastados de seus empregos”, mas recebem “73.000 cruzados mensais” pagos pelo “INAMPS, a título de auxílio-doença”, e quando necessitam de auxílio médico e hospitalar, isto “custa ao governo, em média, 55.000 cruzados por dia para tratar um paciente com AIDS”, por meio do sistema público de saúde.<sup>404</sup> <sup>405</sup> Com efeito, estes enunciados jornalísticos fazem emergir, novamente, a associação entre a biopolítica e a governamentalidade neoliberal, uma vez que a preocupação da revista *Veja* não está no avanço da epidemia e/ou no sofrimento dos indivíduos acometidos por ela, mas nas despesas que o descontrole da AIDS pode ocasionar para as contas públicas do governo, bem como na perda da força vital da população para à produção de riquezas para o país, o que pode gerar instabilidade e colocar em risco o sistema capitalista.

Portanto, as reportagens de capa da revista *Veja* que tratam da temática da AIDS são compreendidas sob o prisma econômico, pois são essas as razões que explicam o desprezo e o abandono do periódico em relação aos indivíduos soropositivos, que são discursados em suas páginas como vidas que não podem mais ser resgatadas para a normalidade. Deste modo, tornam-se pessoas com uma vida descartável, que deve ser deixada para morrer, tendo em vista que o cálculo econômico empregado pela revista *Veja* leva em consideração que: (1) a vida das pessoas que vivem com AIDS é improdutiva e deficitária para o sistema capitalista; (2) a morte desses acometidos preserva a condição de vida dos indivíduos sadios, assim como a força vital da população para produzir riquezas.

De acordo com Michel Foucault, a morte não consiste somente na eliminação física de um indivíduo, mas se configura no abandono, na abstenção das ações necessárias para que a vida humana alcance as condições mínimas de sobrevivência. Ainda segundo o autor, na contemporaneidade, “o poder de vida e morte se exerce em nome e a favor da sociedade”.<sup>406</sup> Portanto, o abandono e a exclusão social das pessoas que vivem com AIDS é uma forma de experimentação, ou seja, o imperativo da morte se mostra como a solução mais eficaz para resolver o problema da população, pois, na biopolítica, a morte do outro (degenerado, anormal, doente)

---

<sup>404</sup> VEJA, edição 1040, de 10 de agosto de 1988, p. 67 e 74, respectivamente.

<sup>405</sup> Para uma base de comparação, o Decreto nº 96.442, de 29 de julho de 1988, fixou o salário mínimo em Cz\$ 15.552,00 (quinze mil, quinhentos e cinquenta e dois cruzados) mensais, válido para todo território nacional.

<sup>406</sup> FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**, *op. cit.*, p. 305.

consiste em deixar mais sadia e mais pura a vida daqueles indivíduos que se enquadram nos padrões de normalidade.<sup>407</sup>

Neste sentido, fica evidente que, com a veiculação das reportagens de capa edição 606, de 16 de abril de 1980 (Imagem 24), e na edição 685, de 21 de setembro de 1981 (Imagem 25), sobre o tabagismo e o alcoolismo, respectivamente, a revista *Veja* tem como propósito assegurar o seu compromisso com a biopolítica, ou seja, prever e corrigir os riscos e os problemas que possam ameaçar a vida da população. O que está em jogo é fazer os indivíduos viverem, prolongar a expectativa de vida, o que, conseqüentemente, vai evitar e diminuir os gastos públicos, fortalecer a força de trabalho e aumentar a produção de riqueza da população. Em contrapartida, as reportagens de capa da edição 884, de 14 de agosto de 1985 (Imagem 26) e da edição 1040, de 10 de agosto de 1988 (Imagem 27), que retratam a emergência da AIDS, a biopolítica em *Veja* aciona seu outro polo de gerenciamento da vida: agora, é preciso deixar morrer. Isso significa fazer com que os seus leitores compreendam que as pessoas soropositivas são improdutivas e, ao mesmo, tempo responsáveis por causarem despesas públicas, além de que seu convívio na sociedade é uma ameaça para a vida daqueles que estão sadios. Deste modo, o que está em jogo é proteger a saúde biológica e econômica da população, e a solução deste problema é o abandono, a exclusão social e até mesmo a morte daqueles que a ameaçam.<sup>408 409</sup>

Portanto, é a biopolítica quem define as pessoas e/ou grupos que devem viver e quem deve morrer, tendo como perspectiva um cálculo econômico. E aqui é um ponto importante, pois a biopolítica se opõe a política entendida como constituição ética e de diálogo argumentativo, essencial para a construção do espaço político em qualquer sociedade. Um dos efeitos do exercício da biopolítica é justamente a redução da pluralidade da condição humana que restringe a maneira pela qual as populações

---

<sup>407</sup> ROSE, Nikolas; RABINOW, Paul. O conceito de biopoder hoje, *op. cit.*, p. 34.

<sup>408</sup> Embora o nosso objeto de investigação seja as reportagens de capa da revista *Veja* sobre a AIDS, é preciso ressaltar a demora do Governo Brasileiro para elaborar e colocar em prática políticas públicas para o enfrentamento da epidemia de HIV/AIDS que se instalava no Brasil na década de 1980. Segundo Fábio Silva e Raquel Guedes, a inércia foi justificada por outros problemas na área da saúde que ainda não tinham sido resolvidos, como a malária, a tuberculose, a meningite, dentre outras doenças. Foi utilizada, também, como justificativa, as restrições financeiras causadas pela crise econômica, limitando a disponibilidade de recursos para pesquisas, programas educacionais além de cuidados e tratamentos para os pacientes da AIDS. Ver mais em: SILVA, Fábio R; GUEDES, Raquel da Silva. A mídia impressa e a construção narrativa sobre a AIDS no Brasil no final do século XX: Uma relação perigosa, *op. cit.*, p. 158 e seguintes.

<sup>409</sup> Todas as capas utilizadas neste tópico podem ser consultadas em: Apêndice 7 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Fazer viver e deixar morrer, p. 229.

possam se tornar capazes de traçar narrativas sobre sua própria vida e história. Isso significa dizer que a biopolítica assegurada pela revista *Veja* é um processo que inibe a população de exercer o governo sobre si mesma.

No último item do capítulo, nossa inquietação parte para examinar como o exercício da biopolítica em *Veja* objetiva gerenciar a segurança e a estabilidade para a população, uma vez que as reportagens de capa da revista buscam estabelecer formas de controle, alertas de riscos e regulamentações que tem como propósito fazer com que a população se torne cada vez mais segura e, conseqüentemente, obtenha a estabilidade necessária para poder gerar riquezas.

### **3.3 Em busca de segurança e estabilidade econômica**

De acordo com José Prado, o motivo pelo qual os leitores procuram por revistas, em um primeiro momento, é para se informar. Contudo, o autor salienta que este público específico de leitores também está em busca de saberes e narrativas que apresentem e expliquem o mundo em que vivem, que os ajudem a construir críticas e reflexões, a se localizar e interagir diante dos inúmeros fenômenos sociais. Sabendo dessa demanda, José Prado ressalta que as revistas, em seus respectivos nichos de atuação, convocam os seus leitores a aplicarem em suas vidas cada vez mais os seus receituários, mapas e guias cognitivos que mostram os melhores caminhos, fornecem conselhos e dicas para serem seguidos. Logo, é nesse momento que se implicam as modalizações e subjetivações, isto é, modos de ser, de se comportar, de fazer, de sentir e de poder. Assim, é possível dizer que o ato de comunicação entre enunciador e enunciatário se constrói em torno de um domínio de saber(es).<sup>410</sup>

Ainda de acordo com José Prado, uma das principais estratégias comunicativas das revistas semanais consiste na linguagem apelativa encontrada nas capas, manchetes e linhas finas, que utilizam expressões como: venha saber; descubra conosco; saiba das novidades; compreenda o essencial; etc. Para José Prado, esses enunciados são exemplos de que as revistas desempenham uma função biopolítica, ou seja, seu conteúdo é um dispositivo que detém inúmeras práticas pedagógicas, instrutivas e interpretativas, que se apropriam da combinação de imagens, infográficos, fotografias e enunciados que formulam mapas cognitivos que tem como

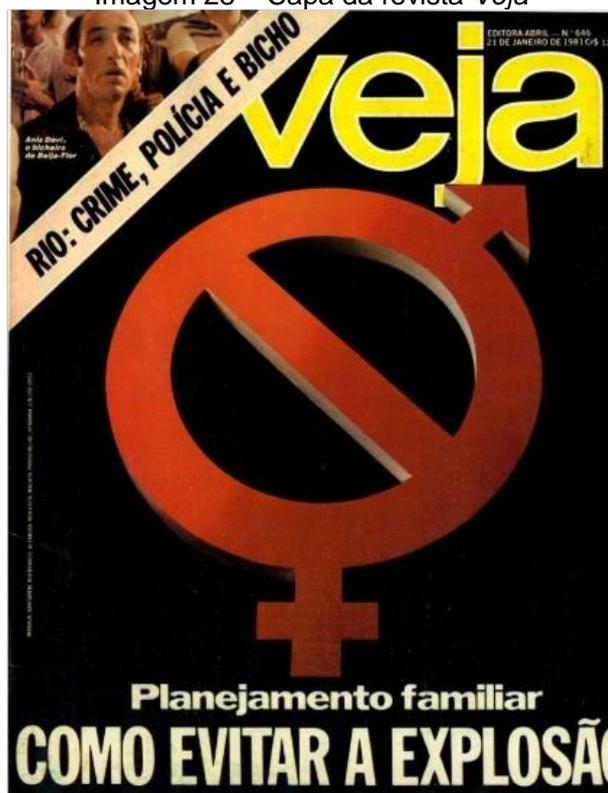
---

<sup>410</sup> PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, *op. cit.*, p. 09 e seguintes.

objetivo convocar os enunciatários a participarem e a interagirem no meio social e, ao mesmo tempo, alertar os leitores sobre possíveis riscos que possam afetar a segurança da população.<sup>411</sup>

Ao nos debruçarmos sobre as edições da revista *Veja*, como temos indicado ao longo desta tese, partimos do princípio de que, entre os anos de 1979 e 1988, parece haver a emergência de uma série de reportagens de capa que asseguram sua função tanto disciplinar, quanto biopolítica. Um dos pontos que nos chama a atenção do ponto de vista de sua atuação biopolítica é a preocupação da revista *Veja* com questões que podem se tornar ameaças à vida da população e, conseqüentemente, ocasionar riscos à regularidade e estabilidade, a exemplo do aumento populacional no Brasil, tema retratado na capa da edição 646, de 21 de janeiro de 1981 (Imagem 28), observamos.

Imagem 28 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 646, de 21 de janeiro de 1981, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).<sup>412</sup>

<sup>411</sup> PRADO, José Luiz Aidar. Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais, *op. cit.*, p. 25 – 44.

<sup>412</sup> Algumas das capas reproduzidas nesta tese estão cortadas na lateral direita. Entretanto, sempre que isto acontece, optamos por manter a imagem original, disponibilizada no acervo digital online da revista, no qual localizamos nossas fontes.

A capa da edição 646 traz como imagem central os símbolos correspondentes aos gêneros masculino e feminino sobrepostos e, ao centro, uma faixa diagonal atravessa sobre seu círculo, fazendo menção a uma placa de trânsito que sinaliza algum tipo de proibição, com semelhanças até mesmo na cor utilizada: a vermelha. Em congruência, a manchete, escrita em letras maiúsculas e com enfoque alarmista, anuncia para o enunciatório “como evitar a explosão”, referindo-se a um possível crescimento expressivo da população brasileira.<sup>413</sup> Já a linha fina parece dar pistas sobre a resposta que o leitor encontrará na reportagem no interior da revista, pois menciona a questão do planejamento familiar.

Segundo Marília Scalzo, é uma característica dessa unidade comunicativa a utilização de um arsenal de recursos sensacionalista que tem como objetivo causar impacto e, conseqüentemente, chamar a atenção do enunciatório. Assim, esses periódicos entrelaçam manchetes, linha fina e imagens para poder produzir narrativas, introduzir valores, princípios e símbolos que influenciem a percepção de vida do leitor.<sup>414</sup> Portanto, é possível dizer que as revistas semanais, assim como *Veja*, buscam proporcionar interações com seu enunciatório, chamar sua atenção, representá-lo, convencê-lo a se mobilizar e a tomar decisões sobre determinados assuntos. Na reportagem intitulada *O Direito de Evitar*, de sete páginas, relacionada a esta capa, a revista *Veja* apresenta o “planejamento familiar” do governo brasileiro para controlar o crescimento da população. Este “deve ser implantado lenta, gradual e sutilmente”, tendo em vista que “o Brasil é um dos raros países do mundo onde ainda não existe uma política de planejamento familiar”.<sup>415</sup> Neste sentido, o plano do governo consiste em:

Numa primeira etapa, o Ministério da Saúde vai **distribuir intensamente**, por meio de seus postos médicos, **informações sobre reprodução humana, organismo feminino e fecundidade**, além de **esclarecimentos sobre métodos anticoncepcionais artificiais – como pílula, o diafragma, os preservativos e as pomadas espermicidas**. Depois, condicionado pela vontade do casal e por indicações médicas, o **fornecimento gratuito desses meios às famílias de baixa renda será assegurado pelo governo**. Simultaneamente, o Ministério da Saúde deverá liberalizar o recurso aos chamados ‘métodos radicais’.

---

<sup>413</sup> VEJA, edição 646, de 21 de janeiro de 1981, capa.

<sup>414</sup> SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**, *op. cit.*, p. 62 e seguintes.

<sup>415</sup> VEJA, edição 646, de 21 de janeiro de 1981, p. 55 e 59, respectivamente.

especialmente **a ligadura de trompas para as mulheres e a vasectomia para homens**, sempre sob orientação médica.<sup>416</sup>

Como visto, o trecho da reportagem de *Veja* apresenta em detalhes para seus leitores o planejamento familiar proposto pelo governo do presidente João Batista Figueiredo. Apesar de ser um regime autoritário, a estratégia do governo não é impor seu planejamento familiar aos brasileiros, como estaria sendo realizado em alguns outros países asiáticos, por exemplo, na China, que é mencionada no texto como um modelo de “coerção estatal muito mais direta e pesada”, que fere a liberdade da população.<sup>417</sup> Além disso, a reportagem de *Veja* também cita os movimentos conservadores e religiosos da sociedade que se posicionavam contra os métodos contraceptivos.<sup>418</sup> Contudo, essas questões são deixadas de lado neste momento, pois o que nos chama a atenção é a emergência de uma possível ameaça relacionada ao descontrole populacional, que a revista *Veja* faz questão de veicular em sua reportagem de capa.

De acordo com Michel Foucault, por volta da metade do século XVIII, o que interessava ao biopoder era a vida da população no que diz respeito aos seus processos biológicos. Portanto, é nesse momento que “vemos aparecer problemas” relacionados à “condições de vida em uma cidade, a higiene pública, a modificação da relação entre natalidade e mortalidade”. Também, é nesse momento que o autor evidencia a emergência de saberes para “regular o fluxo da população” e suas “taxas de crescimento”, para conter ameaças e riscos, entre outros fenômenos próprios à vida, que passam a ser objetos de intervenção política.<sup>419</sup> Logo, a contenção de ameaças e riscos à vida é uma característica da biopolítica, que tem como alvo o corpo-espécie, ou seja, a população.

Ainda sobre a temática, Ulrich Beck faz uma análise pertinente ao acentuar que, a partir do final da década de 1970, discursos sobre riscos e catástrofes sociais se ampliaram radicalmente, e passaram a ser divulgados, principalmente, pelos

---

<sup>416</sup> VEJA, edição 646, de 21 de janeiro de 1981, p. 55, grifo nosso.

<sup>417</sup> VEJA, edição 646, de 21 de janeiro de 1981, p. 55.

<sup>418</sup> Estes movimentos alegam na reportagem que somente Deus tem o poder sobre a vida, e que os métodos contraceptivos abriam espaço para o sexo livre, para a prática do aborto e a desvirtuação do casamento.

<sup>419</sup> FOUCAULT, Michel. As malhas do poder. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos VIII** – Segurança, Penalidade e Prisão. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012, p. 180.

veículos de comunicação de todo o mundo. Para o autor, a dimensão ampliada do risco é produzida e legitimada por análises tecnocientíficas e estatísticas realizadas no presente diante de riscos previstos e imaginados no futuro, por isso é preciso enfatizar a ideia de que estamos na trajetória de um certo desfecho trágico para que busquemos desvios enquanto ainda há tempo.<sup>420</sup> Dentro da mesma baliza temporal mencionada por Ulrich Beck, a questão da super população começa a emergir como um problema social que coloca em risco a vida da própria população, tanto nacional quanto internacional, “por causa de suas consequências econômicas, pois limitam o crescimento”.<sup>421</sup> Deste modo, é possível afirmar que a preocupação por efetuar um controle demográfico está de acordo com os interesses da prosperidade econômica.

É justamente a questão econômica que emerge na sequência da reportagem de *Veja*, uma vez que, segundo a revista, o Brasil terá “de agir a sério para limitar” sua população a um número compatível “com seus recursos – não se tratando de uma escolha, mas de um princípio de lógica”.<sup>422</sup> Ora, o princípio de lógica que a revista *Veja* ressalta nada mais é do que a lógica econômica, isto é, a preocupação da reportagem é com o desenvolvimento econômico do Brasil que, no futuro, tende a ser diluído, pois a atual taxa de crescimento demográfico vai acentuar ainda mais os problemas sociais já existentes, entre eles, os “55 milhões de brasileiros que sobrevivem sem água encanada” e os “40 milhões que não têm luz elétrica”. Além disso, a reportagem menciona os “mais de 20 milhões catalogados na faixa da pobreza absoluta”, e outros “6 milhões de domicílios sem instalações sanitárias”. Exposto os problemas sociais do presente, o texto de *Veja* destaca que “não há nenhuma estimativa, com um mínimo de realismo, indicando que o Estado obtenha recursos para pagar, a médio prazo, a melhoria de padrão de vida para estas massas”.<sup>423</sup>

O fato é que, em um primeiro instante, parece que a preocupação da reportagem da revista *Veja* é com a qualidade de vida e o bem-estar da população, principalmente, dos mais pobres. Entretanto, em nenhum momento o texto da revista questiona a concentração de renda no país, as origens da desigualdade econômica e

---

<sup>420</sup> BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**: rumo a uma outra modernidade. Trad. Sebastião Nascimento. 2ª ed. São Paulo, Editora 34, 2011.

<sup>421</sup> ROSE, Nikolas; RABINOW, Paul. O conceito de biopoder hoje, *op. cit.*, p. 43.

<sup>422</sup> VEJA, edição 646, de 21 de janeiro de 1981, p. 55.

<sup>423</sup> VEJA, edição 646, de 21 de janeiro de 1981, p. 59.

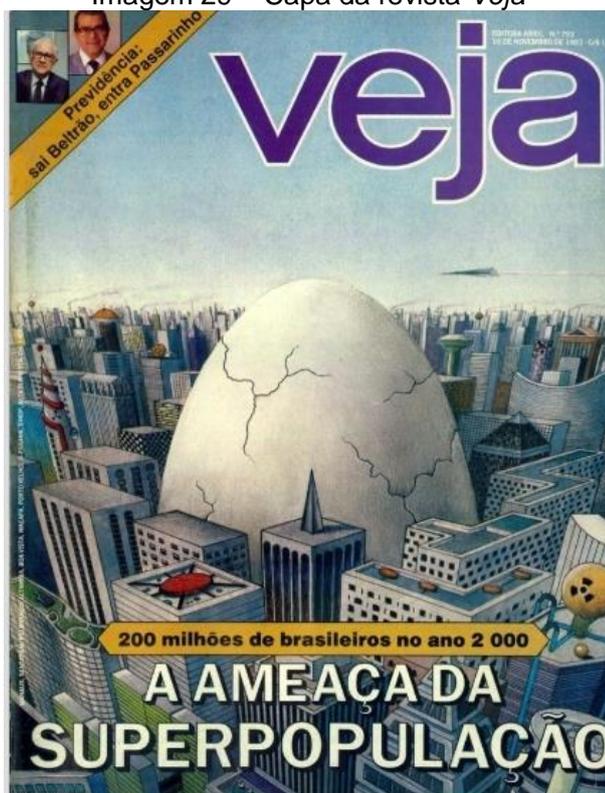
social, a falta de oportunidade para os mais pobres e a implementação de políticas públicas mais inclusivas. A reportagem não propõe uma discussão sobre como o Estado poderia aumentar suas receitas, promover justiça social e garantir para toda a população os serviços públicos essenciais para uma vida digna. Não há menção sobre a falta de liberdade política e as ferramentas que pudessem reduzir a miséria no país e gerar oportunidades, como o acesso à informação, à cultura e à educação. Todas essas questões faziam parte do contexto social, político, cultural e econômico brasileiro do início da década de 1980, no Brasil.<sup>424</sup> Porém, o que está em jogo na reportagem de *Veja* é a promoção de um imperativo de segurança, que nada mais é do que a defesa do crescimento econômico do país e, assim como, a proteção dos ricos e da classe média para que não sejam alvos de políticas econômicas reformistas que possam extinguir seus privilégios ou tributar grandes patrimônios e renda.

Michel Foucault salienta que “desde as experiências do século XVII, a revolta urbana é a grande coisa que o governo deve evitar”. Por isso, controlar o crescimento da população para que esta fique em níveis considerados aceitáveis e proporcionais ao tamanho do território e de sua produção de riquezas, é essencial para evitar qualquer tipo de desordem ou revolta, principalmente, organizada pelos indivíduos mais pobres, uma vez que o seu descontrole pode desestabilizar toda a população e colocar em risco o sistema econômico.<sup>425</sup> Deste modo, o planejamento familiar apresentado pelo governo brasileiro e defendido nas páginas da revista *Veja*, nada mais é do que uma estratégia da biopolítica que tem como finalidade gerenciar a população. Na prática, isso significa buscar prever seus movimentos e promover sua segurança e estabilidade econômica, uma vez que, agora, a população passa a estar sob a ordem do saber e dos cálculos do poder. E estas questões ficam ainda mais evidentes na edição 793, de 16 de novembro de 1983 (Imagem 29).

---

<sup>424</sup> Para maior compreensão sobre a conjuntura do Brasil na década de 1980, recomendamos a leitura da obra: ROSTOLDO, Jadir Peçanha. **Brasil, 1979 – 1989**, *op. cit.*

<sup>425</sup> FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**, *op. cit.*, p. 41.

Imagem 29 – Capa da revista *Veja*

Fonte: VEJA, edição 793, de 16 de novembro de 1983, capa.  
(Acervo digital online da revista *Veja*).

A capa da edição 793 da revista é mais uma dedicada à temática da superpopulação. A imagem que compõe todo o espaço da primeira página é a de um extenso aglomerado predial de uma cidade, e em seu centro está situado um grande ovo. Este tem a pretensão de retratar os futuros nascimentos que vão aumentar o tamanho da população daquela cidade nos próximos anos. A manchete da capa anuncia que o descontrole no crescimento populacional pode se tornar uma ameaça, e a linha fina reitera a previsão de que, em menos de duas décadas, o Brasil alcançará a marca de 200 milhões de habitantes. O modo como a capa desta edição foi produzida difunde uma concepção alarmista de que a superpopulação é uma ameaça para a cidade e, neste sentido, a preocupação veiculada pela revista *Veja* abre um diálogo estreito com seu público-alvo, a classe média urbana, com a finalidade de criar engajamento para que ela se posicione e contribua no debate relacionado ao problema identificado pela revista.

Antes de avançarmos nesta discussão, é necessário entendermos o contexto da publicação desta edição de *Veja*, pois ela está inserida dentro de uma baliza temporal marcada pelo êxodo rural, um fenômeno geográfico e populacional que marcava o Brasil naquele momento histórico. Com efeito, “o período 1970 – 1980,

transferiu, para o meio urbano, o equivalente a 30,0% da população rural existente em 1970, ano em que migraram 12,5 milhões de pessoas”. Isto tornou as cidades mais populosas e fez emergir inúmeros problemas, riscos e ameaças à vida, tendo em vista que a maioria das cidades não estava preparada e/ou não foi projetada para comportar alta densidade populacional.<sup>426</sup> O crescimento desordenado das grandes cidades brasileiras até chega a ser mencionado na reportagem *Um Abismo a Evitar*, de sete páginas, no interior da revista, contudo, o destaque do texto está no descontrole da taxa de crescimento demográfico, que emerge como uma possível ameaça para a vida da população.

[...] o Brasil **amarga** uma taxa de crescimento demográfico de 2,49% ao ano. Nessa marcha, o país chegará ao ano 2000 com cerca de 200 milhões de habitantes. Então, **sofrerá os efeitos do sensível agravamento do fenômeno da multiplicação da pobreza e da queda da qualidade de vida.** [...] Hoje, no Brasil, **temos 20 milhões de analfabetos**, além de **9 milhões de crianças na faixa etária de 7 a 14 anos fora da escola** [...] **20 milhões de pessoas vivem sem água encanada e 9 milhões sem luz elétrica.** Há **1,3 milhão de domicílios urbanos sem instalações sanitárias** e outros **8,9 milhões têm um só dormitório.** Mais de **18 milhões de brasileiros ganham até um salário mínimo** e, o governo admite a existência de **7 milhões de desempregados.**<sup>427</sup>

O trecho recortado expressa a ameaça que o crescimento desordenado da população pode ocasionar caso a estimativa demográfica se concretize nos próximos anos. Os 200 milhões de habitantes no Brasil emergem não só como uma ameaça futura, mas como um dado catastrófico que vai agravar ainda mais os problemas sociais e econômicos já existentes e, provavelmente, criar novos outros. Com efeito, é neste momento que entra em ação a biopolítica em *Veja*, pois os 128 milhões de habitantes que o Brasil possuía em 1983 são compreendidos como um número aceitável, dentro da média, e que não oferece riscos à totalidade da população, embora todos os problemas sociais e econômicos citados na reportagem.<sup>428</sup> Agora, os 200 milhões de habitantes projetados para o ano 2000, é um número muito acima

---

<sup>426</sup> ALVES, Eliseu; SOUZA, Geraldo da Silva e; MARRA, Renner. Êxodo e sua contribuição à urbanização de 1950 a 2010. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, n. 04, abr. – jun., 2011, p. 81.

<sup>427</sup> VEJA, edição 793, de 16 de novembro de 1983, p. 74 e 75, grifo nosso.

<sup>428</sup> De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população do Brasil, no ano de 1983, era de 128 milhões de habitantes. O censo demográfico pode ser consultado em: <https://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/buscaportemas/populacao.html>.

da margem, por isso é uma marca temida. Neste sentido, emerge nas páginas de *Veja* como uma ameaça para a segurança de todos. Portanto, “é preciso não perder tempo” e implantar, logo, “o planejamento familiar para reduzir o ritmo do crescimento e, principalmente, melhorar a qualidade de vida da população brasileira”.<sup>429</sup>

É necessário ressaltarmos o papel da estatística, que na biopolítica se torna um importante instrumento de controle para decifrar a dinâmica e os problemas da população. De acordo com Michel Foucault, com o uso de cálculos de probabilidades, a prática da estatística foi sendo disseminada por todo o corpo social. Assim, ao identificar as regularidades da população, foi possível fixar taxas normais de natalidade, mortalidade, difusão de doenças, acidentes, etc.<sup>430</sup> A função da estatística passa a ser o de garantir certos padrões de normalidade para então poder direcionar a população, pois “o normal define os valores de referência, as médias e as variações admissíveis para um determinado fenômeno biológico”, tendo em vista que é em torno da “norma que podem ser criadas estratégias de poder que correspondem aos processos biológicos”.<sup>431</sup>

Os cálculos estatísticos não estão apenas relacionados ao fator político e social, uma vez que essa prática está intimamente ligada à economia, pois qualquer comportamento da população produz efeitos econômicos. Assim, o crescimento desordenado da população “aumenta a pressão sobre o sistema previdenciário”, além de que “esse crescimento humano, em termos explosivos, devora, como se tem observado, o crescimento econômico” do país.<sup>432</sup> Portanto, o que está em jogo é a promoção de um imperativo da segurança que garanta a ordem e a estabilidade econômica, do mesmo modo que a edição 646, de 21 de janeiro de 1981 (Imagem 28), na qual a ameaça da super população não está relacionada, necessariamente, com a perda do bem-estar e da qualidade de vida da população mais pobre, mas a preocupação da revista *Veja* é com o endividamento público e com a deturpação do crescimento econômico do Brasil. Inclusive, a sequência da reportagem ataca os indivíduos mais pobres, pois “das crianças anualmente nascidas no Brasil, perto de 70% aumentam famílias com renda abaixo de dois salários mínimos por mês”. Logo,

---

<sup>429</sup> VEJA, edição 793, de 16 de novembro de 1983, p. 75.

<sup>430</sup> FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**, *op. cit.*, p. 75 – 85.

<sup>431</sup> CAPONI, Sandra *et al.* (Org.). Classificar e medicar: a gestão biopolítica dos sofrimentos psíquicos, *op. cit.*, p. 103 e 104.

<sup>432</sup> VEJA, edição 793, de 16 de novembro de 1983, p. 73 e 78, respectivamente.

o planejamento familiar deve ser introduzido nas famílias de classes mais pobres, até mesmo porque, como afirma o economista Rubens Costa, “os ricos e a classe média, que dirigem e administram o país, praticam o planejamento familiar”. Deste modo, “o que consideram bom para eles deve ser estendido a todos. Quanto mais miserável é a família, mais filhos tem”.<sup>433</sup>

Os trechos da reportagem de *Veja* evidenciam o total desprezo e preconceito contra a população mais pobre do país e tem o objetivo de convencer os leitores de que os indivíduos pobres são os responsáveis diretos pela sua própria condição de miséria, tal como, pelo aumento da população nas grandes cidades. Todos os problemas sociais e econômicos citados pela reportagem de *Veja* não possuem outras razões, a não ser o descontrole populacional, ocasionado pelas classes mais pobres. Nota-se, mais uma vez, que o texto de *Veja* isenta o governo brasileiro de qualquer responsabilidade no que diz respeito aos problemas sociais e econômicos enfrentados pelo Brasil naquele momento histórico. Também, fica evidente que as ações biopolíticas da revista *Veja* buscam diminuir os efeitos, e não propriamente atacar as causas do problema que ela mesma menciona. Ou seja, o periódico não está preocupado em extinguir ou resolver por completo o problema da superpopulação, mas em controlá-la, conter seus danos e estabelecer uma média aceitável de crescimento demográfico.

Os mesmos trechos da reportagem nos mostram que nas estratégias de intervenção sobre a população se articulam, de um lado os domínios de saber – a demografia e a estatística –, de outro lado, as estratégias de poder que adotam esquemas de regulação, gestão, controle de riscos e mecanismos de segurança: o planejamento familiar. Assim, a biopolítica em *Veja* busca exercer o papel de regulação e manutenção da população que, aparentemente com um caráter protetivo, mas o que está em jogo é a redução dos gastos governamentais e a maximização da produção de riquezas. Neste sentido, Flávia Lemos argumenta que, na contemporaneidade, é preciso pensar as estratégias biopolíticas na cidade enquanto empreendimentos neoliberais. Ou seja, “a cidade biopolítica é um espaço projetado para produção”, para a “circulação de negócios, riquezas, investimentos”. Segundo a autora, a cidade é um lócus do exercício de poder, por isso, assegurar a ordem urbana é lucrativo para o sistema capitalista, uma vez que quanto mais segurança, mais

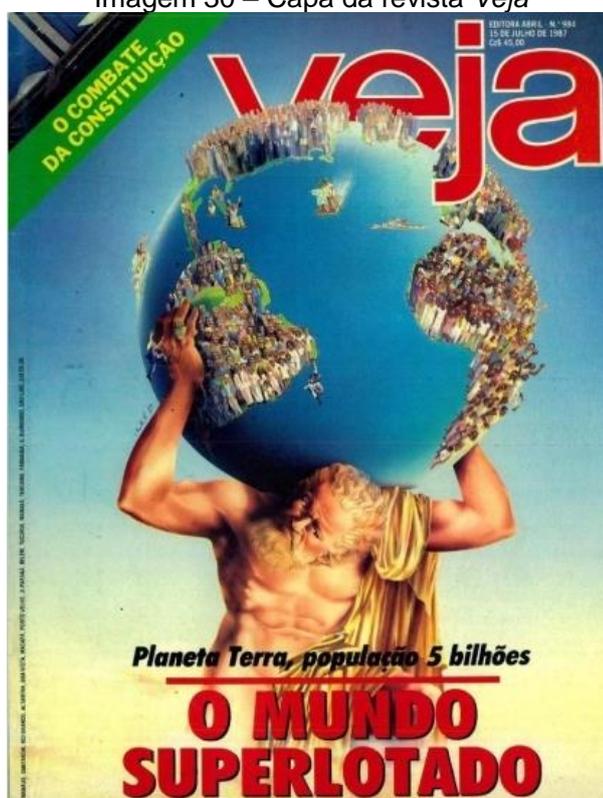
---

<sup>433</sup> VEJA, edição 793, de 16 de novembro de 1983, p. 75 e 77, respectivamente.

investimentos a cidade vai receber e mais produtiva ela será.<sup>434</sup> Deste modo, fica evidente que esta é a razão do planejamento familiar defendido pela revista *Veja*, pois a superpopulação é uma ameaça que pode trazer o aumento da pobreza, do desemprego, da falta de recursos e induzir a população mais pobre para a previdência e para os demais serviços de proteção e seguridade concedidos pelo Estado, aumentando suas despesas públicas. A ameaça estimula as incertezas econômicas, afasta o capital e coloca em risco o empreendedorismo. Por isso, uma cidade governada sob a égide da biopolítica deve estar exposta a poucos riscos, ter regularidade, normalidade, e ser organizada baseada em critérios de maximização econômica, para que sua população se adapte, potencialize as forças produtivas e contribuam na redução de gastos governamentais com assistência social.

Ainda na mesma década, o tema da superpopulação aparece mais uma vez na capa da revista *Veja*. A seguir, observemos a edição 984, de 15 de julho de 1987 (Imagem 30).

Imagem 30 – Capa da revista *Veja*



Fonte: VEJA, edição 984, de 15 de julho de 1987, capa. (Acervo digital online da revista *Veja*).

<sup>434</sup> LEMOS, Flávia Cristina. Cidades, corpos medicalizados e o biocapital: o mercado da saúde, *op. cit.*, p. 224.

A capa da edição 984, novamente faz menção a superpopulação. A imagem é a de um homem que, supostamente, seria uma concepção de Deus, carregando o planeta terra, cada vez mais pesado em seus ombros. A imagem tem como objetivo fazer o enunciário compreender que o aumento de peso do planeta está relacionado à superlotação de pessoas, assim como destacado na manchete da capa, bem como, pela linha fina que enfatiza que a população mundial alcançou a marca de 5 bilhões de habitantes.

Elissandro Inácio, em seu estudo sobre as capas da revista *Veja*, constatou que o periódico se propõe a produzir um controle espetacular por meio de suas capas, que tem como finalidade prender a atenção de seus leitores através de um discurso alarmista, inserindo-os em uma sociedade de controle. Para o autor, as capas de *Veja* são como um palco onde ocorre o espetáculo e nele se esvaziam as possibilidades de reflexão, porque tudo o que é apresentado é em forma de entretenimento.<sup>435</sup> Entretanto, as nossas análises das reportagens de capa da revista *Veja* têm nos mostrado que este material comunicativo não é uma simples representação ou espetáculo na forma de entretenimento, mas de um espaço no qual se estabelece uma relação de poder entre enunciador e enunciário. De acordo com Ariane Pereira, o jornalismo é uma prática de exercício de poder na medida em que coloca em circulação vontades de verdade, constrói significados, conduz condutas e, deste modo, produz subjetividade.<sup>436</sup>

Assim como na edição 646, de 21 de janeiro de 1981 (Imagem 28), e edição 793, de 16 de novembro de 1983 (Imagem 29), a revista *Veja* faz na capa da edição 984, de 15 de julho de 1987 (Imagem 30), um discurso alarmista no que diz respeito à segurança da população. Na esfera da biopolítica, é importante lembrar que a segurança é fundamental para tudo que representa alguma ameaça à população. Como já indicamos, os enunciados jornalísticos de *Veja* assumem esta característica biopolítica de buscar proteger a população, tornar visíveis os possíveis riscos e perigos que ela está sujeita, como no exemplo da superpopulação. Assim, a reportagem desta edição aborda o aumento populacional do planeta fazendo um

---

<sup>435</sup> INÁCIO, Elissandro Martins. **O controle espetacular nas capas da revista *Veja***: uma análise discursiva. Dissertação de Mestrado em Linguística, UNICAMP, Campinas, 2008.

<sup>436</sup> PEREIRA, Ariane Carla. Discurso e dispositivo: o emprego de conceitos foucaultianos como abordagem e método da pesquisa em telejornalismo. In: HOHLFELDT, Antonio; FINGER, Cristiane (Org.). **Interações comunicacionais**. Porto Alegre: Sulina, 2020, p. 97 – 112.

comparativo entre a expectativa de vida nas sociedades pobres e atrasadas, e a dos países ricos e avançados do então chamado primeiro mundo.

[...] nove entre dez bebês nascidos em 1987 virão ao mundo na época, nas condições e sobretudo no lugar errado – **em países onde a família ainda não consegue cuidar dos filhos que já tem e um em cada dez deles morrerá antes de completar o seu primeiro aniversário.** Do lado oposto da loteria humana, caso o bebê nasça em uma família do chamado Primeiro Mundo, **seu futuro está escrito com outras letras: provavelmente será filho único, terá expectativa de vida de 78 anos e entrará no século XXI com folga.**<sup>437</sup>

O trecho recortado é da reportagem intitulada *A Família Aumenta*, de sete páginas, em que *Veja* retrata uma dicotomia entre países pobres e ricos utilizando bebês nascidos no ano de 1987, para tentar convencer seus leitores sobre o tamanho do problema que é a falta de um planejamento familiar. Além disto, trata das adversidades que ela acomete, principalmente, em “sociedades que não têm recursos, sequer, para cuidar com um mínimo de decência da população que já possuem”. Portanto “o perigo é a perpetuação da miséria nas sociedades mais atrasadas”, pois “onde as economias já sacrificadas das nações encontrarão recursos para educar, promover assistência social e trabalho para a continuação acelerada da espécie humana?”.<sup>438</sup>

Nota-se que os enunciados jornalísticos de *Veja* sobre a miséria e a falta de expectativa de vida estão, novamente, envolvidos por uma questão econômica, sendo o aumento populacional um agravante que tem origem nas sociedades mais pobres, de terceiro mundo. Assim, em um primeiro momento parece que a preocupação da revista *Veja* é com as populações mais pobres, que possivelmente sofrerão no futuro as consequências de um mundo cada vez mais populoso. Contudo, mais uma vez, a sequência da reportagem nos mostra que a ameaça que a revista teme está relacionada a “todo um conjunto de conquistas econômicas, culturais e ideológicas do Ocidente” e, neste sentido, é possível dizer que os pobres são uma ameaça aos ricos, uma vez que “todas as condições estão reunidas para que, através de pressões

---

<sup>437</sup> VEJA, edição 984, de 15 de julho de 1987, p. 61, grifo nosso.

<sup>438</sup> VEJA, edição 984, de 15 de julho de 1987, p. 61 e 62.

econômicas, as migrações asiáticas e africanas aumentem substancialmente na Europa”.<sup>439</sup>

É importante frisar, mais uma vez, que nossas análises não tratam de negar os efeitos provocados pelo desequilíbrio demográfico, tendo em vista que grandes contingentes populacionais realmente apresentam uma chance maior de descontrole, o que acarreta condições precárias de vida, maior probabilidade de morbidade e mortalidade.<sup>440</sup> A questão que ressaltamos nas últimas páginas é a prática jornalística da revista *Veja* que, ancorada em premissas como “imparcialidade, isenção, neutralidade, objetividade e precisão”, forjam uma imagem de credibilidade que lhe garante o estatuto de dizer o que funciona como verdadeiro em uma determinada época, ao mesmo tempo, a prática jornalística de *Veja* também atua como um instrumento de ação ao exercer poder de gestão governamental sobre a população.<sup>441</sup> Exemplo disso é quando o periódico elege os pobres e as sociedades do então chamado de terceiro mundo como os únicos responsáveis pela superpopulação. Portanto, é sobre a vida deles, por meio de um planejamento familiar, que a biopolítica deve agir. Isso significa dizer que os ricos e os países ricos estão autorizados a aumentar a população, mas os pobres e as sociedades pobres não devem ter esse direito porque não possuem condições financeiras mínimas e, em muitos casos, causam despesas para o Estado e ameaçam a vida, a renda, o patrimônio e os privilégios dos mais ricos. Deste modo, os pobres estão no centro da ameaça que a superpopulação representa, e a função da revista *Veja* é o de amplificar “a sensação de incerteza, imprevisibilidade e medo”, que ajuda na construção de um clima de aversão aos pobres, pois eles ameaçam a vida da população.

Por isso a necessidade das reportagens de *Veja* promoverem uma espécie de imperativo da segurança, isto é, a prevenção desta possível e futura calamidade que o descontrole demográfico pode ocasionar, fazendo com que “a antecipação se manifeste em cálculo racional, pois os perigos passaram a ser geridos como risco em termos de probabilidade” a partir de um novo conceito de população, que faça uma

---

<sup>439</sup> VEJA, edição 984, de 15 de julho de 1987, p. 65.

<sup>440</sup> BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**, *op. cit.*

<sup>441</sup> PEREIRA, Ariane Carla. **Rota 66 em revista** - as resistências no discurso do livro-reportagem. Guarapuava: Editora Unicentro, 2010, p. 29.

gestão calculista e racional da vida sob o ponto de vista econômico e de custo-benefício.<sup>442</sup>

Em uma das aulas do curso *Segurança, Território, População*, Michel Foucault ressalta a transformação do estado territorial, orientado pelo paradigma diplomático militar de inspiração maquiavélica, para o estado população, orientado pelo pensamento político-econômico, e enfatiza que o imperativo da segurança opera no sentido de que é necessário exercer controle e intervir nos fluxos da população. Ou seja, não se trata mais de defender as fronteiras do território, mas garantir a soberania da população, que perpassa por sua condição e estabilidade econômica.<sup>443</sup> Na mesma direção, Nikolas Rose e Paul Rabinow salientam que durante o século XX, os riscos impostos pela natureza e outros produzidos pela própria ação humana fizeram com que os Estados desenvolvessem ou apoiassem mecanismos de segurança no intuito de evitar problemas, e isso reforça o entendimento de que o gerenciamento da população passou a ser efetuado sob um ponto de vista econômico e por meio de uma gestão calculista e racional.<sup>444</sup> Logo, a importância em prever riscos e ameaças se deve ao fato de que, se elas se concretizarem, atingem diretamente a estabilidade e o equilíbrio econômico da população e dos governos, podendo originar crises econômicas, acarretar em maiores gastos governamentais, afetar a força vital responsável por produzir riquezas, a previsibilidade do mercado financeiro e o desenvolvimento do capitalismo.

Portanto, nota-se que o imperativo da segurança nada mais é do que a implantação de mecanismos regulatórios que buscam estabelecer previsões e estimativas estatísticas para criar estratégias de regulação. Trata-se de uma relação de saber-poder que incide sobre a população e, por esta razão, compreendemos que a revista *Veja* atua como um dispositivo da biopolítica, ou seja, como uma força produtiva que produz e faz circular enunciados jornalísticos que buscam exercer poder sobre a população, através da veiculação de saberes e do estabelecimento de normas e gerenciamentos que têm como objetivo regularizar a sociedade, alertar sobre sua segurança, manter a ordem e a estabilidade, organizar o ambiente e estimular a vida

---

<sup>442</sup> CASTIEL, David Luis; SANZ-VALERO, Javier; VASCONCELLOS-SILVA, Paulo. **Das loucuras da razão ao sexo dos anjos**: biopolítica, hiperprevenção, produtividade científica. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011, p. 36 e 37.

<sup>443</sup> FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**, *op. cit.*, p. 107 – 137.

<sup>444</sup> ROSE, Nikolas; RABINOW, Paul. O conceito de biopoder hoje, *op. cit.*, p. 38 e seguintes.

da população sem deixar de perder de vista o prisma econômico. Com efeito, pensar a revista *Veja* como um dispositivo da biopolítica significa caracterizá-la como uma rede de elementos discursivos e não discursivos que interpretam o presente, estabelecem sentido aos fatos, propõem modos de pensar, agir e sentir. Significa, também, que seus enunciados jornalísticos orientam a população a seguirem determinadas condutas, a tomarem posição em busca de um bem-estar coletivo, com segurança e qualidade de vida, tanto no presente quanto no futuro.<sup>445</sup>

Ao mesmo tempo, as nossas análises nos mostraram que a atuação da revista *Veja* como dispositivo da biopolítica não considera as singularidades de cada indivíduo, uma vez que ela trata a população como algo que possui a mesma forma, as mesmas condições, ameaças e necessidades. Isso fica perceptível no momento em que os riscos são detectados e logo se projetam medidas de proteção, intervenções preventivas, como o exemplo do planejamento familiar direcionado para os indivíduos mais pobres. Portanto, as populações expostas a esta percepção de potenciais riscos acabam se tornando alvos de restrições a sua liberdade, e até mesmo a sua existência. Neste sentido, a discussão realizada no último capítulo possibilita compreender que a biopolítica reduz os sujeitos à corporeidade, uma eficaz estratégia que despolitiza as relações entre os indivíduos. Por fim, as análises elencadas nos ajudam a pensar os processos de subjetivação, os modos pelos quais nos tornamos sujeitos de ação e percepção, assim como, a compreensão de que a população, para a biopolítica, nada mais é do que uma produção, um efeito de uma determinada realidade histórica.

---

<sup>445</sup> Todas as capas utilizadas neste tópico podem ser consultadas em: Apêndice 8 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Em busca de segurança e estabilidade econômica, p. 230.

## Considerações finais

---

A historiografia tem nos mostrado que nas últimas décadas há um crescente interesse dos historiadores por trabalharem com as variadas plataformas da mídia, seja como objeto e/ou fonte de suas pesquisas. Este avanço tem suas raízes cravadas a partir da década de 1970, devido à interdisciplinaridade que aproximou a História de outros campos de saber, como a Comunicação Social, o Jornalismo e a Publicidade. Desde então, a inquietação dos historiadores contemporâneos ocorre em função da demanda por investigar como as práticas discursivas e não-discursivas atravessam a nossa atualidade, como a malha dos enunciados midiáticos se cruzam, provocam choques e conflitos no meio social, assim como nos revelam sujeitos e práticas que atuam na constituição do nosso modo de vida, da nossa concepção e consciência histórica.

Muitas das investigações desenvolvidas sobre os veículos midiáticos acabam consolidando trajetos já abertos pela historiografia, a exemplo dos trabalhos que seguem a Teoria Crítica ou a perspectiva de Hegemonia Cultural. Já a presente tese encarou o desafio de traçar novos caminhos, ainda pouco explorados, a partir de novas inquietações, abordagens e possibilidades de investigação. Com efeito, as discussões apresentadas nos três capítulos que compõem esta tese tiveram como premissa a compreensão de que a revista *Veja* é integrante de um jogo de forças, ou

seja, o periódico é um dispositivo do biopoder que, munido com suas práticas discursivas, busca atuar na constituição de indivíduos e populações, pois legitima modos de ser e estar no cotidiano. Seus discursos propagam e (re)elaboram a realidade, mostram-nos maneiras de ler os fatos e de nos posicionarmos em determinadas situações. A emissão deste saber jornalístico se apresenta como um guia necessário para a vida e chega até os leitores em forma de pequenos receituários que buscam promover imperativos, caracterizando uma relação de poder que tem como objetivo conduzir condutas e promover comportamentos semelhantes.

No primeiro capítulo, as análises evidenciaram a existência de uma divergência na promoção do biopoder nas reportagens de capa da revista *Veja*, no que diz respeito ao modo como os corpos dos homens e das mulheres devem ser governados. O biopoder recai sobre os corpos dos homens por meio de técnicas disciplinares, como a prática de esportes e exercícios físicos que são apresentados por *Veja* como uma espécie de capital humano essencial para que possam enfrentar o *stress* profissional, obter a energia necessária para encarar a rotina de trabalho, para que sejam cada vez mais competitivos e, em consequência disso, mais produtivos, úteis e eficientes, constituindo um processo de subjetivação que chamamos de imperativo da performance. Já para os corpos das mulheres, o biopoder apresenta novas concepções de capital humano, no qual estão atrelados aos procedimentos medicinais, estéticos e farmacológicos, pois, o objetivo é enquadrar seus corpos dentro de padrões de beleza de sua época. Mas, para que isso seja possível, as mulheres devem seguir o imperativo da renda, isto é, a ordem é otimizar ao máximo seus corpos para que se tornem um ativo, uma fonte de rendimentos financeiros.

O fato é que ambos os processos de subjetivação são efeitos da produção discursiva da revista *Veja*, que busca construir novos indivíduos por meio da lógica do *homo oeconomicus*, ou seja, a fabricação de corpos economicamente ativos através da obtenção de capital humano, uma vez que estes sujeitos devem conduzir suas vidas sob um prisma empresarial, onde se preza a competitividade, a eficiência, a utilidade, a dinamicidade e os lucros. Entretanto, a coação pelo desempenho força os indivíduos a produzirem cada vez mais, o que aumenta consideravelmente seu cansaço e gera um esgotamento completo, que pode acarretar problemas psicossomáticos, ansiedade, entre outras ações destrutivas que conduzem os indivíduos, até mesmo, para a morte. Isso vale para as técnicas que visam o aperfeiçoamento da beleza corporal que, quando utilizadas de maneira exacerbada,

podem colocar a saúde em risco e, em alguns casos, causar danos irreversíveis e fatais.

As análises do segundo capítulo nos revelam a emergência de certa regularidade de enunciados que enfatizam e estimulam os leitores ao imperativo do conhecimento, que nada mais é do que o biopoder presente nas estratégias de otimização da interioridade dos leitores, para que passem a acreditar que precisam de aperfeiçoamentos constantes no que diz respeito à sua intelectualidade e habilidades cognitivas. Ou seja, não basta potencializar somente as forças vitais, mas, também, é preciso otimizar seu interior, a forma como os sujeitos dão significado em suas vidas e definem sua individualidade. Do mesmo modo, as emoções entram neste jogo de forças, pois é necessário que passem a ser gerenciados tendo como referência o modelo de uma empresa, ponderando, sempre, a questão do custo-benefício e a obtenção de lucro. Assim sendo, os enunciados da revista *Veja* promovem o que chamamos de imperativo da vida empresarial, isto é, a constituição de um indivíduo que deve se auto governar e se tornar uma espécie de empresário de si mesmo, competitivo, individualista e que gerencie suas emoções como uma categoria de capital humano necessária para conduzi-lo ao sucesso.

Também, alertamos sobre os possíveis efeitos nocivos desta produção discursiva, a exemplo da falsa garantia de sucesso pessoal e profissional para seus leitores; sucesso que seria decorrente apenas de aperfeiçoamentos intelectuais e cognitivos. Quando os indivíduos governam suas vidas como se fossem empresas, eles acirram ainda mais a competitividade desenfreada entre os sujeitos, como se o único sentido de sua vivência fosse a obtenção de fluxos de renda. Sendo assim, ressaltamos que a razão do *homo oeconomicus* corrompeu o modo como sentimos as emoções, que agora se deslocam da coletividade, dos valores transcendentais e das coisas simples da vida, deixando de ser compreendidos como prazer, qualidade de vida e satisfação, e passam a ser gerenciados e estimulados como um capital humano, como uma habilidade que deve ser constantemente aperfeiçoada.

No último capítulo, evidenciamos que os enunciados jornalísticos da revista *Veja* corroboram com a biopolítica, uma tecnologia de poder que procura regular, organizar e maximizar, de forma racional e calculista, a vida da população. A exemplo do que intitulamos de imperativo da saúde, promovido pelas reportagens de capa do periódico em meio a um compasso com a ciência médica e a indústria farmacêutica, que tem como propósito produzir e regular formas de maximizar a saúde da

população, para que ela se torne mais sadia, forte, eficiente, produtiva e, conseqüentemente, uma sociedade onde o Estado reduza ao máximo possível os seus custos com saúde pública. As análises mostraram que a biopolítica em *Veja* atua para redirecionar, para dentro da margem social, aqueles sujeitos que se desviaram e estão fora da normalidade, a exemplo dos viciados em álcool e tabaco, bem como, para abandonar e excluir socialmente os indivíduos que já não são mais considerados produtivos e que agora causam despesas para o Estado, como as pessoas que vivem com HIV/AIDS, instaurando o que chamamos de imperativo da vida e da morte. Por fim, este capítulo deixou evidente que a preocupação da revista *Veja* com a ameaça da superpopulação é na verdade uma preocupação com o endividamento público e com a deturpação do crescimento econômico do Brasil. Logo, o imperativo da segurança emerge nas páginas de *Veja* com o objetivo de convencer seus leitores sobre a necessidade da implementação de um planejamento familiar que seja direcionado para os pobres, pois são eles os responsáveis pelo descontrole da taxa demográfica.

As reportagens de capa da revista *Veja* que foram mencionadas se apresentam como uma prática jornalística responsável pela mediação, produção e circulação de textos, imagens, conceitos e saberes que possuem a finalidade de gerenciar a população, isto é, governá-la por meio de saberes científicos, definindo, por meio de um cálculo econômico, como e porque é necessário promover a saúde da população, quais são as pessoas e/ou grupos que devem viver e quais devem morrer, quais são as ameaças que possam colocar em risco a vida. Neste sentido, o gerenciamento da população realizado pela revista *Veja* está alinhado a um propósito econômico, que prescreve como os indivíduos devem viver a vida, estabelecendo um controle social que faz a população perder a autonomia sobre seus hábitos e corpos. Isso significa que a biopolítica não considera as singularidades de cada indivíduo, uma vez que ela trata a população como algo que possui a mesma forma, as mesmas condições, ameaças e necessidades, ou seja, a biopolítica simplesmente reduz os sujeitos à corporeidade, uma eficaz estratégia que despolitiza as relações entre os indivíduos.

Ao final deste trabalho é possível responder qual é o poder da revista *Veja*? As discussões elencadas nos três capítulos revelam que o poder é, na verdade, uma relação de poder entre enunciador e enunciatário, um exercício que produz efeitos, como as subjetividades, tendo em vista que a revista possui uma função pedagógica que a possibilita atuar nos processos de constituição do sujeito, pois suas reportagens

de capa ensinam, aconselham, propõem e indicam condutas. Inclusive, esta característica do periódico ficou evidente não só nas nossas análises, mas quando a presente tese entrou em contato com outros trabalhos realizados sobre a revista *Veja*. Além disso, os imperativos promovidos são parte dos fluxos de poder que evidenciamos, são práticas de subjetivação, frutos de uma condição de possibilidade que, como vimos, está atrelada à emergência do neoliberalismo nas principais potências econômicas daquele momento histórico. Portanto, é possível dizer que estes imperativos que buscam subjetivar indivíduos e populações nascem e estão inteiramente ligados à racionalidade neoliberal, que produz modos de existência, ou seja, modelos que permitem que os sujeitos se constituam de determinada forma e transformem o seu próprio ser.

Inquietações ainda insistem em aparecer, afinal, existe espaço para a autonomia destes leitores? Em um primeiro momento, parece que os enunciados jornalísticos de *Veja* enviesam e delimitam o espaço para emancipação. Entretanto, é importante lembrar da existência de pontos de fuga, isto é, as resistências, pois os discursos do periódico não são uma imposição que sufoca e aprisiona seus leitores. Embora este trabalho reconheça a força com que emite opiniões, interpreta os fatos, constrói imaginários e impõe valores que acredita e defende, os enunciados jornalísticos de *Veja* são apenas um dos incontáveis fios de um emaranhado discursivo que fabrica os indivíduos e possibilita outras maneiras de ser. Neste sentido, vale ressaltar que, a classe média urbana, público-alvo de *Veja*, não é inerte, não é um mero receptor passivo de informações. Muito pelo contrário, as formas de resistência são amplas e podem ser exercidas quando estes leitores fazem o embate que com seu próprio modo de pensar o Brasil e o mundo, com o cruzamento de informações de outros veículos de comunicação, com textos científicos, jurídicos, religiosos, culturais e etc. Entre outros modos que permitem os leitores resistirem, encontra-se também o próprio cancelamento da assinatura da revista.

Nossa inquietação neste trabalho nunca foi descobrir verdades absolutas ou discursos ocultos em *Veja*. Desde o início, a proposta desta investigação foi identificar os movimentos e as forças que atravessam nosso presente, os conjuntos de relações de saberes e poderes que constituem a trama da nossa vida cotidiana, ou seja, o propósito do diagnóstico nas reportagens de capa da revista *Veja* foi proporcionar deslocamentos que pudessem mudar o olhar singular sobre o periódico e questionar o que parecia ser natural dentro da prática jornalística de *Veja*. Talvez, esta tenha sido

a maior contribuição deste trabalho para a historiografia, que só foi possível graças ao emprego da arqueogenealogia. Foi este arsenal teórico-metodológico que nos possibilitou combater os efeitos das centralizações e generalizações dos discursos, opondo-se aos saberes legitimados e tomados como verdadeiros, assim como as exclusividades e privilégios da enunciação, sem perder de vista que o que está em jogo são as relações de saber e de poder. Estas estão longe de produzir emancipação, mas cada vez mais conduções, isto é, buscam tornar os indivíduos seres governáveis, da maneira mais eficaz, rentável e dócil possível.

É preciso confessar que ao longo das análises nas páginas da revista *Veja*, encontramos mais questionamentos do que afirmações, mais inquietações do que respostas. Isso implica dizer que as conduções de condutas discutidas neste trabalho não são os únicos processos de subjetivação presentes e identificados nos enunciados jornalísticos de *Veja*. Logo, existem outras frentes de análises que podem ser percorridas futuramente, por exemplo: entender como a revista trabalha com seus anúncios publicitários; realizar estudos comparativos com outros periódicos do segmento; realizar análises sobre seu editorial ou de outras sessões específicas da revista, etc. Além disso, é possível pensar trabalhos que abordem os processos de resistência, pois onde existem relações de poder, existem modos de resistir. O fato é que são inúmeras as possibilidades que podem resultar na construção de novos trabalhos, visto que o jornalismo de revista é, ao mesmo tempo, um objeto e uma fonte inesgotável para a pesquisa histórica, assim como também são inesgotáveis as possibilidades de abordagem, que podem nos trazer pistas e vestígios sobre novas questões que se inserem dentro do campo de discussões que entrelaçam a História com outros campos de saber.

Estas considerações não tratam de colocar um ponto final nesta pesquisa, tendo em vista que os resultados apresentados são efêmeros, concisos e nos mostram que ainda há muito o que ser estudado. Enfim, as considerações são apenas um momento de pausa, para que possamos pensar em novas problemáticas, que vão originar novos deslocamentos, olhares e trajetórias a serem seguidas.

## FONTES

---

Revista: VEJA, edição 01, de 11 de setembro de 1968  
Carta do Editor: *Prezado Leitor:*

Revista: VEJA, edição 578, de 03 de outubro de 1979  
Capa: *O culto do corpo – Descobrimos a forma física*  
Reportagem: *O suor entrou na moda*

Revista: VEJA, edição 606, de 16 de abril de 1980  
Capa: *A batalha contra o fumo*  
Reportagem: *A epidemia do século*

Revista: VEJA, edição 611, de 21 de maio de 1980  
Capa: *A descoberta do ballet*  
Reportagem: *O salto da moda*

Revista: VEJA, edição 629, de 24 de setembro de 1980  
Capa: *A mulher de hoje – Investigação no lar brasileiro*  
Reportagem: *A mulher de verdade*

Revista: VEJA, edição 640, de 10 de dezembro de 1980  
Capa: *O auge de Maria Bethânia – A cantora que mais vende no Brasil*  
Reportagem: *Doce gosto de vitória*

Revista: VEJA, edição 646, de 21 de janeiro de 1981  
Capa: *Planejamento familiar – como evitar a explosão*  
Reportagem: *O direito de evitar*

Revista: VEJA, edição 658, de 15 de abril de 1981  
Capa: *A medicina da beleza*  
Reportagem: *A medicina da beleza*

Revista: VEJA, edição 666, de 10 de junho de 1981  
Capa: *A revolução do computador*  
Reportagem: *A vida cibernética*

Revista: VEJA, edição 678, de 02 de setembro de 1981  
Capa: *Genética – a ciência que muda o mundo*  
Reportagem: *As fábricas de vida*

Revista: VEJA, edição 685, de 21 de setembro de 1981  
Capa: *Alcoolismo – Brasil, campeão do consumo de bebida destilada*  
Reportagem: *A ameaça engarrafada*

Revista: VEJA, edição 689, de 18 de novembro de 1981  
Capa: *Câncer – A cura está mais próxima*  
Reportagem: *A esperança química*

Revista: VEJA, edição 718, de 09 de junho de 1982  
Capa: *As supermodelos*  
Reportagem: *A sagração da beleza*

Revista: VEJA, edição 726, de 04 de agosto de 1982

Capa: *Maratona! O esporte das grandes cidades*

Reportagem: *O desafio dos 42 km*

Revista: VEJA, edição 737, de 20 de outubro de 1982

Capa: *Dor – Como a medicina reforça seus escudos*

Reportagem: *O sol que ofusca a dor*

Revista: VEJA, edição 779, de 10 de agosto de 1983

Capa: *Os supercolégios – Onde o ensino é melhor*

Reportagem: *Colégios nota 10*

Revista: VEJA, edição 789, de 19 de outubro de 1983

Capa: *O Brasil aprende inglês – As vantagens do segundo idioma*

Reportagem: *O Brasil speaks english*

Revista: VEJA, edição 793, de 16 de novembro de 1983

Capa: *A ameaça da superpopulação*

Reportagem: *Um abismo a evitar*

Revista: VEJA, edição 795, de 30 de novembro de 1983

Capa: *O brilho da estrela*

Reportagem: *O momento da estrela*

Revista: VEJA, edição 797, de 14 de dezembro de 1983

Capa: *Vestibulares – A corrida para a informática*

Reportagem: *O diploma do futuro*

Revista: VEJA, edição 813, de 04 de abril de 1984

Capa: *O atleta de ouro do Brasil*

Reportagem: *As armas do campeão*

Revista: VEJA, edição 835, de 05 de setembro de 1984

Capa: *A construção do corpo*

Reportagem: *Aprendendo a crescer*

Revista: VEJA, edição 884, de 14 de agosto de 1985

Capa: *AIDS*

Reportagem: *A multiplicação do mal: a AIDS se espalha*

Revista: VEJA, edição 901, de 11 de dezembro de 1985

Capa: *Interleucina-2: a nova arma contra o câncer*

Reportagem: *Um fio de esperança*

Revista: VEJA, edição 910, de 12 de fevereiro de 1986

Capa: *Muito astral e pouca roupa*

Reportagem: *Com pique de passista*

Revista: VEJA, edição 933, de 23 de julho de 1986

Capa: *A criação da beleza*

Reportagem: *Construção da beleza*

Revista: VEJA, edição 984, de 15 de julho de 1987

Capa: *O mundo superlotado*

Reportagem: *A família aumenta*

Revista: VEJA, edição 1004, de 02 de dezembro de 1987  
Capa: *Casamento – Como mantê-lo, como terminá-lo*  
Reportagem: *A valsa das alianças*

Revista: VEJA, edição 1015, de 17 de fevereiro de 1988  
Capa: *Luma de Oliveira – A força da beleza no Carnaval*  
Reportagem: *O encanto na avenida*

Revista: VEJA, edição 1018, de 09 de março de 1988  
Capa: *Rir é o grande remédio*  
Reportagem: *O gordo em casa nova*

Revista: VEJA, edição 1040, de 10 de agosto de 1988  
Capa: *AIDS – os que vão morrer contam sua agonia*  
Reportagem: *Morrendo aos poucos a cada dia*

Revista: VEJA, edição 1569, de 21 de outubro de 1998  
Reportagem: *Crescimento da circulação 1968 – 1998*

## REFERÊNCIAS

---

ACHOR, Shawn. **The happiness advantage: the seven principles of Positive Psychology that fuel success and performance at work.** Danvers: Currency, 2010.

AGUIAR, Rogeria de. O discurso sobre a obrigação em aprender uma língua estrangeira. **Anais do 17º Congresso Brasileiro de Leitura**, Unicamp, Campinas, julho, 2009.

AHMED, Sara. **La política cultural de las emociones.** México D.F: Universidad Nacional Autónoma de México, 2015.

ALMEIDA, Gelsom Rozentino de. **História de uma década quase perdida: PT, CUT, crise e democracia no Brasil 1979 – 1989.** Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

ALMEIDA, Luciana Andrade de. **Os sentidos das aparências: invenção do corpo feminino em Fortaleza (1900 – 1959).** Tese de Doutorado em História, PUC-SP, São Paulo, 2016.

ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. **Veja sob censura: 1968 – 1976.** São Paulo: Jaboticaba, 2009.

ALVES, Eliseu; SOUZA, Geraldo da Silva e; MARRA, Renner. Êxodo e sua contribuição à urbanização de 1950 a 2010. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, n. 04. abr – jun., 2011, p. 80 – 88.

AMBRÓZIO, Aldo. **Empresariamento da vida: a função do discurso gerencialista nos processos de subjetivação inerentes à governamentalidade neoliberal.** Curitiba, Appris, 2018.

BAKKER, Bruna Werneck. **Estresse na mídia: a construção discursiva de um mal-estar contemporâneo.** Tese de Doutorado em Comunicação, UFRJ, Rio de Janeiro, 2019.

BARROS, Eduardo Paes de. **A construção do sucesso na revista Veja.** Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica, PUC-SP, São Paulo, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade.** Trad. Sebastião Nascimento. 2ª ed. São Paulo, Editora 34, 2011.

BECKER, Gary S. **A treatise on the family: enlarged edition.** Cambridge: Harvard University Press, 1993.

\_\_\_\_\_. Human Capital: a theoretical and empirical analysis with special reference to education. **National Bureau of Economic Research.** Nova York, 3ª ed, 1964.

BERTOLINI, Jeferson. **Biopoder e mídia: como adestram nosso corpo falando em alimentação e atividade física.** Cajamar: Amazon, 2020.

BINKLEY, Sam. A felicidade e o programa de governamentalidade neoliberal. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade.** Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 83 – 104.

BJERG, María. Una genealogía de la historia de las emociones. **Quinto Sol**, v. 23, n. 1, enero. – abril., 2019, p. 1 – 20.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre, Editora Zouk, 2008.

BRUCKNER, Pascal. **A euforia perpétua: ensaio sobre o dever da felicidade**. Rio de Janeiro: Difel, 2002.

CABANAS, Edgar; ILLOUZ, Eva. **Happycracia: fabricando cidadãos felizes**. Trad. Humberto do Amaral. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

CAPONI, Sandra *et al.* (Org.). Classificar e medicar: a gestão biopolítica dos sofrimentos psíquicos. In: \_\_\_\_\_. **A medicalização da vida como estratégia biopolítica**. São Paulo: LiberArs, 2013, p. 97 – 114.

CARTA, Mino. Inimigo nº 1 da mediocridade. **Jornal da Associação Brasileira de Imprensa**. São Paulo, edição 332, nov., 2008, p. 16 – 21.

CASTIEL, David Luis; SANZ-VALERO, Javier; VASCONCELLOS-SILVA, Paulo. **Das loucuras da razão ao sexo dos anjos: biopolítica, hiperprevenção, produtividade científica**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer**. Trad. Ephraim Ferreira Alves. 22ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Editora WMF, 2013.

CONRAD, Peter. **The medicalization of society: on the transformation of human conditions introtreatable disorders**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2007.

CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 207 – 232.

CORREIA, Luis Adonis. **Riscos do capital humano: talentos, processos e crenças**. Rio de Janeiro: Brasport, 2012.

CORRIGAN, Philip. Making the boy: meditations on what grammar school did with, to and for my body. In: GIROUX, Henri (Org.). **Postmodernism, feminism and cultural politics**. Nova York: State University of New York Press, 1991, p. 196 – 216.

COURTINE, Jean-Jacques. **Decifrar o corpo: pensar com Foucault**. Trad. Francisco Morás. Petrópolis: Vozes, 2013.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. Trad. Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016.

DIEZHANDINO, Maria Pilar. **Periodismo de servicio**. Barcelona: Bosh Casa Editorial, 1994.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Quando as imagens tomam posição**. Trad. Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

DOURADO, Inês *et al.* Tendências da epidemia de AIDS no Brasil após a terapia anti-retroviral. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, n. 40 (suplemento), 2006, p. 09 – 17.

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Trad. Pedro F. Bendasolli. São Paulo: Editora Ideias & Letras, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**: curso dado no Collège de France (1977 – 1978). Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2023.

\_\_\_\_\_. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. 10ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

\_\_\_\_\_. **Nascimento da Biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978 – 1979). Trad. Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições 70, 2018.

\_\_\_\_\_. Diálogos sobre o poder. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos IV** – Estratégia, Poder-Saber. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017, p. 247 – 260.

\_\_\_\_\_. Uma estética da existência. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos V** – Ética, Sexualidade, Política. Trad. Elisa Monteiro, Inês Aufran Dourado Barbosa. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017, p. 281 – 286.

\_\_\_\_\_. O nascimento da medicina social. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 143 – 170.

\_\_\_\_\_. Genealogia e poder. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 262 – 277.

\_\_\_\_\_. Sobre a história da sexualidade. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 363 – 406.

\_\_\_\_\_. A governamentalidade. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 407 – 431.

\_\_\_\_\_. **A arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2016.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Trad. Raquel Ramallete. 42ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

\_\_\_\_\_. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 24ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

\_\_\_\_\_. O sujeito e o poder. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos IX** – Genealogia da ética, subjetividade e sexualidade. Trad. Abner Chiquieri. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014, p. 118 – 140.

\_\_\_\_\_. As malhas do poder. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos VIII** – Segurança, Penalidade e Prisão. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012, p. 168 – 188.

\_\_\_\_\_. A cena da Filosofia. In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos VII** – Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011, p. 223 – 247.

\_\_\_\_\_. Crise da medicina ou crise da antimedicina? In: \_\_\_\_\_. **Ditos & Escritos VII** – Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Trad. Vera Lucia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011, p. 374 – 393.

\_\_\_\_\_. **A hermenêutica do sujeito**: curso dado no Collège de France (1981 – 1982). Trad. Márcio Alves da Fonseca e Salma Tannus Muchail. 2ª ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2006.

\_\_\_\_\_. **Em defesa da sociedade**: curso dado no Collège de France (1975 – 1976). Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1999.

\_\_\_\_\_. **História da sexualidade II**: o uso dos prazeres. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. 8ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

FRANCO, Túlio Batista *et al.* Biopolítica e cuidado de si na promoção da saúde, na saúde suplementar. In: RIBEIRO, Carlos Dimas *et al.* (Org.). **Saúde suplementar, biopolítica e promoção da saúde**. São Paulo: Hucitec, 2011, p. 84 – 104.

FRANÇA, Rogério dos Santos. **Entre viciados e criminosos**: discurso antidrogas, controle social e biopolítica em Salvador (1970 – 1990). Tese de Doutorado em História, UFBA, Salvador, 2018.

FRANÇA, Vera V. “A felicidade ao seu alcance”: que felicidade, e ao alcance de quem, afinal? In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 213 – 226.

FREIRE FILHO, João; COELHO, Maria das Graças Pinto (Orgs.). **A promoção do capital humano**: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_. Introdução. In: \_\_\_\_\_. (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 13 – 25.

\_\_\_\_\_. A felicidade na era de sua reprodutibilidade científica: construindo “pessoas cronicamente felizes”. In: \_\_\_\_\_. (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 49 – 82.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e liberdade**. Trad. Ligia Filgueiras. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2023.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Trad. Enio Paulo Gianchini. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2017.

HARVEY, David. **O neoliberalismo**: história e implicações. Trad. Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. 5ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

HAYEK, Friedrich. **A constituição da liberdade**. Trad. Pedro Elói Duarte. Barueri: Avis Rara, 2022.

HERZLICH, Claudine; PIERRET, Janine. Uma doença no espaço público: A AIDS em seis jornais franceses. **PHYSIS: Revista de saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 15, n. (suplemento), 2005, p. 71 – 101.

INÁCIO, Elissandro Martins. **O controle espetacular nas capas da revista *Veja***: uma análise discursiva. Dissertação de Mestrado em Linguística, UNICAMP, Campinas, 2008.

KOSELLECK, Reinhart. Espaço de experiência e horizonte de expectativa: duas categorias históricas. In: \_\_\_\_\_. **Futuro passado**: contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015, p. 305 – 328.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 5ª ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2016.

KUSHNIR, Beatriz; VELASQUEZ, Muza C. C.. *Veja* (verbetes). In: ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; LAMARÃO, Sérgio Tadeu de Niemeyer (Orgs.). **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro pós-1930**. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, v. 5, 2001, p. 6001 – 6005.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Petrópolis: Vozes, 2006.

LEMOS, Agatha Dias. **Longevidade saudável na mídia**: entre a medicalização e a promoção da saúde. Dissertação de mestrado em Informação e Comunicação em Saúde, FIOCRUZ, Rio de Janeiro, 2015.

LEMOS, Flávia Cristina. Cidades, corpos medicalizados e o biocapital: o mercado da saúde. **Fractal: Revista de Psicologia**, Niterói, v. 28, n. 2, mai. – ago., 2016, p. 187 – 194.

LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 447 – 468.

\_\_\_\_\_. A história dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005, p. 111 – 153.

LYUBOMIRSKY, Sonja. **A ciência da felicidade**: como atingir a felicidade real e duradoura. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

\_\_\_\_\_. (Org.). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? **Psychological Bulletin**, Washington, D.C., v. 131, n. 6, 2005, p. 803 – 855.

MACFARLANE, Alan. **História do casamento e do amor**. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita**: o dono da banca – a vida e as ideias do editor de *Veja* e da Abril. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. São Paulo: Hacker, 2000.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MARTINS, Eliseu; LUDÍCIBUS, Sérgio. **Contabilidade introdutória**. 12ª ed. São Paulo, Editora Atlas, 2019.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 23, n. 45, jul., 2003, p. 11 – 36.

MOREIRA, Rosemeri; CAMARGO, Hertz Wendel de; KLANOVICZ, Luciana. R. F (Orgs.). **O gênero e os meios**: imprensa, televisão e cinema. Londrina: Syntagma, 2014.

NASCIMENTO, Dilene. AIDS: a emergência da década de 1980. In: \_\_\_\_\_; FRANCO, Sebastião P; SILVEIRA, Anny Jackeline T (Orgs.). **Uma história brasileira das doenças**. Belo Horizonte: Fino Traço, 2017, p. 183 – 200.

NOVAES, Henrique; DAGNINO, Renato. O fetiche da tecnologia. **Revista ORG & DEMO**. Marília, v. 05, n. 02, 2004, p. 189 – 210.

O ESTADO DE S. PAULO, edição 33.159, de 14 de abril de 1983, p. 15.

OLIVEIRA, Walter Ferreira de. Medicalização da vida: reflexões sobre sua produção cultural. In: \_\_\_\_\_; AMARANTE, Paulo; PITTA, Ana Maria (Org.). **Patologização e medicalização da vida**: epistemologia e política. São Paulo: Zagodini, 2018, p. 11 – 15.

PAGÈS-DELON, M. **Le corp set sés apparences: L' envers du look**. Paris: L'Harmattan, 1989.

PELBART, Peter Pál. **Vida capital**: ensaios de biopolítica. São Paulo: Iluminuras, 2009.

PEREIRA, Ariane Carla. **Ser mãe é...** A maternidade normalizada pelo discurso jornalístico. Curitiba: Appris, 2018.

\_\_\_\_\_. **Rota 66 em revista** - as resistências no discurso do livro-reportagem. Guarapuava: Editora Unicentro, 2010, p. 29.

\_\_\_\_\_. Discurso e dispositivo: o emprego de conceitos foucaultianos como abordagem e método da pesquisa em telejornalismo. In: HOHLFELDT, Antonio; FINGER, Cristiane (Org.). **Interações comunicacionais**. Porto Alegre: Sulina, 2020, p. 97 – 112.

PINKER, Steven. **Como a mente funciona**. Trad. Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

POLLAK, Michael. **Os homossexuais e a AIDS**: sociologia de uma epidemia. São Paulo: Estação da liberdade, 1990.

\_\_\_\_\_. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, Cpdoc, 1989, p. 03 – 15.

PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ, 2013.

REIS, Daniel Aarão. **Ditadura e democracia no Brasil**: do golpe de 1964 à Constituição de 1988. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Os meios de comunicação e as políticas de memória e esquecimento. In: COUTINHO, Eduardo Granja; FILHO, João Freire; PAIVA, Raquel (Orgs.). **Mídia e poder**: ideologia, discurso e subjetividade. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008, p. 187 – 204.

ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs**: psicologia, poder e subjetividade. Trad. Arthur Arruda Ferreira. Petrópolis: Vozes, 2011.

\_\_\_\_\_; MILLER, Peter. **Governando o presente**: gerenciamento da vida econômica, social e pessoal. Trad. Paulo Ferreira Valerio. São Paulo: Paulus, 2012.

\_\_\_\_\_; RABINOW, Paul. O conceito de biopoder hoje. **Política & Trabalho**, Pernambuco, v.1, n. 24, abr., 2006, p. 27 – 57.

ROSTOLDO, Jadir Peçanha. **Brasil, 1979 – 1989**: uma década perdida?. Jundiaí: Paco Editorial, 2014.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2011.

SONTAG, Susan. **Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas**. Trad. Rubens Figueiredo e Paulo Henriques Britto. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. **Gênero e a política da história**. Trad. Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. New York, Columbia University Press, 1989.

SHULTZ, Theodore. **Investment in Human Capital**: the role of education and of research. Nova York: The Free Press, 1971.

SIBILIA, Paula. Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Globo Universidade/FGV, 2010, p. 195 – 212.

SILVA, Adilson Luiz da. **A biopolítica no século do cérebro**: educação, aprimoramento cognitivo e produção de capital humano. Curitiba: Appris, 2021.

SILVA, André Luís A. **Quando História e Jornalismo se encontram**: os enunciados jornalísticos de *Veja* como dispositivos de poder (2011 – 2016). Dissertação de Mestrado em História, Universidade Estadual do Centro-Oeste, Irati, 2019.

SILVA, Carla Luciana. **Veja**: o indispensável partido neoliberal 1989 – 2002. Cascavel: Edunioeste, 2009.

SILVA, Cristiani Bereta da. A invenção do futuro no Brasil: usos políticos do passado na *Veja* (1968 – 1972). In: AREND, Silvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso**: história do tempo presente e revista semanais no Brasil (1960 – 1980). Curitiba: Editora CRV, 2014, p. 21 – 42.

SILVA, Fábio R; GUEDES, Raquel da Silva. A mídia impressa e a construção narrativa sobre a AIDS no Brasil no final do século XX: Uma relação perigosa. **Rev. C&Trópico**, v. 44, n. 1, 2020, p. 143 – 162.

SILVA, Veronice Mastella da. **De anônimos a heróis**: discursos sobre o câncer de 1973 a 2013 no gênero reportagem de popularização da ciência na revista *Veja*. Tese de Doutorado em Letras, UFSM, Santa Maria, 2015.

SILVEIRA, Caren Santos da. **A construção do sujeito representativo da oposição liberal nas páginas da revista *Veja* (1979 – 1988)**. Tese de Doutorado em História, PUC-RS, Porto Alegre, 2010.

SOUSA, Pedro Jorge. **Fotojornalismo**: introdução à história, às técnicas e a linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

VAINFAS, Ronaldo. **Casamento, amor e desejo no Ocidente cristão**. São Paulo: Ática, 2006.

VEIGA-NETO, Alfredo. Educação e governamentalidade neoliberal: novos dispositivos, novas subjetividades. **Colóquio Foucault**. Rio de Janeiro, UERJ, novembro de 1999, p. 01 – 29.

VIGARELLO, Georges. **A história da beleza**: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento até aos dias de hoje. Trad. Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

VOKS, Douglas Josiel. Propagandas na *Veja*: construindo uma “nova” classe média (década de 1970). In: AREND, Sílvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso**: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 – 1980). Curitiba: Editora CRV, 2014.

ZEITOUN, Jean-David. **História da saúde humana**: vamos viver cada vez mais? Trad. Patrícia Reuillard. São Paulo: Contexto, 2022.

ZORZANELLI, Rafaela Teixeira; CRUZ, Murilo Galvão. O conceito de medicalização em Michel Foucault na década de 1970. **Interface: comunicação, saúde e educação**, Botucatu, v. 22, n. 66, jul. – set., 2018, p. 721 – 731.

## APÊNDICES

### Apêndice 1 – Edições da revista *Veja* selecionadas para estudo (1979 – 1988)

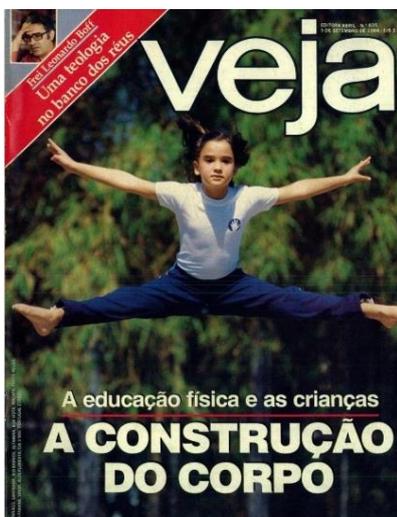
<b>NÚMERO DA EDIÇÃO E DATA</b>	<b>TÍTULO DA CAPA</b>	<b>TÍTULO DA REPORTAGEM</b>	<b>GRUPO</b>	<b>TEMÁTICA</b>
578 – 03/outubro/1979	O culto do corpo – descobrindo a forma física	O suor entrou na moda	Gerenciamento do corpo	Imperativo da performance
606 – 16/abril/1980	A batalha contra o fumo	A epidemia do século	Gerenciamento da população	Imperativo da vida e morte
611 – 21/maio/1980	A descoberta do Ballet	O salto da moda	Gerenciamento do corpo	Imperativo da performance
629 – 24/setembro/1980	A mulher de hoje – investigação no lar brasileiro	A mulher de verdade	Gerenciamento da interioridade	Imperativo empresarial
640 – 10/dezembro/1980	O auge de Maria Bethânia – a cantora que mais vende no Brasil	Doce gosto de vitória	Gerenciamento da interioridade	Imperativo empresarial
646 – 21/janeiro/1981	Planejamento familiar – como evitar a explosão	O direito de evitar	Gerenciamento da população	Imperativo da segurança
658 – 15/abril/1981	A medicina da beleza	A medicina da beleza	Gerenciamento do corpo	Imperativo da renda
666 – 10/junho/1981	A revolução do computador	A vida cibernética	Gerenciamento da interioridade	Imperativo do conhecimento
678 – 02/setembro/1981	Genética – a ciência que muda o mundo	As fábricas de vida	Gerenciamento da população	Imperativo da saúde

685 – 21/setembro/1981	Alcoolismo – Brasil, campeão do consumo de bebida destilada	A ameaça engarrafada	Gerenciamento da população	Imperativo da vida e morte
689 – 18/novembro/1981	Câncer – a cura está mais próxima	A esperança química	Gerenciamento da população	Imperativo da saúde
718 – 09/junho/1982	As Supermodelos	A sagração da beleza	Gerenciamento do corpo	Imperativo da renda
726 – 04/agosto/1982	Maratona! O esporte das grandes cidades	O desafio dos 42 km	Gerenciamento do corpo	Imperativo da performance
737 – 20/outubro/1982	Dor – como a medicina reforça seus escudos	O sol que ofusca a dor	Gerenciamento da população	Imperativo da saúde
779 – 10/agosto/1983	Os supercolégios – onde o ensino é melhor	Colégios nota 10	Gerenciamento da interioridade	Imperativo do conhecimento
789 – 19/outubro/1983	A Brasil aprende inglês – as vantagens do segundo idioma	O Brasil speaks English	Gerenciamento da interioridade	Imperativo do conhecimento
793 – 16/novembro/1983	A ameaça da superpopulação	Um abismo a evitar	Gerenciamento da população	Imperativo da segurança
795 – 30/novembro/1983	O Brilho da estrela	O momento da estrela	Gerenciamento da interioridade	Imperativo empresarial
797 – 14/dezembro/1983	Vestibulares – a corrida para a informática	O diploma do futuro	Gerenciamento da interioridade	Imperativo do conhecimento

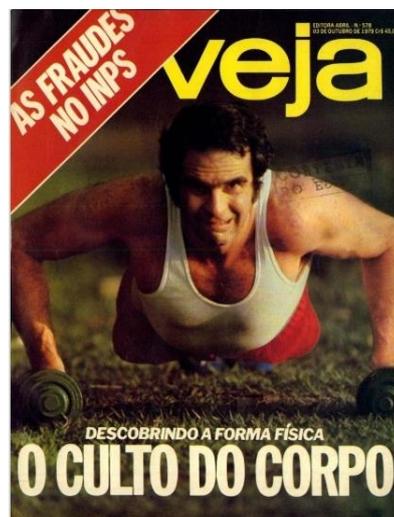
813 – 04/abril/1984	O atleta de ouro do Brasil	As armas do campeão	Gerenciamento do corpo	Imperativo da performance
835 – 05/setembro/1984	A construção do corpo	Aprendendo a crescer	Gerenciamento do corpo	Imperativo da performance
884 – 14/agosto/1985	AIDS	A multiplicação do mal: a AIDS se espalha	Gerenciamento da população	Imperativo da vida e morte
901 – 11/dezembro/1985	Interleucina-2: a nova arma contra o câncer	Um fio de esperança	Gerenciamento da população	Imperativo da saúde
910 – 12/fevereiro/1986	Muito astral e pouca roupa	Com pique de passista	Gerenciamento do corpo	Imperativo da renda
933 – 23/julho/1986	A criação da beleza	Construção da beleza	Gerenciamento do corpo	Imperativo da renda
984 – 15/julho/1987	O mundo super lotado – planeta Terra, população 5 bilhões	A família aumenta	Gerenciamento da população	Imperativo da segurança
1004 – 02/dezembro/1987	Casamento – como mantê-lo, como terminá-lo	A valsa das alianças	Gerenciamento da interioridade	Imperativo empresarial
1015 – 17/fevereiro/1988	Luma de Oliveira – a força da beleza no Carnaval	O encanto na avenida	Gerenciamento do corpo	Imperativo da renda
1018 – 09/março/1988	Rir é o grande remédio	O gordo em casa nova	Gerenciamento da interioridade	Imperativo da renda
1040 – 10/agosto/1988	AIDS – os que vão morrer contam sua agonia	Morrendo aos poucos a cada dia	Gerenciamento da população	Imperativo da vida e morte

**Fonte:** o autor.

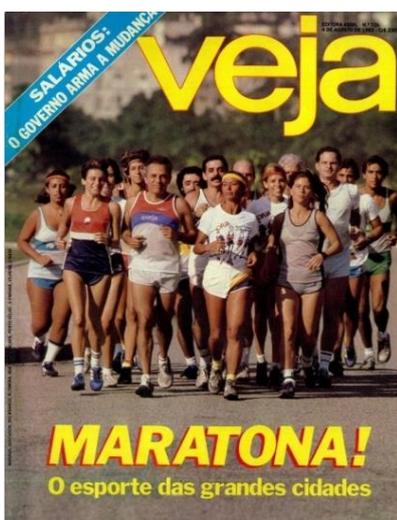
Apêndice 2 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): A prática de esportes e atividades físicas como capital humano



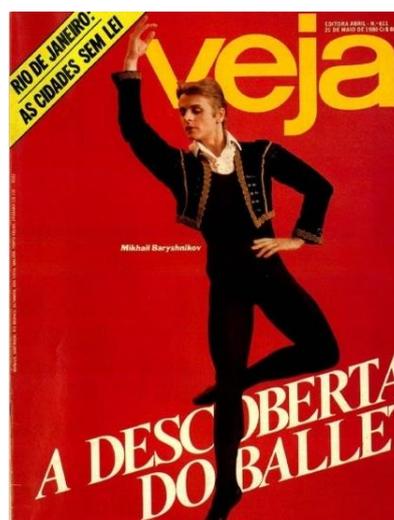
Edição 835 – 05/setembro/1984



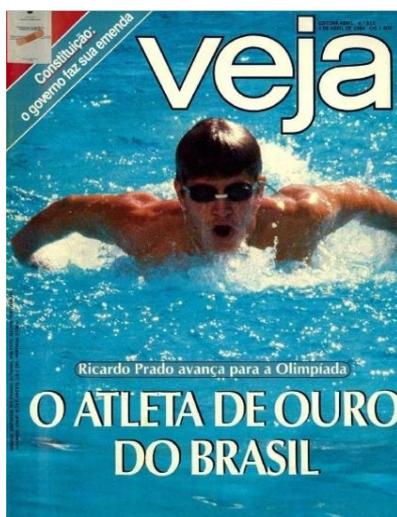
Edição 578 – 03/outubro/1979



Edição 726 – 04/agosto/1982

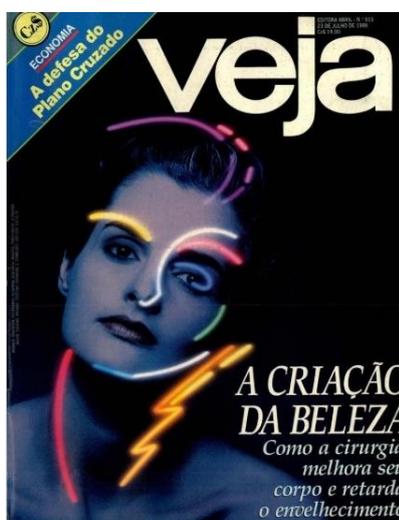


Edição 611 – 21/maio/1980

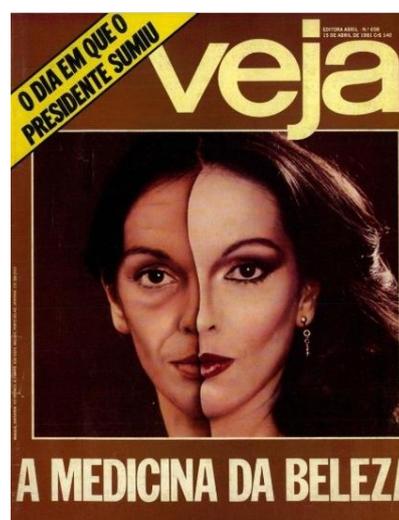


Edição 813 – 04/abril/1984

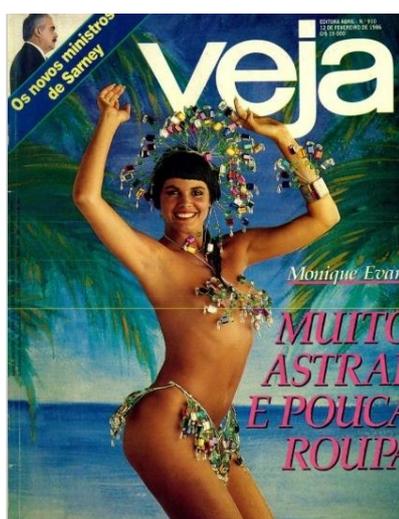
Apêndice 3 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Corpos que produzem fluxos de renda



Edição 933 – 23/julho/1986



Edição 658 – 15/abril/1981



Edição 910 – 12/fevereiro/1986

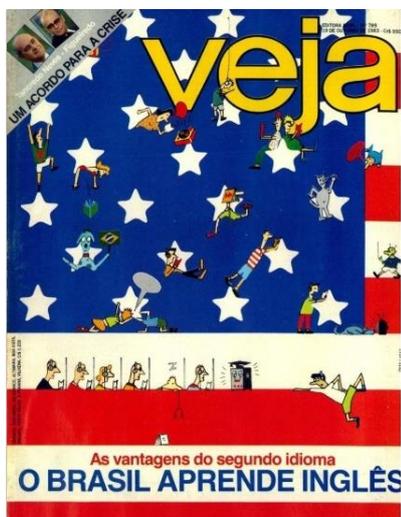


Edição 718 – 09/junho/1982



Edição 1015 – 17/fevereiro/1988

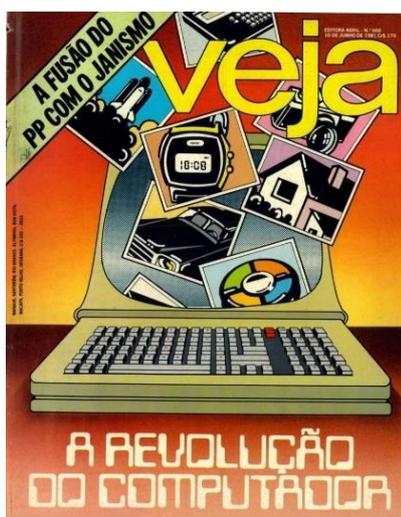
Apêndice 4 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Novos conhecimentos e novas habilidades



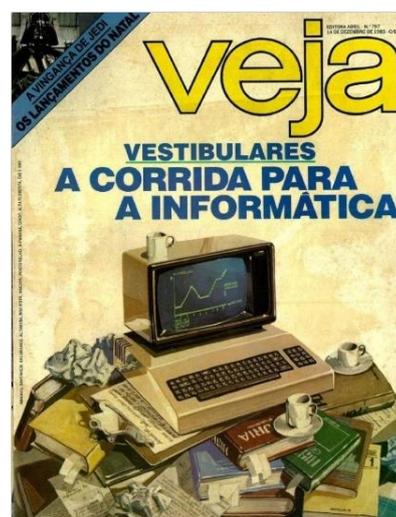
Edição 789 – 19/outubro/1983



Edição 779 – 10/agosto/1983



Edição 666 – 10/junho/1981



Edição 797 – 14/dezembro/1983

Fonte: o autor.

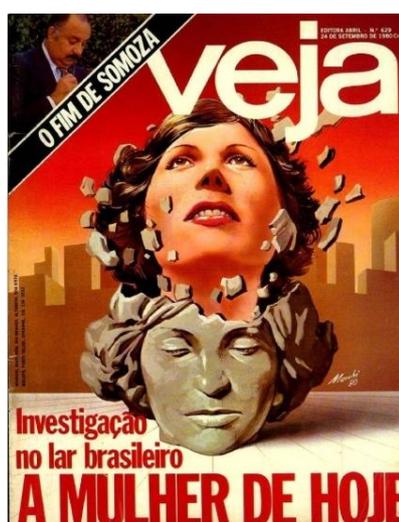
Apêndice 5 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Empresariando as emoções



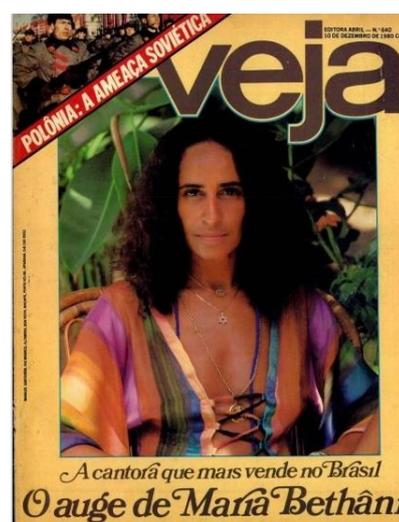
Edição 1004 – 02/dezembro/1987



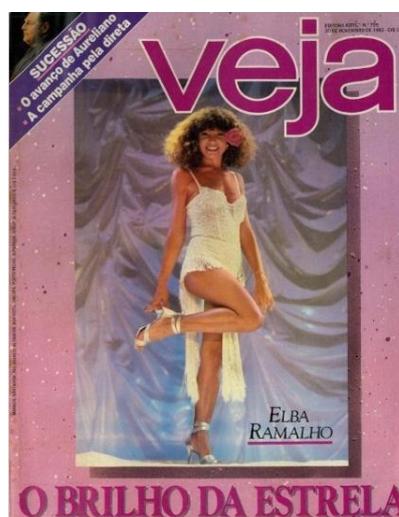
Edição 1018 – 09/março/1988



Edição 629 – 24/setembro/1980



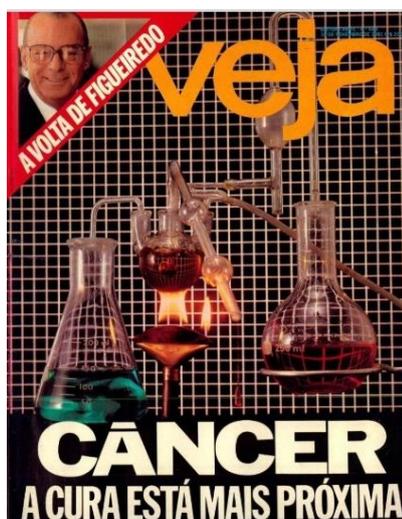
Edição 640 – 10/dezembro/1980



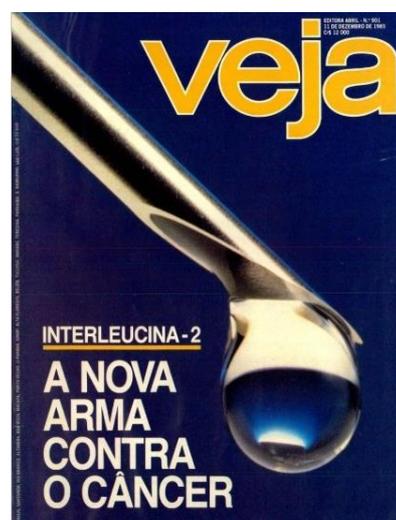
Edição 795 – 30/novembro/1983

Fonte: o autor.

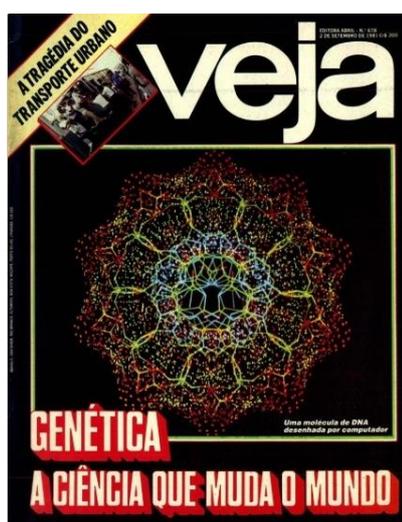
Apêndice 6 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): A promoção da saúde por meio da ciência



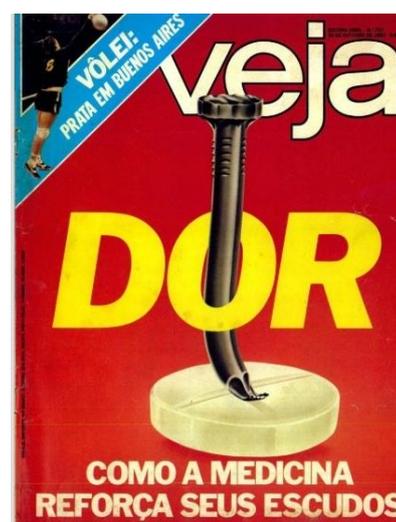
Edição 689 – 18/novembro/1981



Edição 901 – 11/dezembro/1985



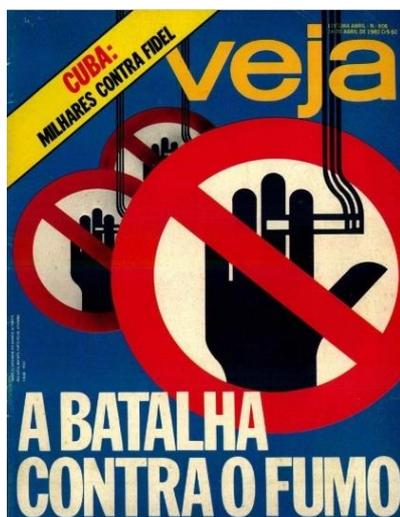
Edição 678 – 02/setembro/1981



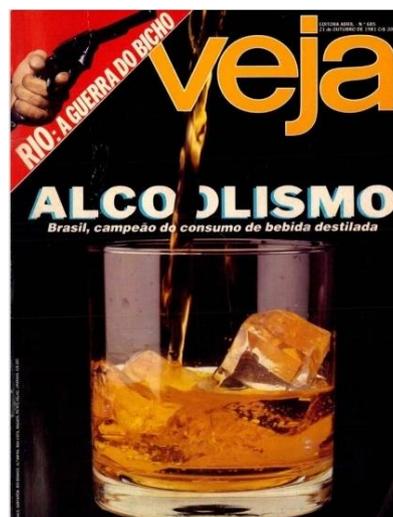
Edição 737 – 20/outubro/1982

Fonte: o autor.

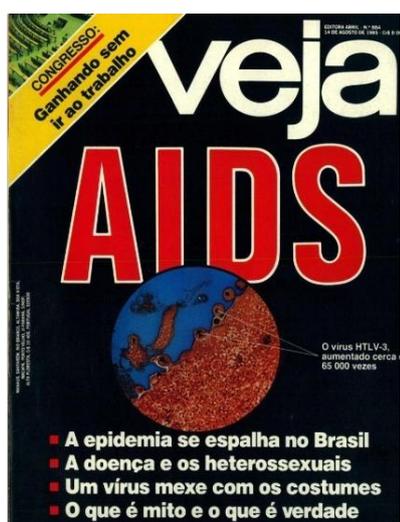
Apêndice 7 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Fazer viver e deixar morrer



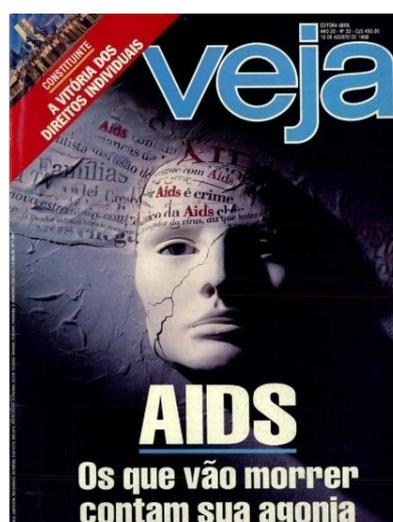
Edição 606 – 16/abril/1980



Edição 685 – 21/setembro/1981



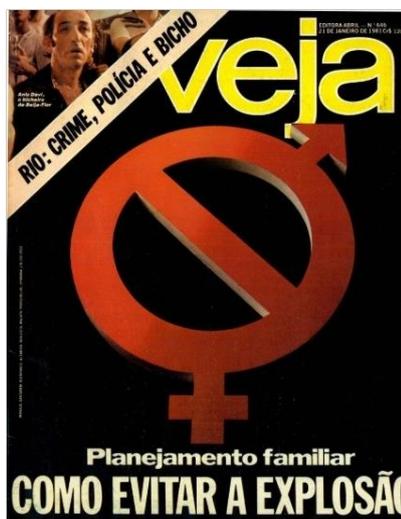
Edição 884 – 14/agosto/1985



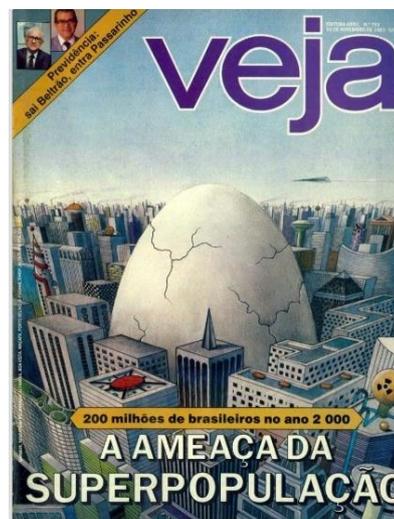
Edição 1040 – 10/agosto/1988

Fonte: o autor.

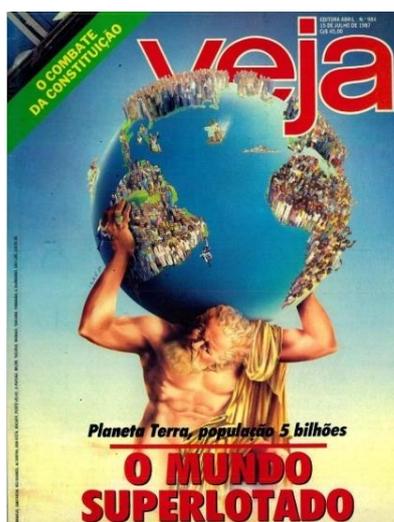
Apêndice 8 – Conjunto de capas da revista *Veja* (1979 – 1988): Em busca de segurança e estabilidade econômica



Edição 646 – 21/janeiro/1981



Edição 793 – 16/novembro/1983



Edição 984 – 15/julho/1987

Fonte: o autor.

Apêndice 9 – Temática das reportagens de capa da revista *Veja* (1979 – 1988)

TEMÁTICA DA REPORTAGEM DE CAPA	Nº DA EDIÇÃO
<b>POLÍTICA BRASILEIRA:</b> Eleições; Congresso; Burocracia; Reforma política; Patrimonialismo; Constituição Federal; Diplomacia; Ministérios; Instituições públicas.	540, 548, 549, 550, 552, 561, 562, 569, 573, 575, 586, 587, 593, 600, 602, 608, 610, 613, 616, 621, 628, 634, 637, 639, 642, 650, 653, 662, 665, 670, 675, 682, 686, 687, 691, 705, 708, 712, 715, 728, 729, 735, 736, 740, 741, 742, 744, 748, 757, 758, 759, 767, 774, 784, 786, 794, 769, 803, 804, 805, 807, 810, 812, 815, 816, 817, 819, 823, 826, 831, 836, 837, 843, 846, 847, 854, 855, 856, 857, 860, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 871, 880, 882, 883, 885, 892, 895, 896, 897, 898, 903, 911, 914, 916, 923, 926, 928, 929, 936, 938, 939, 946, 949, 961, 967, 974, 976, 978, 982, 985, 988, 989, 991, 994, 1001, 1003, 1010, 1017, 1020, 1021, 1022, 1024, 1033, 1039, 1044, 1052, 1055, 1056, 1058.
<b>ECONOMIA BRASILEIRA:</b> Protecionismo; Privatizações; Investimentos; Gastos públicos; Crédito; Infraestrutura; Emprego; Impostos; PIB; Inflação; Taxa de juros; Geração de riqueza; Empreendedorismo; Mercado financeiro; Multinacionais; Moratória.	539, 542, 555, 571, 572, 574, 588, 594, 603, 607, 614, 615, 627, 633, 648, 655, 656, 671, 673, 676, 692, 723, 725, 727, 733, 743, 745, 749, 753, 755, 761, 763, 768, 769, 770, 773, 781, 782, 788, 790, 808, 840, 853, 859, 878, 879, 887, 894, 899, 900, 912, 913, 915, 917, 918, 921, 924, 934, 935, 942, 943, 945, 947, 950, 951, 952, 958, 959, 960, 963, 964, 966, 968, 971, 972, 975, 979, 980, 981, 992, 997, 1007, 1026, 1041, 1043, 1051, 1053.
<b>SOCIEDADE BRASILEIRA:</b> Movimentos sociais; Tragédias; Desenvolvimento social; Manifestações; Greves; Criminalidade; Justiça; Exclusão social; Segurança.	545, 551, 553, 556, 557, 558, 560, 564, 566, 570, 580, 581, 582, 583, 590, 597, 605, 619, 626, 638, 643, 644, 654, 661, 680, 688, 695, 696, 709, 747, 752, 762, 776, 778, 780, 792, 799, 802, 814, 820, 822, 833, 851, 858, 870, 873, 876, 886, 889, 904, 925, 940, 948, 954, 956, 983, 987, 1002, 1008, 1013, 1016, 1019, 1027, 1030, 1034, 1054, 1060.
<b>CIÊNCIA:</b> Educação; Saúde; Astronomia; Meio ambiente; Tecnologia; Estatísticas; Drogas; Medicamentos; Qualidade de vida.	579, 591, 604, 606, 623, 632, 646, 659, 666, 678, 685, 689, 690, 701, 702, 737, 756, 779, 787, 789, 793, 797, 801, 829, 841, 848, 884, 888, 901, 905, 907, 909, 932, 933, 937, 962, 973, 984, 993, 996, 1005, 1011, 1014, 1023, 1029, 1032, 1040, 1050, 1057.
<b>SOCIEDADE/POLÍTICA/ECONOMIA EXTERNA:</b> Terrorismo; ONU; Manifestações; Eleições; União Europeia; Desenvolvimento; PIB; Guerra Fria; Conflitos.	541, 546, 554, 563, 568, 576, 584, 585, 592, 609, 612, 624, 625, 630, 631, 635, 636, 647, 657, 663, 664, 667, 668, 669, 677, 684, 693, 694, 704, 710, 711, 713, 714, 716, 717, 721, 724, 730, 731, 734, 739, 764, 765, 783, 791, 800, 806, 811, 834, 844, 849, 872, 874, 875, 881, 890, 893, 902, 920, 922, 930, 941, 944, 953, 986, 998, 999, 1000, 1006, 1028, 1031, 1037, 1045, 1049.
<b>CELEBRIDADES:</b> Biografia; Carreira profissional; Empreendimentos; Lideranças; Homenagens póstumas; Estética; Corpo; Beleza.	544, 577, 578, 596, 598, 601, 617, 618, 640, 641, 645, 651, 652, 658, 674, 679, 681, 697, 698, 699, 706, 707, 718, 722, 732, 751, 754, 766, 771, 772, 775, 777, 795, 809, 813, 828, 835, 838, 842, 906, 910, 919, 990, 995, 1009, 1015, 1018, 1035, 1047, 1048.

CULTURA: Programas de TV; Novelas; Música; Literatura; Teatro; Imprensa; Família; Religião; Moda; Cinema; Casamento; Rádio; Arte; Gastronomia; Comportamento; Costumes.	543, 547, 559, 567, 589, 595, 599, 611, 629, 649, 660, 672, 683, 703, 746, 750, 785, 798, 818, 824, 825, 839, 845, 850, 852, 861, 877, 891, 908, 931, 955, 957, 965, 969, 970, 977, 1004, 1012, 1025, 1036, 1038, 1059.
ESPORTE: Olimpíadas; Copa do Mundo; Automobilismo; CBF; Exercício físico; Basquete.	565, 620, 622, 700, 719, 720, 726, 738, 760, 821, 827, 830, 832, 927, 1042, 1046.
<b>TOTAL:</b>	522 edições

**Fonte:** o autor.