

ENSAIO TEÓRICO

BERTANI, Juliana ^[1], COSTA, Rogério da ^[2]

BERTANI, Juliana. COSTA, Rogério da. A Busca Por Uma Vida Saudável: A (In)Gerência Do Corpo Pelas Formas De Poder Sobre A Vida. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 06, Ed. 05, Vol. 11, pp. 140-149. Maio de 2021. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/saude/ingerencia-do-corpo>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/saude/ingerencia-do-corpo

Contents

- RESUMO
- INTRODUÇÃO
- CIDADANIA ATIVA E A PRIVATIZAÇÃO DO CUIDADO
- O DISCURSO DA REVISTA BOA FORMA SOBRE A CONSTRUÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE VIDA SAUDÁVEL COM SAÚDE
- CORPO METRIFICADO: MEDIDAS E CONTROLE DO PRÓPRIO CORPO
- CONSIDERAÇÕES FINAIS
- REFERÊNCIAS

RESUMO

O objetivo deste artigo é refletir sobre os dispositivos de controle do corpo, da saúde e da forma física, colaborando para uma crítica no processo de conhecimento dos cuidados do corpo. Manifestando-se através do conceito de *vida saudável*, as estratégias discursivas midiáticas do contemporâneo se utilizam desse título para impulsionar a associação entre a busca de uma vida saudável e o fato de se ter saúde. Entretanto, o entendimento a partir da análise de sentido dessa associação parece demonstrar que a busca pela vida saudável está ligada a estratégias mercadológicas como padrões de beleza do corpo, a venda de fármacos, assim como o incentivo de procedimentos cirúrgicos. Com o objetivo de ilustrar esse processo, serão retratados alguns dados referentes a uma pesquisa, cuja análise serviu-se da Análise de Conteúdo junto à Revista Boa Forma, entre os anos de 1990-2018. Além disso,

também se propõe discutir a mudança, ocorrida na passagem do século XX para o XXI, de uma cultura fitness, anterior à era digital, para a cultura do corpo saudável convertido em pacotes de informações. Essa mudança também mostra um deslocamento do conceito de saúde para um âmbito mais mercadológico de busca por saúde.

Palavras-chave: corpo saudável, vida saudável, mídia, comunicação, biopolítica.

INTRODUÇÃO

É com maior ênfase, nas últimas décadas, que os saberes a respeito do que é e de como se pode ter uma *vida saudável* têm sido amplamente divulgados, com o objetivo aparente de comunicar e educar sobre a saúde do corpo. Afinal, quem não tem o desejo de ser saudável? O fato é que ter uma vida saudável significa, antes de tudo, um esforço por uma determinada *forma de viver* e que, atualmente, vem sendo buscada em larga escala. Ao invés de ser entendida como um estado do corpo, a saúde passa a ser compreendida como um processo contínuo de busca. Contudo, ainda hoje, preocupar-se com a saúde decorre diretamente do fato de se estar doente e, portanto, da necessidade dessa situação ser revertida. Mais ainda, a própria consciência de “estar doente” se apresenta de forma refratária a esse pensamento, pois é mais do que comum resistir à ideia de que se está com algum problema de saúde.

O que as duas últimas décadas têm mostrado, contudo, é a emergência de um novo cenário: a preocupação com o risco de contrair doenças desencadeia uma nova rotina, a de ser saudável, e que parece impulsionar algo muito rentável para a indústria da saúde. A busca por saúde, para se evitar o risco de doença, passa a estar relacionada com o crescimento de um mercado do saudável, já que ela passa a ser um investimento individual diário, envolvido com uma série de rotinas e obrigações. O fato é que os saberes sociais comuns, a respeito dessas práticas sobre o corpo e a saúde, vêm sendo explorados, ao longo dos anos, pela mídia num viés mercadológico, influenciando os hábitos cotidianos que temos a respeito do cuidado sobre o nosso corpo. Isso demonstra as mais recentes estratégias de captura do corpo pelo neoliberalismo, fazendo dele um objeto que é permeado por saberes de ordem médica que induzem, cotidianamente, suas condutas sobre si. Como aponta Foucault, “o poder não é um objeto natural, uma coisa; é uma prática social e, como tal, constituída

historicamente” (2019, p. 12). Dessa forma, os discursos que são produzidos a respeito do corpo pela mídia especializada em saúde, podem ser caracterizados como um micropoder, passando a atingir “a realidade mais concreta dos indivíduos - o seu corpo - e que se situa no nível do próprio corpo social, e não acima dele, penetrando na vida cotidiana” (FOUCAULT, 2019, p. 14).

Pensar comunicação e corpo é pensar na dimensão do *corpo social*, que não está separado do corpo físico, mas que se compreende também a partir do enlace entre o corpo e as informações que são produzidas a respeito de como cuidá-lo, não atingindo apenas sua forma física, mas também sua constituição subjetiva (KATZ; GREINER, 2001). Cabe lembrar aqui que Foucault, por exemplo, ao fazer referência ao conceito de biopolítica, em 1974, entende que as práticas econômicas se relacionam com a racionalização e administração da vida e que “o controle da sociedade sobre os indivíduos não se opera simplesmente pela consciência ou pela ideologia, mas começa no corpo, com o corpo” (FOUCAULT, 2019, p. 144). Problematizar o corpo por esta perspectiva, não biologizada, é dar luz ao entendimento de que as estratégias que se direcionam a ele precisam ser observadas de um ponto de vista social e não apenas biológico.

Ao longo da história, o corpo foi sendo objeto de utilidade econômica, seja por sua força de trabalho ou pela sua própria anatomia, sendo essa uma espécie de economia da sua vitalidade (ROSE; RABINOW, p. 2006). O desejo por uma vida saudável não seria mais que o resultado de um dispositivo biopolítico de indução de certas condutas consideradas saudáveis. Neste artigo, as condutas ou hábitos estudados, que decorrem das induções de uma biopolítica de viés supostamente positivo, já que favorável à saúde, dizem respeito à práticas e procedimentos que estão sendo tratados como “cuidado” do corpo.

CIDADANIA ATIVA E A PRIVATIZAÇÃO DO CUIDADO

O tipo de prática que o corpo e a saúde vão sendo associados, carregada por um viés mercantilista, contribui para uma nova forma de viver que se vincula a um dever diário. O fato é que esse novo hábito acaba sendo concentrado no próprio indivíduo, fazendo ele ser o único a se responsabilizar pela sua saúde, e ainda, se transformando em mais uma preocupação, somando-se a todas as outras sobrecargas diárias do modo de viver no

contemporâneo. Sobre esse contexto de individualização da responsabilidade pela saúde, torna-se importante questionar como isso vai existindo no corpo, contribuindo para o que o autor Nikolas Rose (2013) vai nomear como *cidadãos biológicos ativos*. Essa nova conduta de responsabilização individual, vai criando uma rotina cheia de obrigações como: controlar a alimentação, adquirir aplicativos de saúde, contratar um personal trainer, se inscrever em aulas de yoga, de meditação, de alongamento, etc. Não se trata, aqui, de julgar as práticas, mas de dar luz sobre o fato do mercado impulsionar a criação de hábitos que se estabelecem como um intuito de controlar a saúde o tempo todo, para evitar o risco de doenças. Isso vai demonstrando que a noção de cuidado vai se transformando em um projeto comercial e que tem por objetivo inundar as rotinas com deveres e obrigações.

Por outro lado, a medida que, a saúde vai passando a ser uma preocupação individual, as iniciativas privadas que investem no ramo de negócios da saúde, vão ampliando e se consolidando, e com isso, vai havendo um deslocamento do dever do Estado de investir sobre áreas, como por exemplo, da saúde pública “os circuitos bioeconômicos de troca têm como seu princípio organizador a captura do valor latente nos processos biológicos, um valor que é simultaneamente o da saúde humana e o do crescimento econômico” (ROSE, 2013, p. 54).

De forma geral, as questões de saúde e do cuidado do corpo não fazem parte dos assuntos envolvidos nos processos educacionais da população. Dessa forma, os saberes adquiridos socialmente que se vinculam a esse domínio, vão sendo provenientes da produção de saberes médicos, assim como, de revistas, blogs, canais no Youtube e informes publicitários. Sabemos que, esses veículos, envolvem conteúdos, que, não somente, mas, muitas vezes, estão atrelados a vínculos comerciais. Diante desse contexto, entendemos que a mídia passa a ser um dos principais meios de acesso à informação da população sobre a saúde. E neste cenário, o corpo passa a estar relacionado com uma rotina muito lucrativa, e vai se reduzindo a um objeto utilitário de gerenciamento, de si mesmo e do mercado.

As ações individuais em relação a saúde, têm mostrado que, o que antes parecia dar luz a técnicas onde fosse possível reduzir os níveis de morbidade e mortalidade pelo Estado, vêm sendo agora incentivadas com ações e rotinas de saúde do âmbito coletivo para o individual, que além de transferir para o sujeito toda a responsabilidade do seu “bem-estar”, estabelece uma dinâmica crescente de consumo individual e gerenciamento do corpo como um

investimento em saúde.

O DISCURSO DA REVISTA BOA FORMA SOBRE A CONSTRUÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE VIDA SAUDÁVEL COM SAÚDE

No ano de 2019 desenvolvi uma pesquisa, com apoio do CNPQ – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, que teve como objetivo a análise de sentido dos conteúdos midiáticos junto ao título Saudável, a partir da revista Boa Forma, da editora Abril, entre os anos de 1990 e 2018. O que direcionou a pesquisa foi a *Análise de conteúdo*, de Laurence Bardin (1977) “a leitura efetuada pelo analista do conteúdo das comunicações, não é, ou não é unicamente, uma leitura à letra, mas antes o realçar de um sentido que se encontra em segundo plano” (1977, p. 41). É importante ressaltar que, a revista Boa Forma surgiu como uma segmentação da revista Saúde, em 1987. Foi uma revista direcionada para o público feminino e se relacionava com assuntos ligados à saúde, estética, fitness e nutrição. Contudo, o que parece é que, quando a revista Boa Forma passou a ser uma segmentação da revista Saúde, ela fez convergir o sentido das palavras *saúde*, *estética* e *fitness*, associando-as ao conceito de ser *saudável*.

Há exatos oito anos, surgia nas bancas do país uma edição especial da revista Saúde chamada Guia da Boa Forma. Seu sucesso foi tanto que em pouco tempo ela se tornou uma publicação independente e mensal. Bem sabemos das dificuldades de se seguir à risca todos os ditames da saúde e do condicionamento físico. Por isso, a partir dessa edição, Boa Forma passa a ter muito mais a sua cara: a de uma pessoa preocupada com a estética e a saúde do corpo. Não adianta ter cada milímetro do corpo no lugar e a saúde absolutamente perfeita se a gente não tiver contente com a vida. Queremos caminhar ao seu lado, para torná-la cada vez mais bonita, saudável e feliz! (REVISTA BOA FORMA, 1993, p. 15)

O que parece, a partir do conteúdo deste recorte, é que a revista Boa Forma incentivou a relação entre: a perfeição da forma física e a saúde. E que essa relação passava a apresentar o caminho para nos considerarmos saudáveis e felizes. O fato é, que essa relação foi criando um sentido de que ter saúde, sendo saudável, estaria relacionado com um estado de corpo

que precisamos conquistar, aperfeiçoar, diariamente, soando como uma ordem. E que estarmos com o *corpo fit* (na medida), significa passar a sermos saudáveis. Isso vai demonstrando que o adjetivo saudável, que deveria estar relacionado com práticas que tem como sentido promover o *que é bom para a saúde* ou o *que revela a saúde*, passa a ser incentivado como uma prática que busca um padrão de corpo normativo “o conceito de saúde passou, gradativamente, a ser entendido no interior da esfera mais ampla da vida saudável ou estado de bem-estar” (COSTA, 2016, p. 14).

Além dessas associações que têm como objetivo ilustrar que, ter uma vida saudável se relaciona conter um modelo de corpo idealizado, o título saudável veiculado pela revista Boa Forma, passa também a servir-se, em larga escala, para o direcionamento de conteúdo publicitário de medicamentos, como por exemplo essa edição de 1993:

A vitamina C tem importância fundamental na nossa saúde. Redoxon é a vitamina C que quando tomada regularmente aumenta a resistência e as defesas naturais do organismo, suplementando suas necessidades diárias de forma prática e saudável (REVISTA BOA FORMA, 1993, p. 32).

Mais ainda, no ano de 2004, uma edição da revista Boa Forma - Beleza -, traz em sua capa o título: “ Cirurgia plástica, os melhores doutores são as dicas para encarar o bisturi sem medo nem riscos” (REVISTA BOA FORMA, 2004). Nesse caso, houve uma normalização dos procedimentos cirúrgicos, com o objetivo de adquirir a “boa forma”, e esse tipo de conteúdo seguiu, com uma certa frequência, até as edições de 2015. Já na edição de novembro de 2015, com o surgimento das redes sociais, a revista oferta o novo aplicativo, que promete ser “seu aliado perfeito para perder peso e viver melhor. Tudo conta para uma vida mais leve, mais saudável” (REVISTA BOA FORMA, 2015).

Os conteúdos presentes nessa mídia de negócios, ao prever informar sobre a saúde do corpo, parece ter implementado um sentido, ao longo dos anos, que têm mostrado que: passar a ter uma vida saudável, significa adquirir hábitos que podem ser considerados não saudáveis.

CORPO METRIFICADO: MEDIDAS E CONTROLE DO PRÓPRIO CORPO

A respeito do que vai emergindo no corpo em sua busca diária por saúde, parece se apresentar como um aprisionamento da corporeidade. Isso demonstra uma tendência do corpo se aprisionar em métricas que servem para medir muitos dos seus aspectos, tanto físicos quanto fisiológicos, tornando a nossa relação com o corpo algo mensurável. Com o crescimento do mercado promissor das academias no Brasil na década de 90, os regimes de produção de sentido sobre o corpo e a saúde se relacionavam com parâmetros da métrica corporal como por exemplo peso, índices de gordura, medida de cintura, busto, etc. A essencialidade de manter e controlar a relação do corpo com essas medidas e parâmetros, foram fazendo parte do desejo dos frequentadores, e, portanto, consumidores das academias. Nos últimos anos, podemos observar que a manutenção da relação do corpo com suas métricas foi sendo amplificada a partir do avanço das tecnologias em saúde, estabelecendo outros tipos de produtos e práticas. Quando, anteriormente, o controle do corpo era estimulado por métricas que se referiam a sua forma física, agora com o avanço tecnológico é possível controlar aspectos como doenças e riscos genéticos (ROSE, 2013). Novos hábitos vão sendo introduzidos no cotidiano do dever de cuidar da saúde, habitando novas preocupações que antes talvez não existissem. Exemplos dessas práticas avançadas são por exemplo: a medicina diagnóstica, a medicina genética, e também aplicativos de saúde em equipamentos eletrônicos como smartphones e relógios inteligentes. Nestes dois últimos casos, a tecnologia avança no sentido de medir aspectos corporais, repetidamente ao longo do dia, como por exemplo: batimentos cardíacos, níveis glicêmicos, respiração, etc. É fato que, diante de um ataque cardíaco, haver a possibilidade de salvar vidas, não merece julgamentos. Contudo, o que parece passar a habitar nossos corpos é um “autocuidado” que muitas vezes se apresenta na forma de um controle excessivo, sendo agora nós mesmos “ os agentes de docilização do corpo, desejamos e somos incentivados ao controle da nossa vida biológica” (KATZ, 2015, p. 25).

Dardot e Laval (2017) só fazem aprofundar esse aspecto quando falam da mercadoria na era da pós-modernidade, a da experiência humana. É a própria experiência do corpo que passa a ser transformada em mercadoria na forma de acesso no ambiente virtual. Isso demonstra que a mercadoria não é mais somente parte de uma realidade que está fora do corpo, agora, o próprio corpo é quem vai se convertendo em mercadoria na forma de acesso, “ Falar de

corpo na sociedade capitalista seria falar, portanto, de uma expropriação do corpo, de sua instrumentalização a partir do que é instituído pelo capitalismo” (FONTENELLE, 2004, p. 13).

Também são apresentadas discussões a respeito das vigentes perspectivas de instrumentalização do corpo pela era digital por Helena Katz (2015) em seu artigo denominado, Corpo Apps: do dispositivo ao aplicativo, onde constatou que o corpo talvez esteja se transformando em um aplicativo. Nesse sentido, através do uso das novas tecnologias digitais o usuário passa a ser convidado a vivenciar o seu próprio corpo como experiência, “É a confirmação de que as trocas de um corpo (humano) com outro corpo (o da máquina) são trocas com transformação, e o que lhe parece ser apenas exterior (os equipamentos) se “carnificam” em corpo” (2015, p. 246). Portanto, o que parece é que, a partir de uma lógica mercadológica que metrificou o corpo, seja, primeiro, através da sua forma física e, posteriormente, sobre seus parâmetros fisiológicos internos, faz o *controle do próprio corpo* ser utilizado como ferramenta para fins mercadológicos. Parece que esse controle não faz mais do que criar excessivas preocupações e pré-pacientes que vão, cotidianamente, servir à necessidade de produzir dados corporais atualizados, fornecendo cada vez mais informações, ampliando o mercado da experiência humana.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Parece que a relação que fomos mantendo com a nossa forma física e com o hábito de nos mantermos em forma, foi se estabilizando em nossas vidas, como uma ação simpática e também inofensiva. E que, aparentemente, manter esses hábitos não representavam estranhamentos. Contudo, o que parece é que, nesse trajeto, a saúde foi se transformando em vida saudável e esta foi se consolidando com estratégias do mercado para o crescimento econômico vigente da comercialização do corpo e da saúde.

Isso foi desencadeando novos hábitos, onde agora, não se trata apenas, do mercado parecer desejar o corpo como um objeto para investimento financeiro, mas também, o indivíduo passa a desejar controlar seu corpo e sua saúde, diariamente, pela busca de uma vida, supostamente, saudável. A partir dessa reflexão, podemos questionar: Como nossa corporalidade vai se manifestando nesse contexto? Talvez estejamos nos afastando da nossa condição de consciência, percepção e experiência corporal e acercando a vivência da

corporalidade como um meio técnico, desejando e investindo em controlá-la. E essa ação de controle promete que nossa preocupação em relação ao nosso corpo sempre aumente e que estejamos nos relacionando com ele como um pacote de informações.

Com isso, podemos refletir que, a relação que vamos mantendo com a experiência do nosso corpo, não parece mais estar associada com a nossa dimensão física e relacional, mas sim, se movimentando ao encontro de uma relação de gerenciamento e monitoramento dos seus aspectos informacionais. E, dessa maneira, podemos estar nos deslocando para um afastamento do nosso corpo ao nos aproximarmos dele como um pacote de informações como: calorias, colesterol, pressão arterial, etc. E com isso, vamos modificando a nossa experiência em relação ao nosso corpo, e nos aproximando de um consumo da nossa própria experiência.

Talvez, precisamos repensar nossa relação com a saúde e o corpo, nos questionando o que estamos construindo e, o que podemos estar destruindo, nesse processo em curso, de incentivo ao distanciamento do corpo e da nossa vitalidade criativa e sensível. Ao que tudo indica, diante dessa nova realidade, olhar para o corpo como índices e pacotes de informações, parecem não dar conta da nossa perspectiva de saúde. Com isso, hoje torna-se necessário e importante discussões em torno da temática de, repensarmos, para onde estamos levando o nosso corpo.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. 1. Edição. Lisboa: Edições 70, 1977.

BOA FORMA. Direto ao ponto. São Paulo: Editora Abril, n. 6, p. 16-17, 2004.

BOA FORMA. Edição de Aniversário. São Paulo: Editora Azul, n. 4. p. 15-32, 1993.

BOA FORMA. Novo app #atitude boa forma. São Paulo: Editora Abril, n. 1, p. 124-125, 2015.

COSTA, Rogério. Políticas da Vida e Pedagogia do Corpo. *In*: CARVALHO, Y. M.; FRAGA, A. B.; GOMES, I. M. (Org.). As Práticas corporais do Campo da Saúde – III. 1. Edição. São Paulo: Hucitec Editora, 2016. p. 10-29.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *Comum: Ensaio sobre revolução no século XXI*. 1. Edição. São Paulo: Boitempo, 2017.

FONTENELLE, Isleide. Consumo como investimento: a produção do consumidor saudável pela mídia de negócios. *Comunicação Mídia e Consumo*, São Paulo, v.9, n. 24, p. 133-152, 2012.

FONTENELLE, Isleide. Mídia, acesso e mercado da experiência. *Contracampo*, Rio de Janeiro, v.0, n. 10/11, p. 185-198, 2002.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 9. Edição. São Paulo: Paz e Terra, 2019.

KATZ, Helena; GREINER, Christine. *Arte e cognição: corpomídia, comunicação, política*. 1. Edição. São Paulo: Annablume, 2015.

ROSE, Nikolas. *A política da própria vida: biomedicina, poder e subjetividade no século XXI*. 1. Edição. São Paulo: Paulus, 2013.

ROSE, Nikolas; RABINOW, Paul. O conceito de biopoder hoje. *Política & Trabalho*, João Pessoa, v.1, n. 24, p. 27-57, 2006.

^[1] Mestre em Comunicação e Semiótica (PUCSP), Especialista em Técnica Klauss Vianna (PUCSP), Especialista em Cinesiologia (UFRGS), Fisioterapeuta (IPA-RS).

^[2] Orientador.

Enviado: Setembro, 2020.

Aprovado: Maio, 2021.