

## Saúde, estilo de vida e cultura de consumo num contexto neoliberal

### Health, lifestyle and culture of consumption in a neoliberal context

### Salud, estilo de vida y cultura del consumo en un contexto neoliberal

Igor Sacramento | [igor.sacramento@icict.fiocruz.br](mailto:igor.sacramento@icict.fiocruz.br)

Fundação Oswaldo Cruz, Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde. Rio de Janeiro, Brasil.

**Palavras-chave:** saúde; estilo de vida; cultura do consumo; mídia; governamentalidade.

**Keywords:** health; lifestyle; culture of consumption; media; governability.

**Palabras clave:** salud; estilo de vida; cultura del consumo; medios de comunicación; gobernabilidad.

A mídia participa das sociedades contemporâneas como vetor de transformação de modos de socialização, formas de atuação política, processos de subjetivação, produção de identidades e diferenças, sistemas simbólicos e experiências do real, do espaço e do tempo. O tecido social contemporâneo é encharcado pelo comunicativo. Na condução da vida cotidiana, os produtos, recursos, imagens, sons e espetáculos da cultura da mídia estabelecem discursos sobre saúde, doença, corporeidade, gênero, sexualidade, idade, raça e classe, promovendo a produção e a circulação de sentidos e representações sobre a alteridade, estetizando as mais diferentes esferas e práticas do cotidiano, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, dominando o tempo do lazer e, sobretudo, fornecendo o material com que as pessoas forjam identidades, estabelecem visibilidades e produzem subjetividades.

A busca generalizada da saúde perfeita, da juventude, da felicidade e do bem-estar é um fato que evidencia as mudanças ocorridas nas últimas décadas no modo como a saúde é concebida, percebida e praticada, tanto nas esferas institucionais quanto na vida pessoal dos indivíduos. No âmbito institucional, o novo ramo de promoção da saúde é um exemplo do deslocamento do foco das preocupações com a doença para o das preocupações com a saúde. O discurso produzido nas políticas de promoção da saúde reverbera na cultura midiática contemporânea por meio de diversos produtos, práticas e modismos associados ao estilo de vida saudável (programas de TV, revistas, perfis de musas fitness nas redes sociais, novas modalidades esportivas, novos produtos alimentares e assim por diante).

Os discursos contemporâneos sobre estilos de vida saudáveis oferecem algumas ideias sobre que tipo de noção de saúde está sendo construído, conectando a construção por um indivíduo de sua identidade pessoal

e subjetividade com a maneira como se gerencia a saúde. Nesse sentido, é preciso reconhecer que o discurso neoliberal promove a promoção da saúde como léxico comum:

*A sociedade regulada com base no mercado em que pensam os neoliberais é uma sociedade na qual o que deve constituir o princípio regulador não é tanto a troca das mercadorias quanto os mecanismos da concorrência. São esses mecanismos que devem ter o máximo de superfície e de espessura possível, que também devem ocupar o maior volume possível na sociedade. Vale dizer que o que se procura obter não é uma sociedade submetida ao efeito-mercadoria, é uma sociedade submetida à dinâmica concorrencial. Não uma sociedade de supermercado – uma sociedade empresarial<sup>1</sup>.*

Como pontuou Michel Foucault<sup>1</sup>, no neoliberalismo praticado pelas sociedades ocidentais contemporâneas, há uma reformulação radical da sociedade com base no modelo de empresa. A vida do indivíduo não tem de se inscrever como vida individual apenas no âmbito de uma empresa (uma firma ou, no limite, o Estado), mas pode se inscrever em uma multiplicidade de empresas encaixadas e entrelaçadas. Além disso, a maior mudança diz respeito ao fato de a própria vida do indivíduo – como, por exemplo, sua relação consigo mesmo, com o futuro, com sua propriedade privada, com sua família, com seus amigos, com o grupo social – ter de fazer dele uma espécie de empresa múltipla e permanente<sup>1</sup>. Seguindo o modelo da empresa, a remodelação da sociedade instaura a forma econômica do mercado (com suas avaliações de oferta e de demanda, seus cálculos de custos e benefícios, suas estratégias para conquista da competência) e faz com que haja a formação de subjetividades marcadas por um individualismo competitivo (consigo mesmo, na busca por autossuperação, e com outros, pela lógica concorrencial). Essa moralidade individualista produz as subjetividades contemporâneas e as relações sociais como microcosmos de negócios, em que se valorizam as habilidades e competências para obter benefícios, não apenas econômicos, mas também psíquicos e sociais. Assim, os indivíduos passaram a ser moldados em *homo economicus* e deveriam calcular, competir e investir em si mesmos de modo eficaz e seguro. Quanto mais se comportarem de acordo com o cálculo econômico, mais serão capazes de prever e evitar riscos em direção à conquista do bem-estar e do sucesso pessoal. Ou seja, a governamentalidade neoliberal busca transformar indivíduos, fomentando capacidades e disposição de empreendedorismo e autorresponsabilização, mas, como Binkley<sup>2</sup> argumenta, embora saibamos muito sobre lógicas e tecnologias de governo, e sobre elas regem as práticas institucionais, sabemos muito menos sobre o conjunto de transformações subjetivas a que as pessoas se submetem nesse contexto.

Embora os movimentos de estilos de vida saudáveis não sejam novidades desde o século XIX<sup>3-5</sup>, a preeminência da mídia na vida cotidiana na contemporaneidade, articulada à aceleração na produção, circulação e consumo de estilos de vida, permite uma nova trama de responsabilização pela saúde. Ela descola-se, efetivamente, do campo do Estado para o do indivíduo. A saúde é uma questão de estilo; portanto, implica um determinado conjunto de escolhas que afirmam e engendram uma identidade pessoal associada ao corpo, a exercícios físicos, a práticas terapêuticas, alimentares e comportamentais e a produtos diversos (de roupas a aplicativos de saúde).

Esse contexto proporciona um tipo de normatividade e um ideal de subjetividade bastante específicos. O discurso de promoção da saúde tanto o das políticas públicas quanto o que permeia o cotidiano, especialmente pela atuação dos produtos e processos da cultura midiática, insta as pessoas a assumirem a responsabilidade pelas suas vidas: a saúde é menos um problema do Estado do que uma obrigação moral do cidadão. A colocação da responsabilidade pela saúde na esfera individual induz a aderência das virtudes pessoais – se o indivíduo consegue administrar sua saúde de acordo com o último conselho – ou das profundas falhas no caráter pessoal, uma vez que o mesmo indivíduo não consegue se manter magro, parar de fumar, deixar o sedentarismo e praticar atividades físicas. Nas palavras de Cockerham, a saúde não é mais “um dom de Deus”<sup>6</sup>, mas é sobretudo “uma tarefa, uma conquista ou um desempenho de indivíduos responsáveis [por si mesmos]”<sup>6</sup>.

A articulação recorrente entre estilo de vida e saúde traz a questão do consumo como a forma contemporânea de vinculação entre o que se quer ser e o que está disponível para isso em termos de imagens e discursos culturais no mercado de bens simbólicos. Nesse contexto, os estilos de vida saudáveis contemporâneos são, portanto, a manifestação na esfera pessoal de um discurso de promoção da saúde. Como tal, englobam as características coercitivas do controle das populações, ampliando o aspecto da vigilância que resulta na produção de subjetividades. A variedade de produtos dietéticos, de emagrecimento, fitoterápicos, orgânicos e termogênicos dá extrema importância para a aparência e para a apresentação corporal. A cultura de consumo contemporânea se insere na concepção prevalecente de autoaprimoramento do corpo, que encoraja o indivíduo a adotar estratégias instrumentais para combater a deterioração (aplaudidas também pelas burocracias estatais que procuram reduzir os custos de saúde educando o público contra a negligência corporal, o sedentarismo e toda prática contrária ao bem-estar e à boa forma). Por exemplo, em 2009, o Ministério da Saúde, por conta da criação do Dia Mundial da Atividade Física, lançou uma campanha com o seguinte slogan: **“Eu sou do time que se movimenta pela saúde”**. Uma das peças da campanha reforça a associação entre estilo de vida individual e responsabilidade pela saúde corporal:



Figura 1 – Cartaz da Campanha do Dia Nacional da Atividade Física  
 Fonte: Ministério da Saúde (2009) – [www.blog.saude.gov.br](http://www.blog.saude.gov.br)

A prática de atividade física como forma de promoção da saúde está no mesmo contexto da produção de imagens corporais espetaculares, uma forma de regulação da individualidade marcada pela norma da redução da gordura, do consumo de açúcar e da hipertrofia. Com a noção de que o corpo é um veículo de prazer e autoexpressão, imagens do corpo bonito, num combinado entre ascetismo e hedonismo, lazer e exibição, enfatizam a importância da aparência e do visual. Assim, tem sido extremamente frequente nas rede sociais, especialmente no Instagram, o surgimento de musas fitness. Uma delas é Eva Andressa (@eva\_andressa). Em 21 de novembro de 2016, a modelo fitness contava com 3,7 milhões de seguidores. Entre as musas, é a mais seguida. Suas postagens recentes demonstram uma variedade de combinações entre promoção da saúde, estilo de vida e cultura do consumo:



Figura 2 – O sacrifício pelo corpo  
Fonte: Instagram - Perfil de Eva Andressa (2016)





Figura 3 - Panqueca de Whey: prazer com responsabilidade  
 Fonte: Instagram - Perfil de Eva Andressa (2016)

Quando se trata de questões de corpo, dieta e saúde, não é o hedonismo nem o ascetismo que prevalecem, mas uma combinação de ambos. Afinal, disciplina e hedonismo não são mais vistos como incompatíveis. Sendo assim, a subjugação do corpo a rotinas de exercícios para o seu aprimoramento é apresentada na cultura da mídia como uma pré-condição para a conquista de uma aparência tida como saudável e para a liberação da capacidade expressiva do corpo. A cultura de consumo não envolve a substituição completa do ascetismo pelo hedonismo, essa mudança ocorre principalmente no nível de imagens culturais. Na realidade, exige uma boa dose de 'hedonismo calculado' do indivíduo. Dentro da cultura da mídia, propagandas, postagens nas redes sociais, jornais, revistas, programas de televisão e filmes proporcionam uma proliferação de imagens estilizadas do corpo. Além disso, a mídia popular constantemente enfatiza os benefícios cosméticos da manutenção do corpo. A recompensa para o trabalho do corpo ascético deixa de ser a salvação espiritual ou mesmo a saúde melhorada, mas se torna uma aparência melhorada de um ser mais comercializável e prazeroso ao mesmo tempo que visto como mais autocontrolado e responsável.

## Referências

1. Foucault M. O nascimento da biopolítica. São Paulo: Martins Fontes; 2008.
2. Binkley S. Governmentality and lifestyle studies. *Sociology Compass*, 1(1):111–126, 2007.
3. Lupton D. *Food, the Body and the Self*. London: Sage Publications; 1996.
4. Porter R. *The greatest benefit to mankind - a medical history of humanity*. London: W.W Norton & Company; 1997.
5. Sfez L. *A saúde perfeita – crítica de uma nova utopia*. São Paulo: Unimarco; São Paulo; 1996.
6. Cockerham WC. Health Lifestyles Theory and the Convergence of Agency and Structure. *Journal of Health and Social Behaviour*, 46(1):51-67, 2005.