

A SAÚDE COMO PRETEXTO
PARA QUEM QUER SER
DESEJADO SEXUALMENTE:
um estudo etnográfico em
perspectiva midiática

HEALTH BECOMES A PRETEXT FOR
THOSE WHO WANT TO BE SEXUALLY
DESIRED: a study in media perspective

LA SALUD COMO PRETEXTO PARA
QUIEN QUIERE SER DESEADO
SEXUALMENTE: un estudio en
perspectiva mediática

Jeferson Bertolini¹

RESUMO

Este artigo apresenta resultados de estudo sobre a relação entre *saúde*, tema em voga na TV brasileira, e *sexo*. Por meio de observação participante com clientes de supermercado e alunos de academia de ginástica de Santa Catarina, descobriu-se que a saúde pode ser pretexto para quem, no fundo, quer ser desejado/a sexualmente; apurou-se ainda que a vontade de ser desejado/a sexualmente é mantida em segredo porque o sexo ainda é influenciado por tabus. O manuscrito conclui (a) que diante do atual *boom* midiático sobre saúde e bem-estar, a saúde pode ser pretexto para quem, no fundo, quer ser desejado sexualmente; e (b) o cuidado sem precedentes com o corpo estimulado pela mídia torna os cidadãos alvos do biopoder.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão. Saúde. Sexo.

¹ Doutor em Ciências Humanas (UFSC). Mestre em Jornalismo (UFSC). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo (Univali). E-mail: jefersonbertolini@gmail.com.

ABSTRACT

This article presents study results on the relationship between health, theme in vogue in Brazilian TV, and sex. Through participant observation with supermarket clients and students of the gymnastics academy of Santa Catarina, it was discovered that health can be a pretext for those who, deep down, want to be sexually desired; it was also found that the desire to be sexually desired is kept secret because sex is still influenced by taboos. The manuscript concludes (a) that in the face of the current media boom on health and well-being, health may be a pretext for those who, at bottom, want to be sexually desired; and (b) unprecedented care with the body stimulated by the media makes citizens the targets of biopower.

KEYWORDS: TV. Health. Sex. TV.

RESUMEN

Este artículo presenta resultados de estudio sobre la relación entre salud, tema en boga en la TV brasileña, y el sexo. Por medio de observación participante con clientes de supermercado y alumnos de academia de gimnasia de Santa Catarina, se descubrió que la salud puede ser pretexto para quien, en el fondo, quiere ser deseado/a sexualmente; se ha comprobado que la voluntad de ser deseado/a sexualmente se mantiene en secreto porque el sexo sigue siendo influenciado por tabúes. El manuscrito concluye (a) que ante el actual boom mediático sobre salud y bienestar, la salud puede ser pretexto para quien, en el fondo, quiere ser deseado sexualmente; y (b) el cuidado sin precedentes con el cuerpo estimulado por los medios hace que los ciudadanos blancos del biopoder.

PALABRAS-CLAVE: Televisión. Salud. Sexo

Recebido em: 01.06.2019. Aceito em: 09.09.2019. Publicado em: 01.10.2019.

Introdução

Nos últimos 10 anos, programas sobre saúde e bem-estar têm ocupado grande destaque na TV brasileira. De modo geral, esses programas ensinam a cuidar do corpo, dizem como perder peso, apontam a melhor maneira de se exercitar, alertam sobre os riscos da gordura, do sal etc. Todos seguem o mantra da prestação de serviço².

Na perspectiva deste trabalho, o conteúdo apresentado por estes programas exerce alguma influência na audiência. Isso porque, como afirma Habermas (1978), mesmo as camadas da população não expostas à mídia de maneira direta são tocadas de por ela de maneira indireta, via amigos, família etc. “Os processos de comunicação sofrem a influência dos meios de comunicação de massa, seja de modo direto, seja em maior escala através dos líderes de opinião” (HABERMAS, 1978, p. 197).

O resultado desta influência midiática é o estabelecimento de uma onda do *saudável* na população: nota-se uma sensação coletiva de que é preciso se exercitar, emagrecer, beber água, evitar o alimento embutido etc. A reboque do discurso midiático sobre saúde e bem-estar, surge um cuidado sem precedentes com o corpo.

Este estudo procurou observar esta onda do *saudável* em um extrato da população brasileira: foi realizada uma observação participante com clientes de

² O jornalismo de serviço é voltado à orientação e dicas ao público. Entram, em sua grade, temas como previsão do tempo, condições do trânsito, agenda de shows, o que abre nos feriados etc. O termo, criado nos anos 1950, é alvo de críticas por suposto elo com o capitalismo (na ideia de serviço estaria a orientação para o consumo). Melo (2007) lembra que este gênero surgiu com o advento da sociedade da informação, cujo funcionamento repousa na tomada de decisões rápidas, e observa que é mais usado nos países mais consumistas. Há entre os estudiosos do jornalismo uma corrente que considera o termo redundante, uma vez que fornecer informações ao público é função básica do jornalismo.

supermercado e com alunos de academia de ginástica (loais onde se cuida da saúde pela compra de alimentos e pela prática de atividades físicas) de Santa Catarina, Estado com a maior longevidade do país.

O trabalho de campo percebeu que, neste momento de onda do *saudável* propagada pela mídia, muitas pessoas alegam buscar a saúde, mas no fundo querem ser desejadas sexualmente. Ou seja: a busca pela saúde encobre/camufla um desejo de ser desejado sexualmente. Na maioria das vezes, esse desejo costuma ser guardado em segredo porque, pelos tabus morais, muitos consideram impuro ou indecente revelar que querem ser desejados sexualmente.

Este é um estudo que pensa a comunicação social com outras disciplinas das ciências humanas por meios de perspectiva interdisciplinar. A interdisciplinaridade “é um conceito que invocamos sempre que nos defrontamos com um problema cujo princípio de solução exige o consumo de múltiplas perspectivas” (POMBO, 2007, p. 7).

O texto está dividido em cinco seções. A primeira, em perspectiva bibliográfica, fala sobre a busca humana pela beleza. A segunda, também baseada em bibliografia, trata do sexo como tabu. A terceira detalha a metodologia do estudo. A quarta apresenta os locais do estudo de campo. A quinta mostra resultados da observação participante em supermercado e academia. O manuscrito conclui que (a) diante deste *boom* midiático sobre saúde e bem-estar, a saúde pode ser pretexto para quem, no fundo, quer ser desejado sexualmente; e (b) o cuidado sem precedentes com o corpo estimulado pela mídia torna os cidadãos alvos do biopoder.

A preocupação humana com a beleza: apontamentos bibliográficos

A preocupação com a beleza é natural em uma sociedade que valoriza a aparência e que cada vez mais se fotografa e exhibe o corpo em redes sociais. Do ponto de biológico, a beleza é fundamental à reprodução das espécies (DARWIN, 1998). No caso dos pássaros, um dos animais estudados pelo naturalista inglês, a beleza do macho influi nas escolhas da fêmea na hora de acasalar. Elas tendem a optar por parceiros de linhagens mais fortes e simétricas. Assim, pássaros de variadas espécies desenvolveram bicos maiores, plumagens coloridas, penas alongadas e cantos graves e agudos ao longo dos séculos para terem mais chance de atraírem as fêmeas.

Outras espécies têm comportamento semelhante, segundo o naturalista: a fêmea do peixe-espada gosta de machos de espadas compridas; as andorinhas preferem machos com caudas longas; os pavões com caudas mais elaboradas atraem mais parceiras; insetos e sapos também têm obsessão por tamanho, e ambos fazem som durante o período de reprodução. Tamanho e intensidade do barulho estão relacionados, e as fêmeas respondem sobretudo aos coxos mais baixos, que tendem a ser emitidos pelos machos maiores e, portanto, mais fortes, capazes de proteger a prole.

Também há nas leis da natureza descritas por Darwin (ibid) os ideais de tamanho (o macho dominante é o maior, e do tamanho derivam associações com virilidade e reprodução da espécie) e de simetria (formas equilibradas agradam mais). Para os animais, afirmava o pesquisador, a simetria é um sinal de bom desenvolvimento, resistência a parasitas, mais anos de vida e fertilidade.

No caso dos humanos, ser bonito está ligado à preocupação de nunca deixar de ser desejável sexualmente e de não ser alguém que já fora desejado sexualmente. Isso explica o fato de muitos adultos quererem se passar por

adolescentes, de muitos homens passarem horas puxando ferro nas academias (sinal de virilidade) e de a indústria da beleza crescer acima da média em muitos países (ETCOFF, 1999).

Entre os humanos, beleza e erotismo são inseparáveis e estabelecem nova ética na relação com o corpo. "A verdade é que a beleza constitui um imperativo tão absoluto pelo simples fato de ser uma forma de capital (...). Salta aos olhos que o processo de redução do corpo ao valor de permuta estética/erótica abrange tanto o masculino quanto o feminino" (BAUDRILLARD, 2008, p. 174-180).

No caso dos homens, afirma o autor, predominam a virilidade, o olho vivo, o ombro largo, o atletismo sexual. No caso da mulher, predominam as curvas, embora seja importante lembrar que o corpo feminino sempre foi confundido com a sexualidade maléfica de Eva.

O tabu do sexo: apontamentos bibliográficos

A maioria dos observados omite a busca por um corpo desejado sexualmente. Prefere falar em saúde. É natural que se omita tal desejo porque o sexo ainda é reprimido, sobretudo pela religião.

A ideia de sexo como pecado tornou-se mais evidente na Idade Média. O cristão ocidental via o corpo como um inimigo por ele ser o veículo do pecado original e de outros pecados provenientes do desejo sexual. "Ora, se, conforme pensa a Igreja, o supremo objetivo do destino humano é alcançar o céu, e se o céu só se alcança evitando os pecados, o corpo tem que ser rechaçado, mantido à distância, manietado, punido" (GULLARD, 1994, p. 8).

Para Le Goff e Truong (2006), muitas mentalidades e comportamentos da sociedade moderna foram concebidas na Idade Média, por isso ainda há em torno do sexo a ideia forte de pecado. Na perspectiva dos autores, isso se deve

ao fato de “a Igreja ter transformado o pecado original em pecado sexual” (LE GOFF; TRUONG, 2006, p. 29).

No caso do cristianismo, religião predominante em Santa Catarina, o corpo sexuado é reprimido porque está no centro do mistério cristão. A fé e a devoção ao corpo de Cristo contribuíram para elevar o corpo a uma alta dignidade, fazendo dele um sujeito da história. Mas existe outra imagem do corpo, igualmente cheia de sentido, que é a imagem do humano pecador. “Mais do que o corpo, é precisamente da carne que se fala. Assim, o desejo sexual é anguilhão da carne e a relação sexual obra da carne, comércio carnal” (GÉLIS, 2008, p. 20).

O cristianismo é a única religião na qual Deus se inscreveu na história tomando forma humana, e isso torna o corpo o eixo do mundo. “Tristemente sexuado, verminado para sempre, voltado à corrupção e encerrando em si esta alma, o corpo não pode, na melhor das hipóteses, passar de um instrumento a serviço da salvação, salvação pessoal e salvação comunitária que se confundem” (GÉLIS, 2008, p. 133).

Neste contexto, o católico encontra-se impregnado de imagens do corpo de Cristo, da Virgem Maria, dos santos mártires e dos anjos. O cristianismo se fundamenta na encarnação da divindade. Isso coloca o corpo de Cristo no centro de crenças. Todos os elementos, como os pavores, as ternuras da maternidade, os horrores do suplício, o suor de sangue na agonia, se referem diretamente à existência carnal. “Aprovado por Deus, que criou o ser humano à sua imagem, o corpo, receptáculo da alma, também é um templo apto a receber o corpo de Cristo no Sacramento da Eucaristia” (CORBIN, 2008, p. 59).

O autor lembra que o corpo pode ser visitado pelo demônio e suas tentações. Após o pecado pela concupiscência, o corpo escapa à força da vontade. Ele se manifesta fora mesmo de qualquer assentimento do ser em seu

íntimo, como mostra a automaticidade da ereção e de outras manifestações do desejo. “Portanto, é preciso dominá-lo, desapegar-se dele, e escolher o Espírito Santo a fim de liberta-se, sobretudo dos pecados do orgulho, gula e luxúria; os dois últimos sendo uma ameaça, na verdade, de que o ser humano seja relegado ao status de animal” (CORBIN, 2008, p. 60).

Na perspectiva freudiana, a religião restringe o jogo de escolha e adaptação entre sexo e felicidade (ou prazer) porque impõe seu próprio caminho à aquisição da felicidade e à proteção contra o sofrimento. “Sua técnica consiste em depreciar o valor da vida e deformar o quadro do mundo real de maneira delirante, maneira que pressupõe uma intimidação da inteligência” (FREUD, 1978, p. 147).

Para o autor, a sociedade se forma quando o macho, pela necessidade genital, viu um motivo para conservar a fêmea junto a si. A fêmea, não querendo separar-se dos filhos, viu-se obrigada, no interesse deles, a permanecer com o macho mais forte. Assim, a vida comunitária teve um fundamento duplo: a compulsão para o trabalho, criada pela necessidade externa, e o poder do amor, que faz o homem relutar em privar-se de seu objeto sexual (a mulher) e a mulher em privar-se daquela parte de si própria que dela fora separada, o filho. “Mencionaríamos então que a descoberta feita pelo homem de que o amor sexual (genital) lhe proporcionava as mais intensas experiências de satisfação, fornecendo-lhe, na realidade, o protótipo de toda felicidade, deve ter-lhe sugerido que continuasse a buscar a felicidade em sua vida seguindo o caminho das relações sexuais e que tornasse o erotismo genital o ponto central de nossa vida” (FREUD, 1978, p. 159).

Metodologia

A observação participante foi feita em supermercado e academia de ginástica de Santa Catarina. Os locais escolhidos ficam no bairro Campinas, em São José, na Grande Florianópolis. Trata-se da região mais populosa de Santa Catarina, com 1,5 milhão de habitantes, conhecida nacionalmente pelos índices de qualidade de vida. O supermercado foi escolhido porque é o local onde as pessoas compram o que vai alimentar a família. A academia foi escolhida por ser um dos locais onde as pessoas treinam o corpo.

No supermercado, a observação foi feita nos meses de agosto, setembro e outubro de 2016, durante uma das maiores crises política e econômica da história recente do país, com forte controle dos gastos, inclusive com alimentação. O período não registrou anormalidades climáticas ou afins, que pudessem causar escassez de determinados produtos (pela perda de lavouras) ou a compra em massa de certos itens (como repelente, em caso de epidemia de mosquitos). Foi uma transição tranquila do inverno à primavera.

A observação foi feita em visitas ao supermercado, às vezes duas por dia, em horários alternados, com duração média de 45 minutos. Foram 90 visitas no período (elas resultaram em 320 "situações" observadas; situações englobam diálogos entre pesquisador e pesquisado e diálogos entre pesquisados).

Para abranger a maior variedade de clientes, as visitas foram feitas em horários e em dias de semana alternados (o cliente que vai ao supermercado aos sábados costuma destoar daquele que faz compras durante a semana, assim como aquele que vai às 8h costuma ter perfil diferente daquele que vai às 21h).

O procedimento adotado foram conversas com clientes: o autor do trabalho, no papel de um consumidor comum, conversou com clientes sobre as expectativas deles em relação aos produtos; por que escolheram os itens que

estavam na cesta; quais produtos gostariam de levar e não levaram; por que não levavam; os itens que passaram a comprar em busca de uma vida saudável; que produtos foram excluídos da lista de compras ante à expectativa de uma vida longa; a reação às novidades da indústria alimentícia etc.

As conversas foram sempre no contexto da vida saudável, com foco em alimentação. Não descambaram para cuidados estéticos e produtos de beleza. Algumas duraram poucos minutos. Outras, quase uma hora.

Na academia, a observação foi feita nos meses de agosto, setembro e outubro de 2016. Trata-se de uma época do ano com alunos regulares, que demonstram preocupação com o corpo e com a saúde o ano inteiro, não apenas no verão. Foram 78 visitas no período, cada uma com duração entre 45 e 75 minutos. Elas resultaram em 250 "situações" observadas (importante registrar que o pesquisador frequenta academias há cinco anos, o que ajudou no trabalho, na interação com outros alunos, no diálogo com instrutores e afins).

Matriculado como aluno regular, o autor deste estudo treinou com outros alunos, de diferentes idades e classes sociais, durante o período analisado, procurando saber o que pensam sobre saúde, alimentação, cuidado com o corpo, vaidade, disciplina e afins. As conversas também envolveram instrutores e sócios da academia.

As visitas ocorreram em turnos alternados, para abraçar diferentes tipos de público (de manhã há um predomínio de donas de casa; à noite há presença maior de jovens que procuram ter mais músculo). Nas manhãs, além de conversas com pessoas se exercitando em esteiras e aparelhos de musculação, o pesquisador procurou assistir aos programas *Bem Estar* e *Mais Você* (a parte de receitas) com frequentadores da academia. Nesse ponto, observou-se principalmente a reação dos alunos aos conteúdos apresentados na TV.

Como complemento à observação participante em supermercado e em academia de ginástica, também foi feita observação participante na Avenida Beira Mar entre Florianópolis e São José. Trata-se do principal ponto de caminhadas e outras atividades físicas ao ar livre da Grande Florianópolis. O local foi escolhido para ajudar a entender comportamentos observados no supermercado e na academia.

A observação participante é uma técnica etnográfica, sendo frequentemente equiparada à etnografia (RESTREPO, 2010, p. 12). Esta técnica consiste no contato direto do pesquisador com o fenômeno observado, para obter informações sobre a realidade dos atores sociais em seu próprio contexto. “A ideia é que, mediante sua presença, o pesquisador pode observar e registrar de uma posição privilegiada como as coisas são feitas, quem as realizam, como e onde”. “Ser testemunha do que as pessoas fazem permite ao pesquisador compreender em primeira mão dimensões fundamentais daquilo que lhe interessa da vida social” (RESTREPO, 2010, p. 12).

Campos de pesquisa

A observação participante foi feita em dois estabelecimentos de Santa Catarina: (1) no supermercado Giassi e (2) na academia de ginástica Racer. Os dois estabelecimentos ficam no bairro Campinas, em São José, na Grande Florianópolis. Trata-se da região mais populosa do Estado, com cerca de 1,7 milhão de habitantes.

Santa Catarina foi escolhida como sede do estudo porque tem a maior longevidade do país, é reconhecida nacionalmente pela qualidade de vida de sua população e apresenta índices de desenvolvimento humano superiores aos da média nacional.

Também leva-se em conta o fato de o Estado ter sido colonizado por imigrantes europeus, sobretudo alemães, o que em alguns momentos da pesquisa ajuda a entender o afinco e a regularidade com que se dedicam a determinadas tarefas (no caso em questão, a disciplina usada para controlar a alimentação e para exercitar o corpo).

No recorte, a Grande Florianópolis foi escolhida porque, por ser a região mais rica e urbanizada do Estado, com mais possibilidade de trabalho e de estudo, reúne moradores de todas as regiões de Santa Catarina, o que fornece uma amostra da população catarinense. Também considera-se o fato de ser área litorânea, o que costuma estimular a prática de atividades físicas e o cuidado com o corpo, exposto na praia.

Por fim, a escolha se deve à conveniência do autor deste estudo, que nasceu e mora em Santa Catarina.

O (1) supermercado Giassi é frequentado por moradores de toda a Grande Florianópolis por abrigar em suas instalações, além de supermercado, casa lotérica, praça de alimentação, pet shop, salão de beleza, banca, chaveiro, relojoeiro, loja de celulares, loja de instrumentos musicais, gráfica e floricultura. Em linhas gerais, trata-se de um estabelecimento que atende majoritariamente pessoas que aparentam ser da classe média.

A rede nasceu em 1960, em Içara, no litoral sul do Estado. No momento deste estudo, tinha 14 lojas em Santa Catarina, com 5,5 mil funcionários e 30 mil itens à venda. Em faturamento, o Giassi era o 22º maior supermercado do país, o quinto da região Sul e o segundo de Santa Catarina.

A loja de São José foi escolhida pela movimentação de clientes (há 46 caixas, o que dá a ideia do movimento), pela variedade de produtos (há fatura em todos os gêneros alimentícios, de frutas a utilidades para o lar), pela

infraestrutura (abre diariamente das 8h às 22h), pela localização (por estar em área populosa, recebe clientes de todas as classes sociais, principalmente da classe média) e pela proximidade com a residência do pesquisador (facilidade para deslocamento).

Há outras duas lojas Giassi na Grande Florianópolis: no bairro Barreiros, em São José, e no bairro Pagani, em Palhoça. O slogan da rede é “pequenos preços, grandes amigos”. A missão é “comercializar produtos com qualidade diferenciada para satisfação dos clientes e expansão dos negócios”.

O Giassi de Campinas é o maior supermercado da Grande Florianópolis em tamanho. Em número de lojas perde para o supermercado Imperatriz, seu maior concorrente, com seis unidades na região (considerando a área continental de Florianópolis, São José e Palhoça).

O supermercado foi escolhido porque é onde a maior parte das pessoas decide o que vai comer no café, no almoço, no lanche e na janta. É impossível pensar a saúde da população dissociando-a da alimentação. Afinal, desde Hipócrates se diz que “a saúde começa pela boca” e que “o homem cava a própria sepultura com os dentes”.

A (2) academia Racer é uma das mais tradicionais da Grande Florianópolis. Foi criada nos anos 1980. Tornou-se referência pela regularidade do negócio e pelas modalidades de treino, como musculação, natação, ginástica, bike indoor, dança aeróbica e artes marciais: são 26 modalidades na unidade Trindade, em Florianópolis, e 10 na unidade Campinas, em São José, local da pesquisa.

A variedade de modalidades dá à academia um corpo de alunos com biotipos, idades e expectativas diferentes em relação ao treino: há quem queira emagrecer, ganhar massa muscular, melhorar o condicionamento físico, definir o corpo, aliviar o estresse, perder gordura localizada, praticar arte marcial etc.

A unidade Campinas tem um fluxo médio de 500 alunos por dia, com elevação nos meses de verão. São 15 instrutores. O público majoritário é de classe média. Há, porém, uma pequena parcela de alunos com alto poder aquisitivo, que dispensam os instrutores da academia e fazem exercícios com *personal trainer*, também há uma pequena parcela de alunos com baixo poder aquisitivo, que frequentam o local entre 13h e 16h, quando o preço da mensalidade tem desconto de quase 50%.

A escolha da unidade Campinas se deveu ao perfil do público, ao horário de funcionamento (das 6h às 24h) e à proximidade com a residência do pesquisador.

A academia foi escolhida porque é o local onde as pessoas exercitam o corpo, procurando melhorá-lo em saúde ou aparência. É impossível pensar em saúde e bem-estar considerando apenas a alimentação; é preciso considerar a atividade física.

Resultados da pesquisa: a observação participante

Entre os observados, a saúde costuma ser o principal pretexto de quem se dedica com afinco ao controle da alimentação e à atividade física. Mas por trás desse comportamento pode haver outro objetivo: ser desejado sexualmente. Trata-se de um objetivo que se costuma guardar em sigilo. Afinal, luxúria é pecado.

A observação de campo sugere que, especialmente entre os mais jovens, há uma associação entre saúde e beleza, um dos requisitos à atração sexual. Isso pode ser visto em categorias como *norma*, na qual se vê que chamar o outro de magro é uma forma de elogio e que magreza é sinônimo de beleza, e *comida*

eficiente, na qual nota-se que os benefícios do alimento à boa forma do corpo vêm antes do sabor e do prazer à mesa.

Nas academias, onde o cuidado com o corpo é explícito e onde observa-se mais claramente a diferença entre o pretexto da saúde e a busca da beleza, há pelo menos cinco situações que poderiam endossar esta ideia.

A primeira está na intenção dos alunos: embora a academia não seja mais lugar só de marombeiros, e embora cada vez mais seja frequentada por pessoas que querem fazer atividade física com ajuda de profissionais da área, a busca por um corpo bonito ainda é o principal estímulo de quem se matricula, segundo gestores, instrutores e *personal trainers* ouvidos ao longo deste trabalho.

A segunda está na escolha dos treinos: sobretudo entre os mais jovens (em idade de acasalamento, portanto), mulheres procuram treinar em aparelhos que prometem, nessa ordem, bumbum duro e coxas volumosas (no estabelecimento pesquisado, há filas de mulheres nesses aparelhos); e homens procuram aparelhos que prometem, nessa ordem, bíceps fortes e peitos bem desenhados (trata-se de dois sinais de virilidade, o que conta pontos no ritual de acasalamento).

A terceira tem a ver com a época do ano: o movimento na academia aumenta meses antes do verão. A maioria dos que se matriculam nesta época diz abertamente que quer estar “com o corpo em dia para o verão”. Significa que quer exibi-lo em trajes mínimos na praia. Entre os alunos regularmente matriculados, a frequência de treino aumenta no verão, supostamente pelos mesmos motivos.

A quarta refere-se à vaidade observada: em teoria, os espelhos que cobrem as paredes da sala de ginástica servem para que o aluno observe a postura do corpo durante o exercício. Na prática, porém, lembram Narciso,

aquele que acha feio o que não é espelho: as mulheres frequentemente se olham em poses sensuais; os homens se olham em poses que remetem à virilidade. A maioria tira fotos e compartilha nas redes sociais.

A quinta tem a ver com o dia da semana: em muitos casos, o dia mais concorrido da academia é nas noites de sexta-feira e sábado. É que os alunos, sobretudo os rapazes, querem treinar nesses dias e horários para estarem com braços e peitos inchados e impressionarem na balada, onde costuma ser iniciado o ritual de acasalamento.

Considerações finais

A preocupação com a saúde não começa em nossos dias, na esteira de programas de TV sobre saúde e bem-estar. Mas não se pode negar que atualmente há uma atenção midiática sem igual em torno deste tema, o que reflete na população.

Esta atenção midiática ao tema saúde desperta na audiência uma vontade ou uma sensação de necessidade de cuidar do corpo. Em muitos casos, como se verificou na observação participante, a saúde é pretexto para quem, no fundo quer ser desejado sexualmente. Muitos não falam que querem ser desejados sexualmente porque o sexo, apesar de todos os avanços propiciados pelos estudos e políticas de gênero, ainda é uma tema com certo grau de tabu.

Por outro lado, o cuidado com o corpo estimulado pela mídia torna os cidadãos alvos do biopoder (FOUCAULT, 2012). Biopoder é uma forma de governar a vida posta em prática a partir do século 17 que busca criar corpos economicamente ativos.

O biopoder divide-se em dois eixos: *disciplina* (governo do corpo dos indivíduos) e *biopolítica* (governo da população como um todo).

A *disciplina*, a partir do século 17, centrou-se no corpo como máquina. Focava seu adestramento. Agia na ampliação de suas aptidões, na extorsão de suas forças, no crescimento paralelo de sua utilidade e docilidade, na sua integração em sistemas de controle eficazes e econômicos.

A *biopolítica*, a partir da segunda metade do século 18, centrou-se no coletivo. Ou, como define o autor, no corpo transpassado pela mecânica do ser vivo como suporte dos processos biológicos; no controle da proliferação, dos nascimentos, da mortalidade, do nível de saúde, da duração da vida, da longevidade com todas as condições que podem fazê-los variar.

O sexo é o ponto que liga este dois eixos. “O sexo é acesso, ao mesmo tempo, à vida do corpo e à vida da espécie. Servimo-nos dele como matriz das disciplinas e como principio das regulações”. “De um polo a outro dessa tecnologia do sexo escalona-se toda uma série de táticas diversas que combinam, em proporções variadas, o objetivo da disciplina do corpo e o da regulação das populações” (FOUCAULT, 2012, p. 159).

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**; tradução de Artur Morão. Lisboa, Edições 70, 2008

CORBIN, Alain. **A influência da religião**. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. História do corpo: da revolução à grande guerra; tradução de João Batista Kreuch e Jaime Clasen. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2008

DARWIN, Charles. **La expresión de las emociones en los animales y en el hombre.**

Madri: Alianza, 1998

ETCOFF, Nancy. **A lei do mais belo: a ciência da beleza.** Rio de Janeiro: Objetiva,

1999

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber;** tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 22. ed. Rio de

Janeiro: Graal, 2012

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização;** tradução de José Octácio de Aguiar Abreu. São Paulo: Abril Cultural, 1978 (Os pensadores)

GÉLIS, Jacques. **O corpo, a igreja e o sagrado.** In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História do corpo: da Renascença às luzes.** 5 ed.

Petrópolis: Vozes, 2012

GULLAR, Ferreira. **Prefácio.** In: DANTAS, Hélio (org). **Pensando o corpo e o movimento.** Rio de Janeiro: Shape, 1994

HABERMAS, Jürgen. **Comunicação, opinião pública e poder.** In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural.** 4. ed. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1978

LE GOFF, Jacques; TRUONG, Nicolas. **Uma história do corpo na Idade Média;** tradução de Marcos Flamino Peres. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006

MELO, José Marques. **Gêneros de comunicação massiva.** São Bernardo do Campo: Metodista, 2007



revista
Observatório

ISSN nº 2447-4266

Vol. 5, n. 6, Outubro-Dezembro. 2019

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2019v5n6p152>

POMBO, Olga. **Epistemologia da Interdisciplinaridade**. Conferência proferida no Colóquio Interdisciplinaridade, Humanismo e Universidade, promovido pela Cátedra Humanismo Latino, Porto, 2007

RESTREPO, Eduardo. **Técnicas etnográficas**. In: Especialización en Métodos y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. Fucla, 2010