

O Corpo na Mídia

O discurso da saúde e a estética corporal contemporânea

Regina Célia Amadeu da Costa*

Resumo: Este trabalho propõe explorar a relação saúde-cultura e sua influência na estética corporal contemporânea, a partir das orientações dos especialistas em saúde, publicadas pela mídia impressa.

Palavras-chave: corpo, mídia, saúde

A partir da segunda metade do século XIX, ganha força, nas sociedades urbanas industrializadas, a idéia do corpo como objeto passível de aprimoramento e transformação. O discurso do ideal estético contemporâneo, apoiado em imagens de corpos jovens, magros e firmes tem no argumento da saúde e da qualidade de vida um forte aliado.

É cada vez mais freqüente a presença de especialistas de saúde dando entrevistas ou escrevendo artigos sobre doenças, síndromes, riscos de todos os tipos, envolvidos com o ganho de peso e a falta de exercícios físicos.

A educação para a construção de um corpo saudável é propagada por especialistas como médicos, nutricionistas, educadores físicos, ou outros e a mídia acolhe estes profissionais como sua porta voz. As entrevistas e depoimentos publicados em revistas e jornais de grande circulação, chega a assustar qualquer pessoa, tamanha a veemência com que apontam os riscos à saúde relacionados com o comportamento pessoal. Parece até que a culpa é nossa se ficamos doentes, envelhecemos ou até morremos. O caminho natural da vida é colocado sob suspeita.

Hoje só envelhece, engorda ou fica doente quem quer ou quem não se cuida e o “desleixo” com o corpo é quase uma vergonha mortal, como há séculos atrás se consideravam os pecados nas tradições religiosas.

É necessário entender este processo a partir dos desdobramentos da globalização econômica.

Como aponta Giddens (1997), as identidades tradicionais estão em declínio, devido ao impacto pluralizante da alta modernidade.

* aluna do 2º semestre do Mestrado em Moda, Cultura e Arte – SENAC / SP

...a influência de acontecimentos distantes sobre eventos próximos, e sobre as intimidades do eu, se torna cada vez mais comum. A mídia impressa e eletrônica obviamente desempenha um papel central. A experiência canalizada pelos meios de comunicação, desde a primeira experiência da escrita, influencia tanto a auto-identidade, quanto a organização das relações sociais.

Para Bueno (2005), com a globalização a especificidade cultural enfraquece, mas o corpo, enquanto signo da construção da identidade carrega e expõe as marcas da distinção social. Uma das marcas desta distinção relaciona o sucesso à magreza e à firmeza dos corpos, signos característicos da juventude.

Como consumidores globais, somos todos consumidos pelos nossos desejos. O mundo se transformou em uma vitrine de infinitas possibilidades de consumo, sendo o corpo uma de suas mercadorias e paradoxalmente, um dos seus principais consumidores.

Segundo Castro (2003), assim como podemos considerar a beleza como um valor associado à civilização, o culto ao corpo é aspecto intimamente ligado à constituição do moderno. A autora aponta a década de 20 como um marco histórico na construção do novo ideal físico, onde o cinema foi um dos grandes responsáveis por esse processo, que atravessa o século XX e se estabelece com toda força nos anos 80.

Nos anos 80, a corporeidade ganha vulto nunca antes alcançado, em termos de visibilidade e espaço na vida social. As práticas físicas passam a ser mais regulares e cotidianas... A atual preocupação com a forma e o volume dos corpos está relacionada à importância que a dimensão estética e a questão da imagem ocupam, que se reflete nos impressionantes números das indústrias cosméticas e cirúrgias plásticas...

Existem grandes interesses econômicos sustentando este quadro: o emagrecimento gerou um negócio bilionário. Conforme cita Lipovetsky (2000),

*A magreza tornou-se um mercado de massa. Nos Estados Unidos, as indústrias de regime realizaram, em 1989, faturamento de 33 bilhões de dólares e estadias em clínicas especializadas renderam cerca de 10 bilhões de dólares. A hora é dos preparados dietéticos hipocalóricos, dos substitutos de refeições e outros tira-fome. Na França, contam-se cerca de 5 mil referências de produtos leves, e 1500 novos produtos **light** são lançados todo ano no mundo. No fim dos anos 80, quase 100 milhões de americanos consumiam produtos **light**; estes ocupam atualmente 10% do*

mercado alimentício nos principais países europeus. Em 1993, 40% das francesas queriam emagrecer, das quais 70% por razões estéticas.

*Nos Estados Unidos, 75% das mulheres se consideram muito gordas, tendo seu número duplicado durante os anos 70 e 80. Enquanto Sylvester Stallone declara no **Time** que gosta das mulheres de aparência “anoréxica”, vê-se uma proporção não desprezível de americanas afirmar que o que mais temem no mundo é engordar.⁵*

O controle do corpo pode ser profundamente entendido a partir da obra de Foucault (1979),

O domínio, a consciência de seu próprio corpo, só pode ser adquirido, pelo efeito do investimento do corpo pelo poder: a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular, a nudez, a exaltação do belo corpo...tudo isso conduz ao desejo de seu próprio corpo através de um trabalho insistente, obstinado, meticuloso, que o poder exerceu sobre o corpo das crianças, dos soldados, sobre o corpo sadio.

Essa pesquisa propõe estudar o discurso dos especialistas em saúde, na mídia impressa contemporânea, analisando até que ponto o discurso biológico está contaminado pela cultura e pelos jogos de poder das sociedades contemporâneas.

O recorte empírico abarca análise de textos de especialistas da saúde publicados na mídia impressa e entrevistas com profissionais.

Bibliografia:

BUENO, M.L. e CASTRO, M.L. *Corpo, território da cultura*. São Paulo, Annablume, 2005.

CASTRO, A.L. *Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo*. São Paulo, Annablume, 2003.

GIDDENS, A. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2002.

LYPOVETSKY, G. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1979.

Regina Célia Amadeu da Costa

Graduada em Nutrição pela Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (USP)

Especialização em Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP

Especialização em Transtornos Alimentares pela UNIFESP

Nutricionista do Grupo de Transtornos Alimentares da UNIFESP (PROATA)

Aluna do Mestrado em Moda, Cultura e Arte do SENAC – SP (2º semestre)