



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTs DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO

O sujeito-empresa da sociedade contemporânea: anotações de uma pesquisa¹

Julio Cesar Sanches²

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo:

O presente trabalho tem como objetivo explorar os aspectos teóricos que fundamentam a pesquisa de doutorado “Empreendedorismo de si: corpo, saúde e estilos de vida nas páginas da revista Boa Forma”. Acreditamos que na contemporaneidade o neoliberalismo produz sujeitos-empresas e compreende as dimensões do corpo e da saúde como investimentos necessários para o empreendedorismo de si. Pressupomos que a revista Boa Forma propaga discursividades direcionadas às constantes modulações dos corpos e das subjetividades num ambiente pós-disciplinar.

Palavras-chave: neoliberalismo; corpo; saúde; empreendedorismo de si; revista Boa Forma.

Da disciplina ao desempenho:

Da segunda metade do século XX até a contemporaneidade, houve uma revolução nos modos de lidar com o corpo e a saúde na sociedade ocidental. Michel Foucault, em entrevistas dadas na década de 1970, apontou a falência das técnicas e das instituições de adestramento dos corpos oriundas da sociedade disciplinar. Segundo Foucault:

Nesses últimos anos, a sociedade mudou e os indivíduos também; eles são cada vez mais diversos, diferentes e independentes. Há cada vez mais categorias de pessoas que não estão submetidas à disciplina, de tal forma que somos obrigados a pensar o desenvolvimento de uma sociedade sem disciplina (2015, p. 262).

A lógica do poder na modernidade, estudada por Foucault, era baseada nas estratégias de “controle-repressão” - nas escolas, nas prisões, nos exércitos, nos manicômios e nas fábricas -, mas no contemporâneo, os efeitos do poder sobre o corpo estariam sendo exercidos pelo estabelecimento

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 06 - Comunicação, Consumo e Subjetividade, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior (CAPES). sanches.julius@gmail.com



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

da ideia de um “controle-estimulação”. O estímulo caracterizaria uma ruptura com os ditames da sociedade disciplinar rumo a novas formas nas relações de poder e saber. “Fique nu...mas seja magro, bonito e bronzeado” (2013, p. 236), sentenciou o filósofo francês ao exemplificar as transformações corporais que estariam ocorrendo com a crise da sociedade disciplinar.

O diagnóstico realizado por Michel Foucault, à primeira vista, decretava o surgimento de uma certa autonomia do corpo diante das antigas técnicas que outrora o adestraram.

A autonomia e a consciência do próprio corpo só puderam ser adquiridas pelo efeito do investimento do corpo pelo poder: a ginástica, os exercícios, as dietas, o desenvolvimento muscular, a nudez, a exaltação do belo corpo; tudo isso conduziu ao desejo do próprio corpo por meio de um trabalho insistente, obstinado, metucioso, que o poder exerceu sobre o corpo das crianças, dos soldados, sobre o corpo sadio (FOUCAULT, 2013, p. 235).

O processo de disciplina do corpo, tão bem articulado nas instituições modernas, passou então a se configurar em um novo cenário sociocultural e econômico. Seguindo esse rastro deixado por Michel Foucault, o filósofo Gilles Deleuze, na década de 1990, afirmou que, desde o fim da segunda guerra e nas décadas seguintes, a sociedade ocidental estava passando por um conjunto de transformações que faziam surgir um novo modelo nas relações de poder e saber. Categoricamente, Deleuze (1992) afirma que “são *as sociedades de controle* que estão substituindo as sociedades disciplinares” (p. 224).

Deleuze (1992) diz que o controle é o novo modelo de gerenciamento das relações de poder e saber na sociedade contemporânea. Caracterizado pelo avanço das tecnologias digitais, o controle foi estabelecido pela dissolvência das técnicas e práticas que agiam de forma mais intensa nos corpos. A sociedade de controle se caracteriza pelo controle incessante em espaços abertos (redes telemáticas e informáticas, por exemplo) e de fácil comunicação (redes sociais). Criando uma analogia, Deleuze diz que as sociedades disciplinares funcionavam a partir de *moldes* em espaços de confinamento, enquanto que as sociedades do controle são gerenciadas pelas *modulações* em espaços abertos.

As modulações da sociedade de controle produzem, em larga escala, um conjunto de transformações sociotécnicas baseadas na crise das instituições disciplinares. Com isso, há uma nova ideia-síntese que governa as relações de poder e saber na contemporaneidade: essa ideia é a empresa. Para exemplificar as diferenças entre as sociedades disciplinares e as sociedades de controle, Deleuze (1992) esboça a seguinte análise: “Os indivíduos tornaram-se ‘dividuais’, divisíveis, e as massas



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

tornaram-se amostras, dados, mercados ou ‘bancos’” (p. 226). Essa é a noção de que os espaços de confinamento ruíram e que as tecnologias da comunicação construíram um mundo informatizado, acelerado e de constante mudança, tornando também os sujeitos cada vez mais moduláveis.

Gilles Deleuze (1992) se esforçou em demonstrar como o capitalismo contemporâneo, a partir do avanço das tecnologias da comunicação, foi desenvolvendo táticas de “controle-estímulo” em relação aos corpos e sujeitos. O autor afirma que nas sociedades de controle nunca se termina nada e que há uma coexistência de forças que gerenciam constantemente a vida por meio de desafios, por sistemas de premiação, por uma educação continuada, por tratamentos constantes, por sistemas de competitividade e mérito, que tornam a lógica empresarial e financeira um estandarte do *modus vivendi*. Ou seja, o discurso empresarial de gerenciamento ganha espaço e se torna referência nas relações de poder e saber da contemporaneidade.

Em linhas gerais, “a sociedade do século XXI não é mais a sociedade disciplinar, mas uma sociedade de desempenho. Também seus habitantes não se chamam mais ‘sujeitos da obediência’, mas sujeitos de desempenho e produção. São empresários de si mesmos” (HAN, 2015, p. 23).

Byung-Chul Han (2015) compreende que, das ruínas da sociedade disciplinar, o poder fez surgir um excesso de positividade e tornou os sujeitos contemporâneos signatários da infinitude do poder. Ele afirma:

O poder ilimitado é o verbo modal positivo da sociedade de desempenho. O plural coletivo da afirmação *Yes, we can* expressa precisamente o caráter de positividade da sociedade de desempenho. No lugar da proibição, mandamento ou lei, entram projeto, iniciativa e motivação (2015, p. 24).

Essas alterações nas relações de poder foram fundamentais para a compreensão de que os corpos também são moduláveis. Não há mais um modelo estético rígido a seguir, mas sim uma ampla oferta de possibilidades de ser (lógica mercadológica e de segmentação). Essa mudança se sustenta na compreensão do corpo como um rascunho, como uma instância nunca acabada e sempre colocada em ação. Além disso, o corpo da sociedade contemporânea difere do corpo moderno por mobilizar outras estratégias do poder. Um dos pressupostos mais evidentes desse fenômeno se relaciona com a fabricação do empenho na aderência aos estímulos suscitados nos sujeitos. Ou seja, são os próprios sujeitos que aderem voluntariamente às técnicas e às tecnologias que controlam e estimulam os corpos e desejos.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

O sujeito-empresa: investimentos em subjetividades:

Essa transformação do sujeito em empresa é pertinente quando percebemos que reside na positividade do poder sobre o corpo o regime das incessantes modificações.

Desde algumas décadas, o foco do sujeito deslocou-se da intimidade psíquica para o próprio corpo. Hoje, o eu é o corpo. A subjetividade foi reduzida ao corpo, a sua aparência, sua imagem, a sua *performance*, a sua saúde, a sua longevidade. (...) É verdade que já não estamos diante de um corpo docilizado pelas instituições disciplinares, como há cem anos, corpo estriado pela máquina panóptica, o corpo da fábrica, o corpo do exército, o corpo da escola. Agora cada um se submete voluntariamente a uma ascese, seguindo um preceito científico e estético (PELBART, 2013, p. 27).

Evidentemente, esse cenário das relações de poder e saber da contemporaneidade produz sujeitos que acreditam viver em um momento de ampla liberdade e de infinitas possibilidades. É por isso que Deleuze (1992) alerta que “não se deve perguntar qual é o regime mais duro, ou mais tolerável, pois é em cada um deles que se enfrentam as liberações e sujeições” (p. 224). O que nos resta é compreender quais são os jogos de poder implicados na lógica do desempenho desses sujeitos-empresas.

A sujeição do corpo na contemporaneidade possui características que implicam necessariamente no funcionamento da sociedade neoliberal. O neoliberalismo, exercendo o papel de sustentação de todas as relações sociais, econômicas e políticas, racionaliza o sujeito a ponto de subjetivar a competitividade, o autocontrole, a busca desenfreada pelo alto rendimento e por conquistas. Reforçando a ideia de que existe uma modulação neoliberal atuando no controle-estímulo dos sujeitos contemporâneos, Pierre Dardot e Christian Laval afirmaram em entrevista:

É o sujeito que se relaciona consigo próprio durante toda a sua vida sob o modo da autovalorização como um capital; algo como o capital feito sujeito. Não estamos lidando, portanto, com uma extensão da lei do valor que seria como que transposta para a esfera subjetiva depois de haver dominado a esfera da produção material. Pois essa forma singular de subjetivação não advém do processo espontâneo de automovimento do capital, mas de dispositivos práticos de produção de uma “subjetivação contábil e financeira”, tais como os dispositivos da performance e da avaliação (ANDRADE; OTA, 2015, p. 292-294).

O posicionamento de Pierre Dardot e de Christian Laval implica necessariamente na reflexão de que o capitalismo contemporâneo, assumido pela face do neoliberalismo, produziu, em ampla



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

escala, um intrincado projeto de subjetivação do sujeito como uma empresa. Eles pontuam de uma forma mais direta:

Na verdade, o que aconteceu é que a empresa se tornou progressivamente a norma pela qual o indivíduo deve se fazer sujeito: cada um é chamado a agir como uma empresa de si mesmo, o que não se faz sem envolver certo tipo de relação com os outros – a saber, uma relação de concorrência (ANDRADE; OTA, 2015, p. 293).

Concorrência, competitividade, produção, rendimento, performance, autocontrole, gerenciamento, empreendedorismo, projeção, prospecção, inovação, motivação etc. A linguagem neoliberal, presente nos processos de subjetivação do sujeito contemporâneo, produz um cenário baseado na busca pelo sucesso e autorrealização, colocando as diferentes dimensões da vida sob rascunho. A ideia da vida como uma potência inacabada dialoga diretamente com os imperativos de um constante processo de aperfeiçoamento, tal como alertava Gilles Deleuze ao falar da sociedade de controle (1992).

A busca incessante pelo aperfeiçoamento não se restringe às dimensões de um capital econômico ou financeiro. Pelo contrário. Em nosso trabalho, por exemplo, acreditamos que esse fenômeno neoliberal do sujeito-empresa toma para si também a dimensão do cuidado com o corpo e a saúde como condição *sine que non* da vida contemporânea. Em outras palavras, pressupomos que, para pensar os jogos de poder e saber que envolvem as mutações do sujeito em empresas, é imprescindível compreender quais estratégias são produzidas pelos corpos para manter em curso a dinâmica do investimento de si.

O ato de investir pressupõe que exista tempo, recursos, estratégias e esforços para a obtenção de algo. Esse processo de investimento econômico é análogo quando utilizamos o debate sobre o cuidado com o corpo e a saúde na sociedade contemporânea. Partimos da dinâmica de que o sujeito neoliberal é um sujeito-empresa, logo é necessário formar um capital baseado no acúmulo de investimentos. No que diz respeito aos cuidados com o corpo, será importante fixar a ideia de que esse corpo necessita de um conjunto infinito de investimentos para gerenciar a vida. Em sentido estrito, a lógica do investimento torna o próprio corpo um capital modulável e capaz de empreender.

Em “*Adeus ao corpo: antropologia e sociedade*”, o antropólogo francês David Le Breton (2003) considera que o corpo contemporâneo é compreendido como um rascunho, como uma peça pronta para ser alterada pelos imperativos biotecnológicos e de mercado. Como consequência disso, o



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

autor ainda afirma que existe uma convocação do sujeito para que faça parte desse processo constante de alteração do seu próprio corpo. Ele diz que “o homem contemporâneo é convidado a construir o corpo, conservar a forma, modelar a aparência, ocultar o envelhecimento ou fragilidade, manter sua ‘saúde potencial’” (LE BRETON, 2003, p.30).

Le Breton (2003) torna evidente o imperativo do cuidado com o corpo e a saúde na contemporaneidade. Apesar disso, devemos compreender que tal fenômeno possui raízes históricas bem definidas, principalmente no que diz respeito ao declínio do modelo disciplinar e ao fortalecimento dos elementos do atual modelo de sociedade: serviços, consumo e constituição de mercados. Seguindo esse entendimento, conseguimos identificar transformações em relação aos corpos e aos poderes, tal como afirma o historiador e sociólogo Georges Vigarello:

Não há dúvidas de que essa figura tem origem histórica e coletiva: o advento de uma sociedade de serviços, a propaganda do consumo, a dependência do indivíduo a “círculos” sempre mais diferentes da vida social estimularam sua aparente autonomia, sua “deslocalização”, enquanto se aceleravam as mobilidades e os mercados. Uma intensa personalização do parecer se impôs como fenômeno de massa e também em princípio imediato de valorização (VIGARELLO, 2006, p. 182).

Esse sujeito-empresa contemporâneo (gestor de si e de seus hábitos) é fruto de mudanças que tornaram o investimento no corpo uma importante instância das relações sociais no ambiente neoliberalista. Ou seja, a aparência saudável do corpo contemporâneo triunfa diante de um modelo clássico de interioridade psíquica que outrora caracterizava o sujeito moderno. Assim sendo, “a interioridade do sujeito é um constante esforço de exterioridade, reduz-se à sua superfície” (LE BRETON, 2003, p. 29).

É na palavra-chave da exterioridade que os investimentos realizados no corpo e na saúde se materializam. A relação entre consumo (de bens e serviços) e investimento proporcionada pelo ato consumidor dá a tônica do planejamento, do empreendimento, da administração e do gerenciamento da vida. Acreditamos que, ao falarmos em investimentos, deduzimos a existência de um desejo desse sujeito-empresa em formar um capital (seja ele simbólico ou material) a ser inserido numa escala de competitividade, de hierarquização e diferença em relação aos demais. E esse desejo não se inscreve na ideia de liberdade. Pelo contrário, ele - o desejo - se situa no âmago da própria lógica de consumo



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

neoliberalista. É por esse motivo que Gilles Deleuze denuncia que “o marketing é agora o instrumento de controle social” (1992, p. 228).

Assistido pelo poder de processamento do instrumento digital, o novo capitalismo metaboliza as forças vitais com uma voracidade inaudita, lançando e relançando ao mercado, constantemente, novas formas de **subjetividade** que serão adquiridas e de imediato descartadas pelos diversos *targets* aos quais são dirigidas, alimentando uma espiral de consumo de **modos de ser** em aceleração crescente (SIBILIA, 2002, p. 33) (destaques da autora).

A formação de mercados internacionais (segmentados) baseados no cuidado com o corpo e a saúde não é recente. Apesar disso, no neoliberalismo contemporâneo, essa circulação de bens e serviços voltados para o sujeito-empresa acarreta também o fortalecimento de fenômenos como o culto ao corpo, o individualismo, o narcisismo e o hedonismo do século XXI. Esses fenômenos se cruzam em diferentes momentos da história.

É pertinente exemplificar o momento histórico em que, nos EUA, as práticas de cuidado com o corpo passam a configurar um amplo mercado de embelezamento. O antropólogo Jean Jacques-Courtine, ao examinar a massificação de determinadas práticas de cuidado com o corpo, compreende que nas últimas décadas do século XX houve uma crescente cultura da aparência. Segundo o autor, isso foi sendo alicerçado pela constituição da chamada “indústria do músculo”.

Os anos 80 conheceram um desenvolvimento considerável do mercado do músculo e do consumo de bens e serviços destinados à manutenção do corpo. Impérios industriais, com atividades diversificadas, ocuparam esta fatia do mercado relativa ao ferro, às vitaminas e ao suor, produzindo tanto aparelhos de musculação, quanto suplementos nutricionais, ou ainda publicando revistas especializadas sobre a boa forma, a saúde, os regimes alimentares e o desenvolvimento corporal (COURTINE, 2002, p. 84).

A presença dos mercados constituídos pelo capitalismo neoliberal reforça a tese deleuziana de controle. O exemplo dado por Jean-Jacques Courtine é importante por revelar que o surgimento da segmentação dos serviços e bens de consumo voltados ao cuidado com o corpo estava sendo gerenciado por uma ampla rede de empresas e indústrias forjadas e desenvolvidas no seio de uma cultura pop estadunidense. Apesar disso, os contornos dos fenômenos que envolvem o cuidado com o corpo na cultura contemporânea passaram a ter uma escala globalizada.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

No caso do Brasil, a historiadora Denise Bernuzzi de Sant'Anna (2014) identifica que a chegada do fenômeno do cuidado com o corpo e a saúde, a partir de uma lógica de autogestão, ocorreu ainda na década de 1980. Ela afirma:

Desde a década de 1980, melhorar a aparência ganhou um aspecto claramente empresarial nos conselhos de beleza, na publicidade de cosméticos, alimentos e produtos para a boa forma: era necessário identificar as oportunidades para otimizar a performance física, conceber o corpo como um ente carente de investimentos e, ao mesmo tempo, um campo muito propício para realizá-los (SANT'ANNA, 2014, p. 181).

Assim como Jean-Jacques Courtine (2004), Denise Bernuzzi de Sant'Anna (2014) também examina essa dimensão marcadamente histórica da presença de uma ampla constituição de mercados segmentados para o cuidado com o corpo e a saúde. Um dos aspectos caros à pesquisa que estamos desenvolvendo é exatamente o surgimento de publicações e mídias direcionadas ao público consumidor das “indústrias do músculo”.

O dispositivo da Boa Forma:

Em 1986, foi lançada a primeira edição da revista brasileira Boa Forma. Publicada pela Editora Azul e dedicada ao esporte, o antigo suplemento da revista Saúde tornou-se uma das revistas de maior longevidade do gênero em circulação no país. Atualmente, direcionada para as discussões de saúde e beleza, as páginas da revista Boa Forma já traziam naquela época uma instigante preocupação com o corpo e a aparência. Dietas, exercícios físicos, técnicas de emagrecimento e cosméticos compuseram (e ainda compõem) a marca editorial desta publicação.

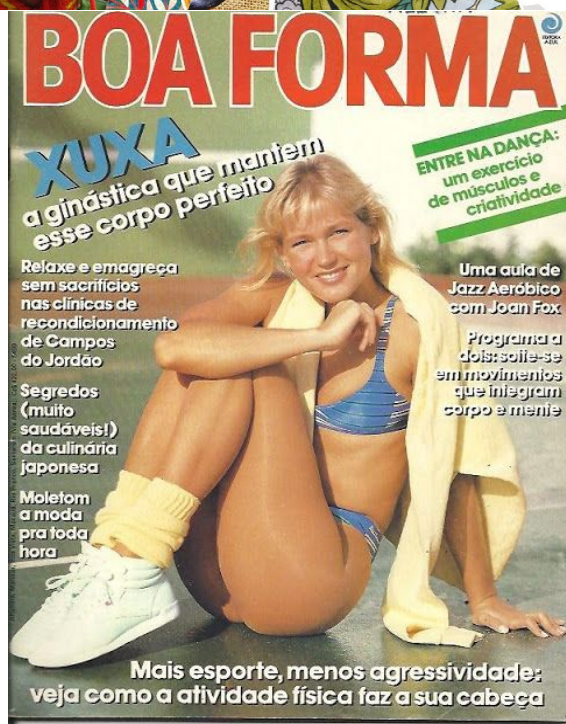
Publicada posteriormente pela Editora Abril, a fama da Boa Forma foi conquistada graças à fórmula que associava a imagem de celebridades femininas brasileiras, com seus respectivos estilos de vida, às recomendações de cuidado com o corpo e a saúde.

A historiadora Denise Bernuzzi (2014) demonstra que havia, nas últimas décadas do século XX, no Brasil, um apelo à beleza esportiva e uma ampliação de atividades físicas no ambiente público. Bernuzzi afirma que “malhar o corpo em academias, parques, grandes avenidas, condomínios fechados e praias modificou o antigo imaginário dos clubes. Muito do que era feito dentro deles escapou para outros espaços” (2014, p. 157).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO



Capas da revista Boa Forma na década de 1980

A análise de Denise Bernuzzi (2014), no livro "*História da beleza no Brasil*", demonstra o surgimento de uma ampla rede midiática influenciada fortemente pela cultura pop norte-americana. A existência de uma cultura midiaticizada voltada ao culto ao corpo, nas últimas décadas do século XX, no Brasil, aponta para a complexa relação entre o mercado (global e local), o consumo neoliberal e as estratégias da sociedade de controle.

A longevidade da revista Boa Forma, por exemplo, que completou trinta anos em 2018, nos incita a questionar quais foram as estratégias do poder e saber que fizeram do corpo e da saúde temas importantes para o público leitor brasileiro. Em nossa pesquisa, partimos do pressuposto de que a revista Boa Forma exerce a função de um dispositivo foucaultiano acerca do corpo e da saúde. Nosso entendimento é de que a revista se constitui como uma ferramenta capaz de intuir nos sujeitos-empresas um agenciamento sobre as temáticas abordadas por ela. É nesse sentido que consideramos que essa publicação remete a uma lógica de “dispositivo da saúde” no Brasil.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Os teóricos contemporâneos evidenciam que a expressão desse fenômeno de capitalização do corpo e da saúde sobrevive, em certa medida, dos meios de comunicação de massa e das redes sociais – sendo essas últimas usadas como ferramentas de circulação dos discursos e práticas que sustentam o empreendedorismo de si. Esses instrumentos são compreendidos como vetores que produzem subjetividades e corpos através da lógica de “recomendação”, por meio dos discursos de autoridades científicas e também do apelo das imagens. É assim que os meios assumem o papel de dispositivos de “controle-estimulação” do fenômeno ocidental de empreendedorismo de si.

Explicando o conceito de “dispositivo” elaborado por Michel Foucault, o filósofo italiano Giorgio Agamben destaca que dispositivo é “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes” (AGAMBEN, 2009, p. 40). Nesse sentido, os meios de comunicação de massa exercem o papel de dispositivos, tal como conceitua Agamben. A revista Boa Forma, por ser uma publicação que difunde discursos sobre o cuidado com o corpo e a saúde, exerce notadamente essa função de dispositivo.

Em linhas gerais, os cuidados com o corpo e a saúde na contemporaneidade são frutos de estratégias do poder e saber desenvolvidos na modernidade, mas possuem novas características baseadas num novo regime de biopoder que se fortalece com a falência do modelo disciplinar. Todavia, a nossa tarefa é realizar uma análise que identifique quais foram as alterações que ocorreram nos regimes de poder-saber e que tornaram possíveis o surgimento de discursos e subjetividades baseadas no projeto de autogestão da vida, do corpo e da saúde.

Considerações:

O presente texto apresentou uma perspectiva de análise a partir da compreensão de que houve uma mutação nos modos de lidar com o corpo e a saúde na cultura contemporânea. Partimos da ideia de que vivemos num regime pós-disciplinar, nomeado como Sociedade de Controle (Deleuze, 1992) ou Sociedade de Desempenho (HAN, 2015), e apontamos a existência de uma racionalidade que está



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

governando os corpos e as subjetividades (DARDOT; LAVAL, 2016) em um cenário de recrudescimento das esferas de poder na sociedade neoliberal.

Acreditamos que, desde as últimas décadas do século XX, o fenômeno do culto ao corpo na cultura ocidental foi ganhando uma face marcadamente empresarial, culminando no reforço da ideia de gestão dos hábitos e rotinas e tornando os sujeitos contemporâneos empreendedores de si. Das recomendações alimentares aos suplementos hipercalóricos, dos exercícios de alta performance às cirurgias plásticas, da busca pelo corpo perfeito à ideia de sucesso na vida pessoal, profissional e amorosa, uma ampla dimensão do cuidado de si está sendo propagada nas mídias do século XXI.

A pesquisa “Empreendedorismo de si: corpo, saúde e estilos de vida nas páginas da revista Boa Forma” é devedora da trajetória analítica que compreende o corpo e a saúde como elementos pertinentes da lógica contemporânea do cuidado de si, interpretado na contemporaneidade como empreendimentos que envolvem riscos, acertos, erros e competitividade. Nesse sentido, com a análise da revista Boa Forma, buscamos traçar uma cartografia que compreenda a intrincada relação entre as discursividades midiáticas que contribuem para a visibilidade do fenômeno do culto ao corpo e da produção de subjetividade causada nesse processo que envolve os sujeitos contemporâneos e os dispositivos de poder e saber.

Referências:

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Chapecó, SC: Argos, 2009.

ANDRADE, Daniel Pereira; OTA, Nilton Ken. **Uma alternativa ao neoliberalismo**: Entrevista com Pierre Dardot e Christian Laval. **Tempo soc.**, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 275-316, June 2015. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702015000100275&lng=en&nrm=iso>. access on 01 Apr. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/0103-207020150115>.

COURTINE, Jean- Jacques. Os stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: Ed. 34, 1992.

FOUCAULT, Michel. A sociedade disciplinar em crise. In: _____. **Ditos e Escritos IV: Estratégia, Poder-Saber**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2015.

_____. Poder-corpo. In: _____. **Microfísica do poder**. 27ª ed. São Paulo: Graal, 2013.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**: Antropologia e Sociologia. Campinas/SP: Papirus, 2003.

PELBART, Peter Pál. **O avesso do niilismo**: cartografias do esgotamento. São Paulo: N-1 Edições, 2013.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico**: corpo, subjetividade e tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.