



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

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

## **CONVOCAÇÕES PARA UMA BIOSOCIABILIDADE DO CONSUMO: uma breve discussão sobre os sentidos atribuídos ao corpo na Bravus Race<sup>1</sup>**

**Renato Pezzotti<sup>2</sup>**

**PPGCOM | ESPM**

### **Resumo**

O objetivo do presente artigo é discutir como são produzidas as estratégias de convocação de biossociabilidade nas imagens midiáticas da prova esportiva Bravus Race, corrida de obstáculos realizadas no Brasil, considerando os sentidos atribuídos ao corpo. Para estudar tais convocações, nos valeremos das noções de intericonicidade e de memória discursiva, abordadas por Courtine e Milanez e utilizaremos imagens de uma fotorreportagem do site da Revista Veja de uma das etapas da prova esportiva, realizada em São Paulo. Para tanto, partiremos do estudo da mídia, com Silverstone e Kellner, passaremos pela biossociabilidade, abordada por Ortega e chegaremos à biossociabilidade do consumo, explicada por Hoff.

**Palavras-chave:** Comunicação e Consumo; corpo; discurso e biossociabilidade.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, discursos da diferença e biopolíticas do consumo, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação – Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação e Práticas do Consumo do PPGCOM ESPM-SP, pós-graduado em Master in Business Communication pela Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas e bacharel em Comunicação Social e em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. É membro do Grupo de Pesquisa “Comunicação, discursos e biopolíticas do consumo”, da ESPM. Contato: renatopezzotti@gmail.com



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

## Introdução

*“Na panóplia do consumo, o mais belo (...), precioso e resplandecente de todos os objetos (...) é o corpo”  
(Baudrillard, 1981).*

De acordo com o relatório da Pluri Consultoria, o segmento de práticas esportivas cresceu 22% em nosso território em 2016. Este mercado fatura cerca de R\$ 8 bilhões por ano no Brasil, o que corresponde a 3% do faturamento total do setor de serviços. Os números levam em conta clubes, entidades, marketing, mídia, comércio, vestuário, artigos e equipamentos, eventos e serviços em geral<sup>3</sup>. Dados da ACAD (Associação Brasileira de Academias) apontam que em 2016 havia 34 mil unidades de treinamento esportivo em nosso País – são três mil locais de treino a mais em relação aos números de 2015<sup>4</sup>. Pasmem: o Brasil é o país com o segundo maior número de academias no mundo, só atrás dos Estados Unidos. A referida associação aponta que o número de clientes saltou de 7,9 milhões, em 2014, para 9,6 milhões em 2016, público que movimenta cerca de US\$ 2,5 bilhões por ano<sup>5</sup>.

A dinâmica do consumo e as lógicas do capitalismo se manifestam de modo exemplar no segmento fitness, pois a partir da noção de aperfeiçoamento do corpo, divulgada na mídia, a dinâmica social se altera tanto no que se refere ao consumo material quanto ao consumo simbólico. O segmento, claro, obedece às lógicas de mercado – e tem criado práticas e diferentes formas de consumo, seja material, seja simbólico.

Segundo Lazzarato (2006), o capitalismo produz modos de vida, muitas vezes imposto por uma multinacional, que conceberá um ‘novo mundo’, com a criação de “atividades de pesquisa e desenvolvimento, de marketing, de concepção, de comunicação, ou seja, todas as forças e

<sup>3</sup> Portal G1. *Saúde, estética e bem-estar ajudam a manter em alta o mercado fitness*. <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/sc-que-da-certo/noticia/saude-estetica-e-bem-estar-ajudam-a-manter-em-alta-o-mercado-fitness.ghtml>>. Acesso em: fev. 2018.

<sup>4</sup> Veja.com. *O paradoxo das academias: clientes aumentam, e faturamento cai*. Disponível em <<https://veja.abril.com.br/economia/o-paradoxo-das-academias-clientes-aumentam-e-faturamento-cai/#>>. Acesso em: dez. 2017.

<sup>5</sup> Acad Brasil. *O mercado*. Disponível em <<http://www.acadbrasil.com.br/mercado.html>>. Acesso em: dez. 2017.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

agenciamentos (ou máquinas) de expressão” (id., p. 99). Para alcançar uma maior parcela da população, surgem novas modalidades esportivas, até então distante do público comum – como as corridas de aventura ou de obstáculos, com diferentes níveis de dificuldade ou de distâncias.

Com diferentes distâncias e graus de dificuldades, as provas exigem que os participantes enfrentem diferentes barreiras durante o evento – como morros de lama, tanques com água gelada, choques a partir de fios desencapados e travessias de pequenos lagos com cordas, entre outros obstáculos. As provas trabalham diferentes funções de movimento, envolvendo músculos do corpo todo – por isso, são veneradas por esportistas que treinam musculação e por pessoas normais que querem vencer desafios e superar seus medos.

As corridas de obstáculos fazem parte do calendário de eventos esportivos no Brasil desde o segundo semestre de 2014. A prova mais tradicional disputada em nosso País é a Bravus Race. Sua última etapa realizada na capital paulista, em março de 2018, contou com a participação de mais de 10 mil pessoas – para efeito de comparação, uma etapa do “Circuito das Estações”, uma das maiores corridas de rua do país, alcança 12 mil inscritos.

Comparada com outras provas semelhantes no País, a Bravus Race pode ser considerada um ‘esporte fora do esporte’. Isto porque não há uma classificação final. As inscrições para cada etapa custam entre R\$ 150 e R\$ 200. A prova dura cerca de 3 horas entre o aquecimento e a passagem pelos obstáculos. O indivíduo faz sua inscrição – sozinho ou em equipes –, tem seu horário de largada marcado pela organização (que é dividido em “baterias”, formadas por pequenos grupos de participantes para que a prova aconteça com mais ordem) e disputa a prova de maneira solitária ou com outros integrantes. Após a linha de chegada, ele recebe sua medalha de participação. Não há uma classificação final.

Não é ambíguo, e até paradoxal, que o sofrimento em passar por tais obstáculos leve os participantes a uma sensação de bem-estar? Independente desta resposta, é importante analisar a influência da mídia como fonte desse desejo. Elas (e tanto as mídias tradicionais, como os jornais



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

impressos, quanto as novíssimas redes sociais baseadas na imagética) divulgam certo padrão de corpo que todos desejam. As atividades esportivas sobrepõem o bem-estar. Passam a ser um modo de vida.

Por que aceitamos, por exemplo, que é razoável participar de um evento esportivo que nos leva a situações extremas – e, às vezes, perigosas? Porque, segundo Silverstone (2002), faz parte da “textura geral da experiência”, que constrói nossas experiências corriqueiras. É a mídia que “moldam sua vida e a dos outros, sentem, refletem, imaginam, criam, em constante interação e intercomunicação com outros seres humanos” (SILVERSTONE, 2002).

Para Kellner (2001), os produtos da indústria cultural – como o rádio, a televisão e o cinema – produzem significados que se espraiam no tecido social e conferem sentido à vida: se o indivíduo é bem-sucedido ou fracassado, se é poderoso ou impotente. A mídia tem papel fundamental para esta experiência. Tais significados circulam no tecido social e ajudam “a modelar a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos: define o que é considerado bom ou mau, positivo ou negativo e moral um imoral” (KELLNER, 2001, p. 09). A cultura de mídia constrói nas pessoas sua identidade, seu senso, sua visão de mundo e seus valores.

A prática do fitness, e a participação em uma prova como a Bravus Race, muda a maneira das pessoas se relacionarem com seu corpo, com o lazer e com o trabalho. Para Ortega (2008), tal ideologia passou, inclusive, a confundir lazer e trabalho – “como fica patente numa das máximas mais populares entre os assíduos das academias: ‘é preciso sofrer se distraindo’” (COURTINE, 1995, apud ORTEGA, 2008, p. 39). A prática regular e incorporada à rotina cotidiana de treinamentos esportivos o aproxima de práticas de adestramento corporal, com tal disciplina voltada para a aparência da saúde:

O fitness nos é apresentado como o “remédio universal”, que nos garante: a independência da medicina (...), a proteção de todos os males da sociedade moderna (...), a receita da felicidade e da fidelidade (...) e a possibilidade de uma construção de uma biografia íntegra em tempos de desordem moral e desintegração social (GALSSNER, 1989, apud ORTEGA, 2008, p. 40).

Nesta perspectiva, o indivíduo torna-se autor de seu próprio corpo, que passa a ser um fator ativo nas experiências cotidianas. O corpo passa a ser o lugar do discurso social. Silva e Covaleski (2016, p. 53) consideram o corpo como “um meio de comunicação” que possibilita uma “pré-leitura acerca dos indivíduos, revelando seus sentimentos e pensamentos por meio da linguagem corporal”.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

“Perdemos o mundo e ganhamos o corpo”, afirma Ortega (2003, p. 73). Os indivíduos somáticos trocaram a relação com os outros pela relação com o próprio corpo, que se tornou o lugar do discurso social. “Encontramos em nós mesmos o parceiro complacente e cúmplice que falta perto de nós” (LE BRETON, 1999 apud ORTEGA, 2003, p. 71).

Na fotorreportagem com o título “A Bravus Race é a mais desafiadora corrida de obstáculos do país”<sup>6</sup>, o leitor mergulha nas imagens do evento. As 38 imagens que compõem a fotorreportagem apresentam materialidades do corpo – sua exposição fica presa à símbolos que buscam “representar concepções estereotipadas da sociedade” (SILVA; COVALESKI, 2016, p. 61). O corpo aparece como inspiração ou como síntese modelar daquilo que cada indivíduo imagina (ou espera) da sua vida.

A Bravus Race pode ser considerada uma metonímia daqueles valores que estão presentes nas convocações midiáticas que nos interpelam diariamente no atual estágio do capitalismo: superação, empreendedorismo e biopolítica. Vencer obstáculos, provar a si mesmo e se superar a cada instante são motivações que se encaixam perfeitamente no “espírito do capitalismo moderno” (WEBER, 2004). Mais do que uma prova, a competição está diretamente ligada ao sistema neoliberal vigente, promovendo atributos como honra, disciplina, superação e liderança, encontrados nos praticantes do capitalismo dos dias atuais. O evento esportivo, assim, deixa de ser apenas um exercício físico. Se torna um estilo de vida, um estado de espírito, ou, uma “pedagogia virtuosa do corpo” (EHRENBERG, 2010), que afeta a significação do esporte no relacionamento do participante com a sociedade. É uma nova “conduta de si” (id., 2010).

Para realizarmos a relação entre as fotos da cobertura e as fotos de guerra e treinamentos militares presentes na memória da audiência, utilizamos o conceito de intericonicidade, que associa “o conceito de interdiscurso, que pressupõe um ‘já lá’ ou um ‘já dito’ na continuidade dos discursos (HOFF, 2016, p. 21). Para Milanez (2015, p. 197), tal interdiscurso é o “deslizamento do estudo da materialidade da língua para a materialidade da imagem”:

---

<sup>6</sup> Revista Veja. *A Bravus Race é a mais desafiadora corrida de obstáculos do país*. Disponível em <<https://veja.abril.com.br/galeria-fotos/a-bravus-race-e-a-mais-desafiadora-corrida-de-obstaculos-do-pais>>. Acesso em: fev. 2018



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

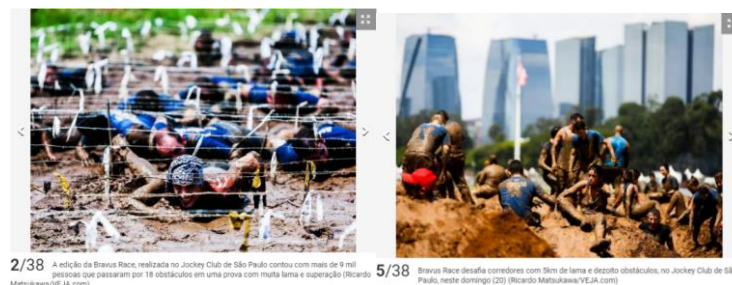
A intericonicidade pressupõe as relações entre as imagens, quando uma imagem pode ser inscrita numa série ou conjunto de imagens que a precederam ou que são delas contemporâneas. Trata-se, pois, de uma preocupação com a historicidade das imagens e nesta perspectiva com a memória discursiva (HOFF, 2016, P. 21)

É a intericonicidade que fornece a dinâmica a partir da qual a conotação se materializa e carrega sentidos. Para Courtine, a noção de intericonicidade permite afirmar que “toda imagem se inscreve em uma cultura visual, em uma memória visual. Na ideia de memória discursiva, aquela em que não há texto, não há discursos que não sejam interpretáveis, compreensivos, sem referências à uma tal memória, e diria a mesma coisa de uma imagem” (LABEDISCO, Nilton Milanez (Re)encontra Courtine, 2013). O autor, assim, reforça que a memória discursiva é influenciada pela intericonicidade mesmo sem textos aparentes ou discursos evidentes.

### *Convocações em imagens da Bravus Race*

Podemos identificar que grande parte das imagens da fotorreportagem publicadas no álbum da Revista Veja remetem à treinamentos militares. São fotos com cenários de guerra, com corpos inteiros ou em partes, encobertos pela lama ou pela água. Em “O Corpo é um arquipélago” (2006), Milanez afirma que “a questão de um lugar do corpo, na mídia” pode o levar a problematizar identidades pessoais ou sociais, que “surpreendem os estatutos” que marcam “nossa corporal idade pessoal, social, cultural e, por isso, histórica”. E a participação de uma pessoa “normal” em um evento esportivo deste tipo sugere, exatamente, “surpreender estatutos” – principalmente os sociais e culturais. Por que alguém toparia encarar rastejar sob arames farpados, pular muros, puxar pedaços de concreto e, até mesmo, levar choques elétricos?

**Fotos 1, 2, 3 e 4:** “A Bravus Race é a mais desafiadora corrida de obstáculos do país”

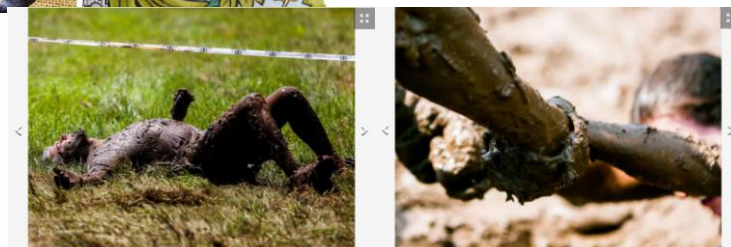


2/38 A edição de Bravus Race, realizada no Jockey Club de São Paulo contou com mais de 9 mil pessoas que passaram por 18 obstáculos em uma prova com muita lama e superação (Ricardo Matsukawa/VEJA.com)  
5/38 Bravus Race desafia corredores com fim de lama e decolto obstáculos, no Jockey Club de São Paulo, neste domingo (20) (Ricardo Matsukawa/VEJA.com)



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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



36/38 Bravus Race desafia corredores com Sim de lama e depósito obstáculos, no Jockey Club de São Paulo, neste domingo (20) (Ricardo Matsukawa/VEJA.com) 21/38 Bravus Race desafia corredores com Sim de lama e depósito obstáculos, no Jockey Club de São Paulo, neste domingo (20) (Ricardo Matsukawa/VEJA.com)

Fonte: Revista Veja – Ricardo Matsukawa/VEJA.com

Figuras 5 e 6: “Batalha de Somme (França) - 1916”



Fonte: Tok de Historia.com e G1/Globo.com – Reuters/Archive of Modern Conflict London

A guerra de trincheiras está associada à sobrevivência em condições terríveis – só quem é extremamente corajoso poderia encarar uma disputa dessa de território. Para se ter ideia da capacidade letal das armas usadas na I Guerra Mundial, somente no primeiro dia do da Batalha de Somme (figura 5 e 6), os britânicos tiveram quase 20 mil soldados mortos. E a Bravus Race coloca os participantes nas mesmas condições de combate: o importante é o ataque frontal ao obstáculo para provar que o participante é capaz. A coragem é para poucos.

As convocações midiáticas da Bravus Race implicam um corpo disciplinado física – e mentalmente. O esporte, hoje, “forja o indivíduo” (EHRENBERG, 2010, p. 25): ele é um aspecto da “galáxia da autonomia: não mais uma obrigação que nos é imposta em nome de qualquer coisa superior a nós, mas uma liberação que se impõe a si em nome de si mesmo, de sua saúde, de seu estresse, de sua aparência física” (id., p. 23). Uma pessoa normal surpreende os estatutos sociais e culturais quando enfrenta uma prova destas. Ele prova que está preparado para encarar qualquer desafio.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

A noção de aperfeiçoamento biológico (que se realiza no corpo) é base para compreendermos a concepção de biossociabilidade associada ao consumo. Para Ortega (2003), “perdemos o mundo e ganhamos o corpo” (id., p. 73). Segundo o autor, os indivíduos somáticos trocaram a relação com os outros pela relação com o próprio corpo, que, com isso, se tornou o lugar do discurso social. Para Ortega:

o imperativo do cuidado, da vigilância e da ascese constante de si, necessário para atingir e manter os ideais impostos pela ideologia do *healthism* exige uma disciplina enorme. Ao narcisismo próprio de uma sociedade hedonista da busca do prazer e do consumo desenfreado, foi acrescentado o imperativo da disciplina e do controle corporal, provocando uma ansiedade e um sentimento de ambivalência (ORTEGA, 2003, p. 66).

O *healthism* citado pelo autor nada mais é do que uma ressignificação das práticas de saúde, que inclui atividades sociais, lúdicas e esportivas, entre outras. As imagens convocam o leitor a querer-fazer parte desta ideologia: ele pretende, a partir daquele momento, pertencer ao grupo – de atletas, no caso do esporte, mas de vencedores, no caso da vida. O ‘imperativo da disciplina e do controle corporal’ passa pela superação dos medos e limites – do aspirante a participante, do participante ou do leitor enfrentar choques elétricos, pular altos muros ou, simplesmente, estar em meio a uma equipe que ultrapassa as barreiras e vencer os desafios.

Os novos critérios de reconhecimento e mérito, dentro de parcelas da sociedade, surgem a partir de regras distintas às da biopolítica. Segundo Hoff (2015), enquanto a “biopolítica se vincula ao fortalecimento do Estado e à medicalização e normalização da sociedade”, a biossociabilidade passa a se referir “aos valores com base em regras higiênicas e à criação de modelos de sujeito baseados no desempenho físico” (id., p. 172).

Mas onde a Bravus Race encontra a biossociabilidade? Como Tânia Hoff (2016) destaca, “a biossociabilidade fundamenta-se no investimento no corpo como individualização e de racionalização de práticas cotidianas de bem-estar” (id., p. 34). Formam-se, assim, diferentes estratégias para a convocação da biossociabilidade, que passam por questões individuais, como investimento em treinamentos específicos, tipos especiais de alimentação e vão até o direcionamento de aquisição de vitaminas e medicamentos específicos, transformando todo este ciclo num novo estilo de vida – convocado, por que não se dizer, a partir de tais imagens midiáticas.

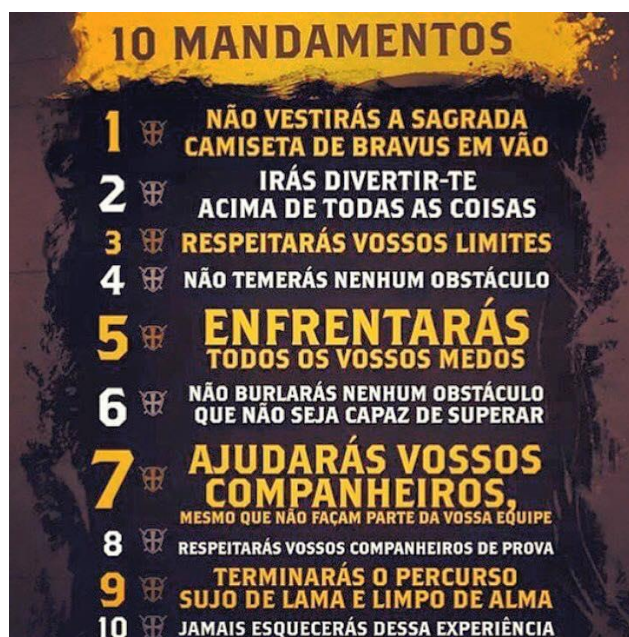




A Bravus Race possui um ritual semelhante a um cerimonial religioso. Após a entrada dos atletas no campo de provas – e que são divididos em diferentes baterias, uma vez que largam somente cerca de 200 participantes por vez –, o mestre de cerimônia do evento (uma espécie de locutor e incentivador dos atletas), relembra os “10 Mandamentos” da prova. O ritual é repetido pelas equipes ao começo de cada prova. Abraçados, os participantes transformam este processo em uma ‘oração’, onde, entre outras coisas, prometem se divertir, ajudar os companheiros, superar todos os seus medos e tornar a experiência da prova em algo inesquecível.

Tais ordens são mandamentos, portanto, dogmas. Apesar do clima esportivo, de amizade, as leis existem – e estão lá para serem cumpridas. “Dogma” é o ponto fundamental de uma doutrina religiosa, apresentado como certo e indiscutível, cuja verdade se espera que as pessoas aceitem sem questionar. É um princípio estabelecido. Originalmente, na Grécia, significava uma decisão política de um soberano ou de uma assembleia, fundamental e inquestionável<sup>7</sup>. Abaixo, apresentamos os mandamentos da Bravus Race:

Figura 7: “Mandamentos da Bravus Race”



<sup>7</sup> Definição retirada do Dicionário Houaiss. Disponível em < <https://houaiss.uol.com.br/pub/apps/www/v3-3/html/index.php#1> >. Acesso em fev., 2018



Fonte: Facebook/Bravus Race

O que querem os participantes de uma prova como esta? As diferenças se anulam devido aos desejos particulares, que almejam compensar possíveis desvantagens físicas (ou psíquicas): “os grupos e bioidentidades sociais constituídos na biossociabilidade por meio de práticas de bioascese se distinguem precisamente por deficiências a serem compensadas” (ORTEGA, 2003, p. 66). Na Bravus Race, por sua vez, todos são iguais.

A deficiência pré-estabelecida – “da mulher frente ao homem, do negro frente ao branco, do gay frente ao heterossexual, do deficiente físico frente ao indivíduo fisicamente normal, dos velhos frente aos jovens, etc.” (id., p. 66) – não existe mais. Baseamo-nos em Freire Filho (2012) para a denominação dos atributos que identificamos nos mandamentos da corrida:

**Quadro 01:** Correlação dos mandamentos da Bravus Race com atributos do sujeito ideal do capitalismo atual

MANDAMENTOS	ATRIBUTOS
1. “Não vestirás a sagrada camiseta da Bravus em vão”	Lealdade
2. “Irás divertir-te acima de todas as coisas”	Gozo
3. “Respeitarás vossos limites”	Autocontrole
4. “Não temerás nenhum obstáculo”	Empreendedorismo
5. “Enfrentarás todos os vossos medos”	Autoconfiança
6. “Não burlarás nenhum obstáculo que não seja capaz de superar”	Disciplina
7. “Ajudarás vossos companheiros”	Espírito de grupo



8. “Respeitarás vossos companheiros de prova”	Lealdade
9. “Terminarás o percurso sujo de lama e limpo de alma”	Compromisso
10. “Jamais esquecerás dessa experiência”	Plenitude

Segundo Rabinow e Rose (2006), as estratégias e configurações atuarão sobre “modos de subjetivação, nos quais os indivíduos podem ser levados a atuar sobre si próprios, sob certas formas de autoridade” (id., p. 37), mas principalmente em questões biológicas. Eles destacam a relevância de observarmos, também, se as “mudanças na verdade, na autoridade, na espacialidade ou na ética fazem diferença hoje se comparadas a ontem” (ibid., p. 39).

Quanto à biossociabilidade do consumo, essas convocações advêm de práticas – tanto materiais quanto imateriais. Nesta seara, as convocações para a gestão de si “vêm a partir da ideia de gestão do corpo presente nos discursos moralizadores e da publicidade, cujas lógicas têm protagonismo nos discursos midiáticos” (HOFF, 2016, p. 34).

A seguir, no Quadro 02, correlacionamos os Mandamentos da Bravus Race, os atributos do sujeito ideal – resultado da produção de sentido no contexto capitalista contemporâneo – presentes nos mandamentos da corrida e nas convocações midiáticas de biossociabilidades do consumo.

**Quadro 02:** Correlação entre os mandamentos da Bravus Race, os atributos valorizados no sistema capitalista e as convocações de biossociabilidade do consumo



MANDAMENTOS DA BRAVUS RACE	ATRIBUTOS	CONVOCAÇÕES MUDIÁTICAS DE BISSOCIABILIDADE DO CONSUMO
1. “Não vestirás a sagrada camiseta da Bravus em vão”	Lealdade	Fazer parte de algo, pertencer a um grupo
2. “Irás divertir-te acima de todas as coisas”	Gozo	Promover o próprio prazer; ser capaz de ter prazer
3. “Respeitarás vossos limites”	Autocontrolo	Ter cuidado de si e estar consciente das próprias condições
4. “Não temerás nenhum obstáculo”	Empreendedorismo	Ter um propósito para a vida
5. “Enfrentarás todos os vossos medos”	Autoconfiança	Estabelecer metas para si, privilegiar a autogestão
6. “Não burlarás nenhum obstáculo que não seja capaz de superar”	Disciplina	Ter capacidade de superação
7. “Ajudarás vossos companheiros”	Espírito de grupo	Pertencer a um grupo
8. “Respeitarás vossos companheiros de prova”	Lealdade	Ter espírito de equipe
9. “Terminarás o percurso sujo de lama e limpo de alma”	Compromisso	Aproveitar a vida; viver de modo intenso
10. “Jamais esquecerás dessa experiência”	Plenitude	Atribuir valor máximo a cada experiência

Fonte: Do autor



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

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

O corpo aparece como um meio de comunicação que materializa tais valores e urdem aspectos do que seria uma suposta vida bem-sucedida. Rastejar sob arames farpados, puxar pedaços de concreto, levar choques elétricos e pular muros não são apenas atividades esportivas, mas sim, servem, principalmente, para “surpreender estatutos” sociais e culturais. As atividades esportivas sobrepujam o bem-estar. Passam a ser um modo de vida. Passam a materializar processos sociais mais amplos.

O desafio da Bravus Race, aliado ao treinamento exigido para cada prova, nos mostra exatamente o culto de exaltação da performance da sociedade moderna, exposto por Alain Ehrenberg. A difusão da “cultura do heroísmo” (EHRENBERG, 2010, p. 16) se materializa nas construções imagéticas das reportagens veiculadas sobre os participantes das corridas de obstáculos. Essas produções aludem ao ideário capitalista de que é necessário deixar qualquer indivíduo, sendo este um atleta ou não, mais preparado “para os ‘confrontos emocionais e psicológicos travados na arena da vida’” (FREIRE FILHO, 2012, p. 44).

As convocações midiáticas da Bravus Race reiteram a produção de sentidos para convocações de um sujeito ideal do capitalismo contemporâneo: é neste contexto que as convocações de biossociabilidade ganham relevância, pois, para que uma pessoa tenha desejo de se tornar um ‘Bravus’ (como assim se autodenominam os concluintes das etapas), é preciso que ela tenha uma preparação física e mental (ou psíquica) especial.

O capitalismo dos dias atuais convoca as pessoas para o “empreendedorismo de si”, que forja personalidades e reforça atributos imbricados nas “pessoas de sucesso”, como autocontrole, autoconfiança e bravura. A produção de sentido revela de modo enfático o planejamento, a definição de metas e estratégias, a superação de desafios e a intensidade das experiências vividas. Trata-se, assim, de um processo de racionalização, de produção de uma prática disciplinar, tanto a disciplina física quanto a mental, visando alcançar um fim que contempla os desejos do sujeito numa dimensão pessoal da existência. Ou seja, superar os desafios pessoais para si e viver plenamente as experiências para si.

A partir da correlação entre os mandamentos da Bravus Race, os atributos valorizados no sistema capitalista e as convocações midiáticas de biossociabilidade, identificamos que, nos produtos



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

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

midiaáticos analisados, o participante da prova esportiva é interpelado a fazer parte de um grupo discursivo específico, que ele é convocado discursivamente a promover seu entretenimento, a ser consciente das próprias condições e estabelecer suas metas. O chamamento faz com que ele demonstre seu poder de superação, passando a ter um propósito real e especial para a sua vida.

## Referências

EHRENBERG, A. O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida (SP): Ideias e Letras, 2010.

FREIRE FILHO, J. A nova mitologia esportiva e a busca da «alta performance». Comunicação & Cultura. São Paulo, v. 13, p. 39-52, 2012. Disponível em: <<http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/02.-Jo%C3%A3o-Freire-Filho.pdf>>. Acesso em: jun., 2017.

HOFF, T. Biossociabilidades do consumo: regimes de visibilidade da diferença no discurso publicitário. In: ROCHA, R. L. M.; PERES-NETO, L. (orgs.). Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções. Porto Alegre: Sulina, 2015, p. 165-179.

HOFF, T. Corpos discursivos: dos regimes de visibilidade às biossociabilidade do consumo. Recife: UFPE, 2016.

KELLNER, D. A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LAZZARATO, M. As revoluções do capitalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

MILANEZ, N. O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade. In: Pedro Navarro. (Org.). Estudos do Texto e do Discurso: mapeando conceitos e métodos. 1ed. São Carlos: Claraluz, 2006, v. 1, p. 153-179.

\_\_\_\_\_. Intericonicidade: da repetição de imagens à repetição dos discursos de imagens. Acta Scientiarum. Language and Culture Maringá, v. 37, n. 2, p. 197-206, Apr.-June, 2015.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

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

ORTEGA, F. O corpo incerto. Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2008.

ORTEGA, F. Práticas de ascese corporal e constituição de bioidentidades. Cadernos de Saúde Coletiva. Rio de Janeiro, v. 11 n.1, p. 59-77, 2003. Disponível em: <[http://www.iesc.ufrj.br/cadernos/images/csc/2003\\_1/artigos/2003\\_1%20FOrtega.pdf](http://www.iesc.ufrj.br/cadernos/images/csc/2003_1/artigos/2003_1%20FOrtega.pdf)>. Acesso em: jun., 2017.

RABINOW, P; ROSE, N. O conceito de biopoder hoje. Revista de Ciências Sociais-Política & Trabalho, v. 24, 2006.

SILVERSTONE, R. Por que estudar a mídia. São Paulo: Sage, 2002.