

# Cultura da autoajuda: o “surto do aconselhamento” e a bioascese na mídia

Mayka Castellano

## Resumo

Neste artigo, investigo a vertente midiática da cultura da autoajuda. A presença cada mais frequente de *experts*, especialmente os do chamado campo psi configura o que Bauman designou como “surto do aconselhamento”. Ou seja, em vez de informar, as revistas semanais (e outros veículos midiáticos) têm se preocupado em aconselhar e guiar os leitores nos mais distintos aspectos de suas vidas. Esse fenômeno, verificado principalmente a partir dos anos 1990, é analisado aqui através de matérias da revista *Vêja* dedicadas à nova moral da saúde e da boa forma.

### Palavras-Chave

Autoajuda. Aconselhamento. Revista *Vêja*. Saúde. Boa-forma.

## 1 Introdução

No mercado editorial brasileiro, o cenário que se desenha é o da impressionante expansão da autoajuda como geradora de “campeões de venda”. Na mídia, podemos verificar um processo correlato, que Bauman (1998) chamou de “surto do aconselhamento”. Ou seja, a presença constante de dos mais variados tipos em programas de televisão, de rádio e em colunas de jornais e revistas que incorporam, com específicas adaptações, o tipo de linguagem propalada pelos livros. Os aspectos que aparecem como suscetíveis à intervenção variam de forma espetacular. De consultores de moda até médicos oncologistas, os peritos em múltiplos domínios da vida humana se proliferam nos meios de comunicação e estabelecem diretrizes “confiáveis” para ajudar os sujeitos a se vestir, comer, educar os filhos, decorar a casa, cuidar da saúde, da beleza, da autoestima, da carreira, fazer amigos, economizar dinheiro, emagrecer, engordar e mais uma série de questões subjetivas: como se tornar mais assertivo, confiante, positivo, popular, “proativo”, ou menos ansioso, estressado, tímido, dependente, pessimista...

1/13

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compos, Brasília, v.15, n. 1, jan./abr. 2012.

**Mayka Castellano** | maykacastellano@gmail.com  
Jornalista, bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Mestre e doutoranda em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ.

Uma pesquisa no acervo da revista mostra que nos últimos anos, principalmente a partir da segunda metade dos anos 1990, há uma impressionante quantidade de edições que trazem como chamada de capa reportagens do tipo “como fazer isso”, “o que você deve fazer quando”, “como se livrar de”, “o guia para”. É significativo o aparecimento de chamadas com o uso de vocativos ou com listas como “as 10 lições de quem...” ou “as 10 atitudes que você deve...”. Outra tendência desse movimento se traduz na frase “o que a pode te ensinar sobre...”. A em questão é normalmente associada aos avanços das pesquisas na área de Neurologia e do chamado campo “psi” (Psicologia, Psiquiatria, Psicanálise, Psicopedagogia). A ascendência dessa área do saber dentre os discursos normalmente mobilizados é bastante expressiva em todos os tipos de mídia.

Uma leitura menos atenta desse movimento poderia passar a impressão de que, na verdade, não há nada de novo no fato de uma revista de consumo massivo usar a interpelação direta aos problemas cotidianos dos leitores e seu posicionamento como “auxiliar” na solução destes imbrólios como forma de atraí-los. No entanto, uma análise quantitativa revela que, a despeito de qualquer tentativa de naturalização, é evidente a escalada desse fenômeno na mídia impressa:<sup>1</sup> do início de

2007 até a edição de 16 de setembro de 2009, 30 capas, dentre as 140 do período, traziam esse tipo de apelo. Vinte anos antes, entre as 140 capas do período de 07/01/1987 a 10/09/1989, foram identificadas 11 com essa característica. Por fim, dentre as primeiras 140 edições de , (publicadas no período de 11/09/1968 a 05/08/1970), apenas duas capas apresentaram um viés conectado com as ideias de aconselhamento e de divulgação científica com objetivo de aumentar o bem-estar dos indivíduos.<sup>2</sup>

## 2 A era da autonomia assistida

A ascensão da autoajuda como um modo legitimado de produção de discursos a respeito de modelos de vida “desejáveis” diz muito sobre o contexto sociocultural em que estamos inseridos. Se não há consenso sobre a forma mais adequada de se referir a este momento específico, uma certeza parece dominar grande parte das análises feitas atualmente: estamos em uma etapa da modernidade marcada por importantes e sucessivas transformações, relativas, por exemplo, ao descrédito dos grandes esquemas que costumavam explicar (ou tentar explicar) o mundo e a sociedade. Um dos principais sintomas que surgem como efeito colateral dessas mudanças é a insegurança.

De acordo com Bauman (1998, p. 221-222), a insegurança pode ser entendida como resposta a

**1** A presente análise se refere à *Veja* simplesmente por ser esta a revista semanal de maior circulação no país. Com o prosseguimento da pesquisa, será realizado um levantamento semelhante em outras publicações.

**2** Em percentuais, esses números significam 1,42% das capas no período relativo aos anos 1960-70, contra 7,8% nos anos 1980 e 21,4% nos anos 2000.

um momento em que a solidez de instituições da modernidade é posta em xeque e sofre um processo de liquefação, metáfora diletta do sociólogo polonês. Perdidos em um mundo em que poucas coisas parecem dignas de confiança,

os homens e mulheres pós-modernos realmente precisam do alquimista que possa, ou sustente que possa, transformar a incerteza de base em preciosa auto-segurança, e a autoridade da aprovação (em nome do conhecimento superior ou do acesso à sabedoria fechado aos outros) é a pedra filosofal que os alquimistas se gabam de possuir. A pós-modernidade é a era dos especialistas em “identificar problemas”, dos restauradores da personalidade, dos guias de casamento, dos autores de livros de “auto-afirmação”: é a era do “surto de aconselhamento”.

Os autores de autoajuda e os especialistas de plantão despontam, seguramente, como alguns dos mais notáveis “alquimistas pós-modernos”. A função reivindicada pela maioria desses escritores e profissionais é a de conduzir o leitor/espectador na busca por um projeto de vida coerente e bem-sucedido diante da profusão de ofertas disponíveis. Para Benilton Bezerra (2002, p. 233), essa “liberdade de escolha” vivenciada pelas pessoas na contemporaneidade precisa ser acompanhada de um ambiente que possibilite um “sentimento de confiança mínimo”, fornecido, por exemplo, pelos citados, responsáveis por estabelecer diretrizes que permitam ao indivíduo “exorcizar a incerteza que necessariamente o acompanha e a angústia que pode facilmente deixá-lo em pânico ou paralisado”.

Para Ehrenberg (1991), vivemos em um momento marcado pela “autonomia assistida”, em que,

por um lado, noções como autonomia e liberdade são constantemente reiteradas e elevadas a uma altíssima escala na hierarquia de valores morais, e, por outro, esse mesmo culto à performance vem produzindo sujeitos dependentes de todo o tipo de assistência e ajuda especializada. Essa situação, para o autor, é marcada por um intenso processo de autoexame, autorregulação e autoaprimoramento. É curioso que a mesma sociedade que valoriza tanto a ideia de “ser você mesmo” incentive esse ideal através da cartilha de “outros”.

Uma das peculiaridades da autoajuda é reclamar para si a função de estabelecer práticas que permitam às pessoas realizar transformações nos mais variados domínios de suas vidas. Além das mudanças no campo da prática, o grande mote desses livros, e também das repercussões deste gênero na mídia, é estabelecer como fator fundamental de transformação a utilização dos recursos internos e a remodelagem da relação que estabelecemos com nossa subjetividade.

A partir dessa constatação, é possível citar uma infinidade de títulos que propõem mudanças significativas não apenas em questões práticas, mas em relação à personalidade, à visão de mundo, a atitudes e valores que devem ser empregados na busca por sucesso profissional, pessoal, social, sexual, em suma, por felicidade e bem-estar. Apesar de o foco recair sempre sobre a transformação individual, boa parte dos livros parte do pressuposto de que ao transformar cada indivíduo chegaremos a uma sociedade melhor, o que vai de encontro com

um dos julgamentos mais comuns que costumam ser feitos à autoajuda, a da total obliteração do aspecto social da vivência humana. Acredito, no entanto, que mais do que negar a dimensão social, a autoajuda divulga modos específicos e adequados de inserção dos sujeitos na sociedade e padrões “saudáveis” de relacionamento com os outros, modos, a propósito, totalmente alinhados ao modelo de governamentalidade neoliberal, com suas respectivas noções de autonomia e de independência.

Noções que, aliás, se relacionam a um projeto mais amplo, de distribuição de responsabilidade na sociedade. Nesse sentido, creio que os valores promovidos pelo ethos da autoajuda podem servir como um interessante sintoma da contemporaneidade. Trata-se, portanto, da criação de uma espécie de moralidade a partir da dinâmica circunscrita à vida privada, em que o sujeito passa a ser responsável por um enorme espectro de questões, a começar por sua integridade física e pela manutenção de sua saúde. De acordo com Sibilia (2010), a responsabilidade individual “constitui a base dessa nova série de sujeições e condenações morais, que tem o corpo como seu principal campo de ação”.

É interessante como a noção de ascese, no sentido tradicional, associado à antiguidade clássica grego-romana, também nas ascèses cristãs dos primeiros séculos, pressupõe um cuidado de si como prerrogativa para a atuação política e intensificação das relações sociais. Tal ideia é apresentada de forma muito clara neste trecho de Ortega (2005, p. 146)

A modificação ascética de si mesmo se depreende da vontade de exercer o poder político sobre os outros. É a presença dos outros e a esfera dos assuntos humanos que garantem a realização do cuidado de si. Constitui-se uma ligação de reciprocidade, enquanto que, cuidando de mim, contribuo para a prosperidade e felicidade da cidade e dos outros cidadãos; prosperidade e felicidade da qual participo como membro da comunidade. Ocupar-se consigo é ocupar-se dos outros, colocando a justiça no centro mesmo do cuidado

Ocupar-se dos outros, então, poderia ser entendido como uma espécie de alter-estima, ideia oposta à ubíqua autoestima, de grande parte do discurso de aconselhamento.

### **3 Bioascese e a obrigação moral de saúde e boa forma**

Vivemos um período em que a noção do “cuidado de si”, estudada por Foucault em outros contextos, ganha contornos novos e onipresentes. A princípio associado a uma série de questões como o incentivo à autorregulação, ao autoescrutínio e investigado pelo pensador principalmente no âmbito da sexualidade, o conceito pode ser entendido a partir da ideia de governamentalidade, cuja articulação pode ser notada na seguinte passagem:

A história do “cuidado de si” e das “técnicas de si” seria, então, uma maneira de fazer a história da subjetividade; mas já não através das separações entre loucos e não loucos, enfermos e não-enfermos, delinquentes e não delinquentes, mas através da formação e das transformações em nossa cultura das “rela-

ções consigo mesmo”, com seu arcabouço técnico e seus efeitos de saber. Desse modo, se poderia retomar desde outro ângulo a questão da governamentalidade: o governo de si mesmo por si mesmo, na sua articulação com as relações com os outros (como é encontrado na pedagogia, nos conselhos de conduta, na direção espiritual, na prescrição de modelos de vida, etc.). (FOUCAULT, 2006, p. 214)

Dentro da lógica do cuidado de si, ou da ascese, se destaca hoje o cuidado com o corpo e com a saúde, que ganha, na contemporaneidade, contornos obsessivos. Por um lado, há uma exigência cruel de enquadramento em um padrão de beleza e boa forma que leva as pessoas a se submeterem aos mais drásticos tipos de tratamentos e cirurgias; por outro, a necessidade de equilibrar essa demanda dentro de um quadro de obrigação moral com hábitos saudáveis.

Alguns autores trabalham com o termo bioascese, que trata justamente da mudança de foco do “cuidado de si”. Se antes a ascese era voltada para o desenvolvimento em conjunto da alma e do corpo, para qualidades morais ou para o revolvimento dos sentimentos, associados à ideia de transcendência, hoje, boa parte desse cuidado envolve questões ligadas diretamente ao corpo, com vistas à longevidade, à saúde, à performance, à boa forma e à beleza. Um olhar atento para o amplo espectro da autoajuda nos mostra que questões subjetivas, ligadas a mente e a seus poderes correlatos, não foram de todo abandonadas. É patente, no entanto, que para a maioria dos guias de bem viver, o corpo são e belo é uma das etapas fundamentais para o

sucesso, mesmo em outros domínios. O bem estar relativo à boa aparência está diretamente ligado à noção de autoestima, ponto de partida para uma série de questões que envolvem o desenvolvimento do indivíduo e seu aprimoramento em diferentes aspectos da vida.

Enquanto nas ascèses da Antiguidade o *self* almejado pelas práticas de si representava frequentemente um desafio aos modos de existência prescritos, uma forma de resistência cultural, uma vontade de demarcação, de singularização, de alteridade, encontramos na maioria das práticas de bio-ascese uma vontade de uniformidade, de adaptação à norma e de constituição de modos de existência conformistas e egoístas, visando a procura da saúde e do corpo perfeito (ORTEGA, 2005, p. 141).

A ideia de cuidado com o corpo e com a saúde começou a se desenvolver com mais intensidade a partir do século XIX, graças ao pensamento difundido pelo puritanismo americano. Neste contexto, “pastores e fiéis começaram a ser mais otimistas quanto à possibilidade de assegurar sua salvação na terra” e procuraram fazer com que o estado de graça e a perfeição dependessem apenas da conduta humana (COURTINE, 1995, p. 89). Desde então, a atenção dirigida à saúde ganhou uma importância essencial. Cuidar do corpo era garantir a salvação da própria alma e a bioascese virou uma espécie de dever cristão.

Esse foi o fundamento religioso para a guinada em direção ao cuidado com o corpo, que foi acompanhado de um fundamento comercial, que, desde o início, percebeu nessa tarefa um vasto

mercado a ser explorado. Cabia, da mesma forma, à ciência o papel de incentivadora dessa dedicação e propagadora de suas benesses, a princípio através da medicina tradicional, hoje, também em especialidades como a medicina esportiva e todo o ramo ligado à indústria cosmética ou mesmo às chamadas ciências psi. Além, é claro, da mídia, que, aliada ao mercado, e grande divulgadora de uma corrente específica do pensamento científico, como será comentado mais a frente, pode ser apontada como um agente fundamental nesse processo.

De acordo com Courtine (1995), a modificação dos objetivos em relação ao cuidado com o corpo começa a ocorrer no início do século XX, quando tais práticas deixam de ter justificativas metafísicas. Ao contrário, a satisfação pessoal e a obtenção de prazer passam a ser razões para a busca por um corpo saudável e belo. Mais do que educação e disciplina física, as atividades corporais passam a se associar à ideia de diversão; os centros esportivos, que depois se transformariam nas academias de ginástica, deixam de se parecer com locais de trabalho árduo, de sofrimento, de dor, para se associarem a lazer, juventude, diversão, “alto astral”. Já não bastava ostentar um corpo forte e musculoso, era necessário estar em forma (SIBILIA, 2008, 2010).

Esse novo direcionamento vive, nos dias correntes, seu apogeu. Para Costa (2004), é interessante a mudança de perspectiva em relação ao corpo, que deixou de ser “um meio de agir sobre o mundo ou de enobrecer sentimentos” e passou a ter como

objetivo sua própria autoconservação e reprodução. O corpo esculpido dos atletas, por exemplo, servia, em outros tempos, a feitos esportivos, visava a conquistas coletivas ou individuais. Hoje, a maior parte dos indivíduos que se exercita em academias de ginástica ostenta corpos trabalhados somente para a satisfação própria e ganhos subjetivos como o respeito e a admiração alheia ou, nas palavras de Sibilia (2008, p.10), “[...] a nova moralização das práticas corporais que prolifera entre nós persegue metas bem mais prosaicas: vencer no mercado das aparências; obter sucesso, beleza, auto-estima ou eficiência; efetuar uma boa performance física e sobretudo”. Em nenhuma outra época a forma corporal por si só, deslocada de demais méritos, foi motivo de admiração moral.

O mesmo raciocínio pode ser feito em relação à beleza, predicado associado sobretudo às mulheres. Ao longo das últimas décadas, o significado do embelezamento feminino foi sofrendo expressivas modificações. De “remédios” para curar (ou disfarçar) defeitos a elixires para “auxiliar a natureza”, os cosméticos ajudam a contar a história dos cuidados com a aparência, que hoje culmina em uma supervalorização do conhecimento de si, do prazer relacionado ao autocuidado, ideia bastante associada à noção de autoestima. Momento em que “o corpo parece se transformar no único guia e na principal finalidade do processo embelezador” (SANT’ANA, 1995, p. 136).

Em nome de valores bem contemporâneos, como a autoestima e a felicidade, a carne humana é obstinadamente submetida a um

conjunto de técnicas de modelagem corporal, que demandam enormes doses de esforço, tempo e dinheiro. Tudo isso na tentativa de atingir uma das metas mais desejadas do momento: criar para si um “corpo perfeito” (SIBILIA, 2010, p. 9).

A meta do “corpo perfeito” citada por Sibilía (2010) torna-se cada vez mais tangível (apesar de teoricamente inalcançável), a partir da profusão de técnicas oferecidas, de infinitas modalidades de exercício aos mais modernos tratamentos. A partir disso, a situação gerada é a de que se tudo tem solução, o que há de imperfeito no corpo é culpa exclusiva do indivíduo, daí a forma pouco respeitosa com que são tratadas pessoas que sofrem, por exemplo, de obesidade. Com o espectro de atividades físicas disponíveis, com tantas dietas possíveis, linhaças, chás verde, branco, vermelho (semanalmente a tonalidade do chá redutor parece mudar) e outras tantas vedetes do emagrecimento, só é gordo quem quer:

A sociedade contemporânea, ao valorizar a magreza, transforma a gordura em um símbolo de fraqueza moral, e o gordo, mais do que representar um peso socialmente inadequado, passa a carregar um caráter pejorativo, denotando descuido, preguiça, desleixo, falta de disciplina, de força, de vontade... (VASCONCELOS et al, 2004, p. 68)

#### **4 Corpo – o novo manual de uso**

Na introdução, citei a patente mudança de temática verificada, na última década, na revista, semanário de maior circulação no país. Dentre as matérias de capa que têm como foco o aconselhamento e a

“prestação de serviço” com dicas sobre o bem-viver, destacam-se os assuntos saúde, beleza e cuidado com o corpo. Em 2010, um ano eleitoral, foram publicadas seis capas que tem como foco essa temática (uma sobre “as regras boas (e viáveis) da boa nutrição, uma sobre lipoaspiração, uma a respeito da obesidade infantil, uma que anunciava “a nova ciência da pele”, uma que abordava o “efeito-sanfona” e outra sobre as “maravilhas do laser” para a saúde e a beleza), de um total de 50 números publicados. Em 2009, foram cinco. Em 2011, até agosto, já foram publicadas seis capas com a temática (uma sobre o QI da beleza, uma sobre remédios para emagrecer, uma sobre “a nova medicina do coração da mulher”, uma sobre longevidade – “os suplementos, as dietas, os exercícios e o estilo de vida” de quem está conseguindo “retardar o relógio biológico” –, uma sobre dor crônica e mais uma sobre um “milagroso” remédio para emagrecer).

Dentre as muitas reportagens que versam sobre esse eixo temático, destacam-se algumas que estampam como objeto o “corpo” de maneira mais direta. É exemplar a edição 2139, de 18 de novembro de 2009, que tem como título e, já na capa, anuncia: “80% da saúde e longevidade dependem apenas de quanto a pessoa conhece seu organismo”. Ainda na capa, propõe um teste, forma bastante óbvia de autoescrutínio que, nos últimos anos, parece ter migrado das revistas juvenis para os pretensamente sérios hebdomadários: “Em 50 questões descubra se você é um estranho para você mesmo”. A imagem que ilustra a capa é muito parecida com todas que

estampam matérias semelhantes na revista: o corpo bem torneado, e com poucas vestes, de uma jovem mulher branca sem rosto.

A parte de dentro da matéria destaca o principal chamariz da reportagem, anunciando, em letras garrafais, que “Você está no comando”. “Conhecer o funcionamento do organismo é o primeiro passo para a longevidade saudável e feliz. E nunca é tarde para começar a se cuidar: aos 50 anos é possível controlar 80% do destino da sua saúde. Sim, até mesmo para quem foi relapso nas décadas anteriores”. É interessante como o texto antecipa possíveis hesitações de um incauto leitor, como “ah, mas eu já tenho 50 anos”, ou “ah, mas eu já fiz muita coisa errada ao longo da minha vida”. De acordo com , nunca é tarde para se preocupar e sempre há solução, contanto que você esteja no controle. Está tudo sob sua responsabilidade, você deve, portanto, assumir todos os riscos. E o primeiro passo é, assim como reverberam todos os manuais de autoajuda, conhecer (e assumir) seus problemas.

Como reza a cartilha das matérias especiais que a revista publica sobre saúde e bem-estar, o chamado apelativo da capa baseia-se em alguma pesquisa científica publicada no exterior, principalmente nos Estados Unidos. Neste caso, trata-se do livro com o sugestivo título ( ), escrito pelos médicos americanos Michael Rozen e Mehmet Oz, de acordo com a publicação, “um dos mais ricos compêndios sobre o funcionamento do corpo humano”.

Rozen é o autor da teoria da “idade real”: “as pessoas não tem necessariamente a idade indicada em seus documentos”. A ideia é que a genética tem uma influencia grande até certa idade de nossas vidas, mas, com o passar dos anos, são os nossos hábitos e a forma com que cuidamos do nosso corpo que vão influenciar nossa saúde e nosso bem estar. De acordo com a matéria, “conforme os anos avançam, enquanto os genes vão perdendo a capacidade de causar maiores danos por si só, o estilo de vida ganha mais relevância” (DIAS; MAGALHÃES, 2009, p. 131). Assim, ao mesmo tempo em que somos responsáveis pelo nosso destino, a genética nos acossa através dos tais 20% que sobram, que não podem ser mudados nem pelos mais saudáveis hábitos, como promete a capa. Um feto, esclarece a reportagem, tem 75% do seu destino decidido pelos genes, mecanismo muito importante para a seleção natural. Mesmo que a mãe tome todos os cuidados, se o bebê não tiver uma “genética boa”, ele “não vingará”. O contrário também é válido: mesmo que a mãe faça o oposto do que prega a moral da saúde contemporânea (fume, beba, use drogas, não pratique exercícios e nem se alimente adequadamente durante a gravidez) ela pode gerar um filho saudável, se a genética assim decidir.

Ainda no século XIX, época da expansão da ideia de educação física nos Estados Unidos, em meio a uma ideologia puritana de cuidado com o corpo, William Blaikie (apud COURTINE ,1995, p. 94), autor que pregava um estilo de vida fundado na disciplina física e moral, afirmou: “vosso corpo testemunha

vossas qualidades morais”. No início do século XXI, podemos ler nessa matéria de que “o grau de domínio que temos sobre nosso organismo está estampado na nossa aparência. A aparência física é o espelho do autocuidado”, como define o médico Renato Maia Guimarães, presidente da Associação Internacional de Gerontologia e Geriatria (DIAS; MAGALHÃES, 2009, p. 133). A ideia é que ao analisar o estado de nossa aparência (pele, dentes, cabelo) podemos ter uma noção de como estamos nos alimentando, se temos maus hábitos como o fumo, a ingestão excessiva de álcool, o sedentarismo etc. Tendo em vista a associação cada vez maior da bioescese a uma espécie de preceito socialmente legitimado, a afirmação de Blaikie ganha uma nova dimensão. A forma com que nos apresentamos visualmente, portanto, é ainda passível de julgamentos morais, porém em sentido diferente do proposto no século XIX, quando as bases morais em que essas práticas se baseavam eram diferentes.<sup>3</sup> A associação entre o que é visível, nossa identidade imagética, e o que somos, é cada vez maior, como argumenta Ehrenberg (1991 apud FREIRE FILHO, 2009, p. 64):

Nós estamos na era da aparência interior. Para encontrar um emprego ou para ser amado, para usufruir de uma relação humana é necessário mostrar sua interioridade psíquica, conferir-lhe uma corporeidade quase palpável perante os olhos de outrem.

Essa matéria de também deixa bastante explícita uma concepção que aparece cada vez mais como

verdade: a necessidade de se conhecer o corpo como primeiro passo para um comportamento “correto” em relação à saúde. Em uma passagem do texto, o geriatra Ângelo Bôs, da PUC do Rio Grande do Sul, ratifica: “um dos maiores obstáculos para as pessoas não mudarem seus hábitos é o desconhecimento sobre o próprio corpo” (DIAS; MAGALHÃES, 2009, p. 134). Tal desconhecimento, em um futuro próximo, será praticamente impossível, pelo menos no que depender dos especialistas consultados pela revista, que encerra a reportagem bradando sobre a necessidade de se apresentar o corpo humano às crianças, ainda na escola, de maneira a associá-lo a doenças e à necessidade de hábitos saudáveis, acabando com o distanciamento normalmente verificado em livros didáticos. Afinal, exclamam as jornalistas que assinam o texto, “é de criança que se aprende a ficar velho”. Ou, talvez, para tecer um discurso mais alinhado com a contemporaneidade, “é de criança que se aprende a evitar, a qualquer custo, a natural decrepitude”.

## 5 Considerações Finais

Em minha pesquisa, evito apresentar a autoajuda (tanto a dos livros quanto a difundida pela mídia através da prática do aconselhamento) como impositora de formas determinadas de conduta. Proponho, sim, que ela induz ao comprometimento com uma série de comportamentos por meio de um engajamento prazeroso e subjetivo com

**3** Algumas ideias a respeito desse assunto receberam contribuições valiosas da professora Paula Sibilia, na ocasião da disciplina “Corpo, subjetividade e tecnologias” oferecida no curso de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense (UFF), em 2010.

propostas ligadas à busca pela melhoria e pelo aperfeiçoamento das qualidades mentais e corporais. Nesse sentido, a ideia de “ação sobre a ação” formulada por Foucault (1995) aparece como uma noção fundamental para a compreensão da autoajuda como uma prática de “condução da conduta” e fomentadora de subjetividade, espécie de dimensão psíquica da ação do poder, pela forma com que age no sentido de nos constituir como sujeitos.

É interessante, nesse sentido, a proeminência da questão da liberdade como um dos conceitos mais valorizados pela autoajuda e pela prática do aconselhamento na mídia, se levarmos em consideração que, para Foucault, o poder só se exerce, justamente, sobre sujeitos livres. Podemos pensar a prática do aconselhamento como uma espécie de “ação sobre a ação”, um modo de manifestação do poder estudado por Foucault (1995, p. 243) que induz a determinadas formas de “governo da conduta” não pela violência, mas pelo consentimento. Governo, de acordo com o pensador francês, seria uma forma de “estruturar o eventual campo de ação dos outros”. Os produtos midiáticos alinhados à ideia de aconselhamento se inserem nesta lógica ao incentivarem o comprometimento com uma série de práticas de autorreflexão e autocontrole, que apresentam modelos válidos de indivíduos e de estilos de vida. Consequentemente, o ethos da autoajuda também favorece a delimitação de padrões de comportamento estipulados como problemáticos.

No caso específico do aconselhamento verificado nas revistas semanais, especialmente na *Veja*, analisada neste artigo, fica patente a substituição das demandas morais, que deixam de estar ligadas a instituições tradicionais como religião, política e família e passam a se ligar, sobretudo, a questões individuais de cuidados com o corpo – com vistas à manutenção da saúde e da beleza e com a mente – visando ao aprimoramento e à performance.

Para Jurandir Freire Costa (2004), esses elementos tradicionais que costumavam estar no topo da hierarquia moral continuam sendo importantes para os indivíduos, mas aparecerem transformados, privatizados, acionados em casos específicos, visando ganhos, em uma utilização instrumental. Em sua posição, como lugar da verdade, aparece o mito cientificista. De acordo com o autor, a mitologia científica vem substituindo as instituições tradicionais na tarefa de propor recomendações morais de teor universal. Essa concepção talvez seja um caminho para começarmos a entender a supracitada profusão de ordenamentos contemporâneos baseados em pesquisas científicas, tomadas como inquestionáveis (a despeito de serem rapidamente substituídas) por veículos de mídia que se propõem a pautar a vida dos indivíduos.

## Referências

BAUMAN, Zygmunt. **A arte da vida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

\_\_\_\_\_. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

- BEZERRA, Benilton. O ocaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica. In: PLASTINO (Org.). **Transgressões**. Rio de Janeiro: Contracapa, 2002. p. 229-239.
- BLACKMAN, Lisa. Self-help, media cultures and the production of female psychopathology. **European Journal of Cultural Studies**, n. 2, p. 219-236, 2004.
- COSTA, Jurandir Freire. A personalidade somática de nosso tempo. In: \_\_\_\_\_. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004. p. 185-202.
- COURTINE, Jean-Jacques. Os stakhanovistas do narcisismo: Body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In: SANT´ANNA, D. (Org.). **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 81-114.
- DIAS, Adriana Lopes; MAGALHÃES, Naiara. Você está no controle. **Veja**, São Paulo, n. 2139, novembro de 2009.
- EHRENBERG, Alain. **Le culte de la performance**. Paris: Calmann-Lévy, 1991.
- FOUCAULT, Michel. Poder-Corpo. In: \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979, p.145-152.
- \_\_\_\_\_. Disciplina. In: \_\_\_\_\_. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 1977. p. 125-204.
- \_\_\_\_\_. **Estratégia, poder-saber**. Ditos e escritos: vol. 4. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Historia da sexualidade III: o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- FREIRE FILHO, João. Renovações da filantropia televisiva: do assistencialismo populista à terapia do estilo. In: FREIRE FILHO, João (Org.) **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 53-88.
- \_\_\_\_\_. Fazendo pessoas felizes: o poder moral dos relatos midiáticos. ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO, 19., 2010. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Compós, 2010.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- ORTEGA, Francisco. Da ascese à bio-ascese ou do corpo submetido à submissão ao corpo. In: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luiz B. Lacerda; VEIGA-NETO, Alfredo. **Imagens de Foucault e Deleuze: ressonâncias nietzschianas**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. p.139-173.
- RIMKE, Heidi Marie. Governing citizens through self-help literature. **Cultural Studies**, v. 14, n. 1, p. 61-78, 2000.
- ROLNIK, Suely. Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização. In: LINS, Daniel (Org.). **Cultura e Subjetividade**. Campinas, SP: Papirus, 1997. p. 19-24.
- SANT´ANNA, Denise Bernuzzi. Cuidados de si e embelezamento feminino: Fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: SANT´ANNA, Denise (Org.). **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 69
- SIBILIA, Paula. O corpo reinventado pela imagem: Barbarella, 1968. **Catálogo da Mostra Cinema 1968**. São Paulo: Centro Cultural Caixa Econômica, 2008.
- \_\_\_\_\_. Felicidade lipoaspirada. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.
- VASCONCELOS, Naumi. et al. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. **Revista mal-estar e subjetividade**, v. 4, n. 1, p. 65-93, mar. 2004.
- VAZ, Paulo. O sentido das notícias sobre saúde na cultura contemporânea. **ECO-PÓS**, v. 10, n.1, p.107-119, 2007.

**Self-help culture:  
“counseling outbreak” and the  
bioascesis in the media****Abstract**

In this paper, I investigate the media aspect of the self-help culture. The increasingly frequent presence of experts, especially from the called psi field, form what Bauman called “counseling outbreak”. That is, in addition to informing, weekly magazines (and other media) have been counseling and guiding readers in the most distinct aspects of their lives. Since the 1990s this phenomenon is mostly seen and we analyzed it here through articles from *Veja* magazine related to the new moral of health and fitness.

**Keywords**

Self Help. Counseling. *Veja* magazine. Health. Fitness.

**Cultura de la autoayuda:  
“brote de asesoramiento” y la  
bio ascesis en los medios****Resumen**

En este trabajo, investigo el aspecto mediático de la cultura de la auto-ayuda. La presencia cada vez más frecuente de los expertos, especialmente del denominado campo psi forma lo que Bauman llama de “brote de asesoramiento”. Es decir, además de informar, las revistas semanales (y otros medios de comunicación) se han dispuesto a asesorar y orientar a los lectores en los más distintos aspectos de sus vidas. Este fenómeno, visto principalmente desde los años 90, es analizado aquí a través de artículos de la revista *Veja* dedicados a la nueva moral de la salud y de la buena forma.

**Palabras clave**

Autoayuda. Asesoramiento. Revista *Veja*. Salud. Buena forma.

## Expediente

A revista E-Compós é a publicação científica em formato eletrônico da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Lançada em 2004, tem como principal finalidade difundir a produção acadêmica de pesquisadores da área de Comunicação, inseridos em instituições do Brasil e do exterior.

E-COMPÓS | [www.e-compos.org.br](http://www.e-compos.org.br) | E-ISSN 1808-2599

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

Brasília, v.15, n.1, jan./abr. 2012.

A identificação das edições, a partir de 2008, passa a ser volume anual com três números.

### CONSELHO EDITORIAL

**Afonso Albuquerque**, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
**Alberto Carlos Augusto Klein**, Universidade Estadual de Londrina, Brasil  
**Álvaro Laranjeira**, Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil  
**Ana Carolina Damboriarena Escosteguy**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Ana Gruszynski**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Ana Sílvia Lopes Davi Médola**, Universidade Estadual Paulista, Brasil  
**André Luiz Martins Lemos**, Universidade Federal da Bahia, Brasil  
**Ângela Freire Prysthon**, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil  
**Angela Cristina Salgueiro Marques**, Faculdade Cásper Líbero (São Paulo), Brasil  
**Antônio Fausto Neto**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Antonio Carlos Hohlfeldt**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Antonio Roberto Chiachiri Filho**, Faculdade Cásper Líbero, Brasil  
**Arthur Autran Franco de Sá Neto**, Universidade Federal de São Carlos, Brasil  
**Benjamin Picado**, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
**César Geraldo Guimarães**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil  
**Cristiane Freitas Gutfreind**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Denilson Lopes**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Eduardo Peñuela Cañizal**, Universidade Paulista, Brasil  
**Eduardo Vicente**, Universidade de São Paulo, Brasil  
**Eneus Trindade**, Universidade de São Paulo, Brasil  
**Erick Felinto de Oliveira**, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
**Florence Dravet**, Universidade Católica de Brasília, Brasil  
**Gelson Santana**, Universidade Anhembi/Morumbi, Brasil  
**Gislene da Silva**, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil  
**Guillermo Orozco Gómez**, Universidad de Guadalajara  
**Gustavo Daudt Fischer**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Hector Ospina**, Universidad de Manizales, Colômbia  
**Herom Vargas**, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil  
**Ieda Tucherman**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Inês Vitorino**, Universidade Federal do Ceará, Brasil  
**Jnice Calafa**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Jay David Bolter**, Georgia Institute of Technology  
**Jeder Silveira Janotti Junior**, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil  
**João Freire Filho**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**John DH Downing**, University of Texas at Austin, Estados Unidos  
**José Afonso da Silva Junior**, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

**José Carlos Rodrigues**, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil  
**José Luiz Aídar Prado**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil  
**José Luiz Warren Jardim Gomes Braga**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Juremir Machado da Silva**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Laan Mendes Barros**, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil  
**Lance Strate**, Fordham University, USA, Estados Unidos  
**Lorraine Leu**, University of Bristol, Grã-Bretanha  
**Lucia Leão**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil  
**Malena Segura Contrera**, Universidade Paulista, Brasil  
**Márcio de Vasconcelos Serelle**, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil  
**Maria Aparecida Baccega**, Universidade de São Paulo e Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil  
**Maria das Graças Pinto Coelho**, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil  
**Maria Immacolata Vassallo de Lopes**, Universidade de São Paulo, Brasil  
**Maria Luiza Martins de Mendonça**, Universidade Federal de Goiás, Brasil  
**Mauro de Souza Ventura**, Universidade Estadual Paulista, Brasil  
**Mauro Pereira Porto**, Tulane University, Estados Unidos  
**Mirna Feitoza Pereira**, Universidade Federal do Amazonas, Brasil  
**Nilda Aparecida Jacks**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Paulo Roberto Gibaldi Vaz**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Potiguara Mendes Silveira Jr**, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil  
**Renato Cordeiro Gomes**, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil  
**Robert K Logan**, University of Toronto, Canadá  
**Ronaldo George Helal**, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
**Rose Melo Rocha**, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil  
**Rossana Reguillo**, Instituto de Estudios Superiores del Occidente, Mexico  
**Rousiley Celi Moreira Maia**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil  
**Sebastião Carlos de Moraes Squirra**, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil  
**Sebastião Guilherme Albano da Costa**, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil  
**Simone Maria Andrade Pereira de Sá**, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
**Tiago Quiroga Fausto Neto**, Universidade de Brasília, Brasil  
**Suzete Venturelli**, Universidade de Brasília, Brasil  
**Valério Cruz Brittos**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Valerio Fuenzalida Fernández**, Puc-Chile, Chile  
**Veneza Mayora Ronsini**, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil  
**Vera Regina Veiga França**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

13/13

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.15, n.1, jan./abr. 2012.

### COMISSÃO EDITORIAL

**Adriana Braga** | Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil  
**Felipe Costa Trotta** | Universidade Federal Fluminense, Brasil

### CONSULTORES AD HOC

**Bruno Campanella**, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
**Gisela Grangeiro da Silva Castro**, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil  
**José Carlos Ribeiro**, Universidade Federal da Bahia, Brasil  
**Luciana Panke**, Universidade Federal do Paraná, Brasil  
**Micael Herschmann**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Tânia Márcia Cezar Hoff**, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil  
**Virginia da Silveira Fonseca**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

### EDIÇÃO DE TEXTO E RESUMOS | Susane Barros

SECRETÁRIA EXECUTIVA | Juliana Depiné

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA | Roka Estúdio

### COMPÓS | [www.compos.org.br](http://www.compos.org.br)

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

Presidente

**Julio Pinto**

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil  
[juliopinto@pucminas.br](mailto:juliopinto@pucminas.br)

Vice-presidente

**Itania Maria Mota Gomes**

Universidade Federal da Bahia, Brasil  
[itania@ufba.br](mailto:itania@ufba.br)

Secretária-Geral

**Inês Vitorino**

Universidade Federal do Ceará, Brasil  
[inesvict@gmail.com](mailto:inesvict@gmail.com)