
O Capital Humano e as Estratégias da Governamentalidade no Culto ao Corpo¹

Julio Cesar SANCHES²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ
Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

Quais são as características do fenômeno do culto ao corpo na contemporaneidade? A partir desse questionamento, partimos da hipótese de que o corpo contemporâneo está assujeitado às dinâmicas de uma biopolítica neoliberal. Usaremos os conceitos de capital humano e de governamentalidade, do filósofo Michel Foucault, com o intuito de apresentar um panorama desse fenômeno na cultura ocidental do século XXI. Acreditamos que a figura do digital *influencer* representa um apelo à visibilidade corporal baseado numa reformulação da moralidade sobre as práticas corporais e pelo governo das subjetividades.

PALAVRAS-CHAVE: corpo; neoliberalismo; capital humano; governamentalidade.

O sujeito e a empresa neoliberal:

Na década de 1970, diferentes países europeus, além dos Estados Unidos da América, viveram um processo de reformulação dos projetos políticos e econômicos que governavam os estados nacionais. O chamado Estado de bem-estar social (*welfare state*), cuja marca primordial demarcava a forte presença de políticas públicas de saúde, educação, cultura e etc., assim como uma máquina estatal robusta, foi sendo transformado pelo projeto político e econômico do neoliberalismo.

A racionalidade operacional do Estado passou a atender não apenas a demandas advindas das populações, através do poder de soberania, mas também absorveu os anseios dos conglomerados empresariais e dos mercados financeiros. Diante disso, uma nova forma de governo foi sendo estabelecida no ocidente. Como afirmam Pierre Dardot e Christian Laval, “essa redução da intervenção política a uma interação horizontal com atores privados introduz uma mudança de perspectiva” (2016, p. 274). Essa transformação se dá essencialmente no âmbito do Estado como agente gerencial das dinâmicas maximizadas pelo neoliberalismo. Nesse sentido, “trata-se, portanto, de um Estado que é *muito mais “estrategista” do que produtor direto de serviços*” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 278).

¹ Trabalho apresentado no GP de Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação e Cultura da ECO-UFRJ, professor substituto do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos da UFBA, bolsista CAPES, e-mail: sanches.julius@gmail.com.

Os anos de 1980 e 1990 serviram para consolidar as relações desse novo modelo de “Estado empresarial” com os imperativos do neoliberalismo. Entende-se que o papel estatal a partir de agora se aproxima da formação de quadros das empresas, fabricando assim um novo olhar sobre o Estado e o seu domínio sobre a população.

Pierre Dardot e Christian Laval (2016) consideram que essa mudança da lógica de “governança” do Estado produz também um espraiamento desses referenciais neoliberais para além das relações entre entidades públicas e privadas. Os autores apontam para um avanço significativo das formas de governo dos sujeitos. Ou seja, há uma extensão dos modos de governo neoliberal, envolvendo diretamente os indivíduos.

A extensão do campo da “governança”, portanto, não é apenas uma trama de relações múltiplas com atores não estatais ou simplesmente o sinal do declínio do Estado-nação, ela significa, mais profundamente, uma mudança do “formato” e do papel do Estado, que é visto agora como uma *empresa a serviço das empresas*. É, sem dúvida, nessa transformação do Estado que se pode aprender melhor a nova articulação entre norma mundial da concorrência e a arte neoliberal de governar os indivíduos (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 288).

Ao afirmar que há uma nova estratégia de governo dos indivíduos, Dardot e Laval (2016) abrem espaço para o debate sobre as dimensões das relações de poder e saber existentes no neoliberalismo. Nesse sentido, buscamos compreender quais são as dinâmicas da mentalidade de governo (governamentalidade) presentes no contemporâneo.

Para o filósofo italiano Maurizio Lazzarato (2017), o conceito de governamentalidade não se restringe à relação entre o Estado e as populações, no processo de governo das condutas e opiniões, mas também está presente na produção significativa de subjetividades e dos aparatos técnicos incorpóreos.

[...] a governamentalidade se dá como um conjunto de técnicas que não podem ser exclusivamente atribuídas ao Estado. Pelo contrário, as empresas privadas vão investir massivamente, por meio do consumo, do *marketing*, da publicidade, do cinema, da comunicação etc., no governo não apenas dos indivíduos e dos seus comportamentos, mas também dos componentes pré-individuais, das modalidades de percepção e das maneiras de sentir, de ver, de pensar etc. Elas não se limitam a fabricar mercadorias, já que elas produzem mundos e os equipam de valores, de estilos de vida, e de um inconsciente - instrumentos incorporais da governança tão eficazes quantos as técnicas mais corporais (LAZZARATO, 2017, p. 168-169).

A perspectiva de uma governamentalidade atravessada pelos componentes incorporais de governança nos possibilita compreender em que sentido o neoliberalismo, como projeto político e econômico, forja também sujeitos neoliberais. Em outras palavras, nos interessa compreender como as dinâmicas neoliberais capturam os indivíduos numa rede de sujeições baseadas em práticas e representações do modelo empresarial, instituindo a concorrência, os projetos, a superação, as metas etc.

O conceito de governamentalidade contemporânea articulada no pensamento de Maurizio Lazzarato (2017) indica uma transformação substancial nos regimes de poder e saber, principalmente pela introdução das dimensões incorpóreas das práticas de governo. Ocorre que esse governo se dá através de um conjunto de dispositivos que gerenciam as atividades de governo. Logo, presumisse que essas técnicas se materializam nos dispositivos.

A concepção de dispositivo apresentada pelo filósofo italiano Giorgio Agamben afirma 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). Portanto, as estratégias da governamentalidade contemporânea permeiam os dispositivos e vice e versa. Nesse sentido, podemos falar de dispositivos de governamentalidade neoliberal.

Pierre Dardot e Christian Laval consideram que a racionalidade neoliberal conseguiu capturar os sujeitos através da reprodução dos modos de governar a política e a economia para capturar também subjetividade dos indivíduos. Em síntese, os autores afirmam que, “precisamente, a grande inovação da tecnologia neoliberal é vincular diretamente a maneira como o homem ‘é governado’ à maneira como ele próprio ‘se governa’” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 332-333).

As práticas dos governos neoliberais, assim como as do mercado financeiro, desenvolveram nos sujeitos uma implacável necessidade de governo de si, transformando consideravelmente as relações entre o Estado e as populações, assim como os sujeitos e a iniciativa privada. Essa racionalidade neoliberal espreada pela vida se concretiza na figura da empresa³.

³ Para melhor entendimento, ver SANCHES, Julio Cesar. **O sujeito-empresa da era neoliberal**. Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0095-1.pdf> - Acessado em 02/07/2019.

A empresa é uma síntese da governamentalidade contemporânea. Nela, as práticas de gerenciamento de risco, as estratégias de acumulação, a produção de sentido, a constituição de uma marca, os projetos e metas tornam-se imprescindíveis. E essas mesmas necessidades estão presentes nos dispositivos de governo de si, como veremos nesse trabalho. No que diz respeito ao século XXI, as transformações históricas e o surgimento de novas instituições e tecnologias, por exemplo, desenvolveram um conjunto de alterações que apontam para uma fragilização das dinâmicas que caracterizavam os séculos da modernidade. Ou seja, não devemos mais pensar nas práticas disciplinares de outrora; é o momento de refletirmos sobre outro modelo social.

O filósofo sul-coreano Byung-chul Han (2015) acredita que a sociedade contemporânea se transformou profundamente por meio do desenvolvimento tecnológico e do enfraquecimento de algumas instituições modernas. Nesse sentido, Han considera que a contemporaneidade é marcada pelo apelo à performance, ao desempenho:

A sociedade disciplinar de Foucault, feita de hospitais, asilos, presídios, quartéis e fábricas, não é mais a sociedade de hoje. Em seu lugar, há muito tempo, entrou uma outra sociedade, a saber, uma sociedade de academias de *fitness*, prédios de escritório, bancos, aeroportos, shopping centers e laboratórios de genética. A sociedade do século XXI não é mais a sociedade disciplinar, mas uma sociedade de desempenho (HAN, 2015, p. 23).

Segundo Byung-chul Han, a característica primordial da sociedade contemporânea é o excesso de positividade, tornando imprescindível os desejos de constante aperfeiçoamento, além de estabelecer também rotinas de avaliação de desempenho e a busca devotada pela alta performance, atributos incorpóreos do mundo empresarial que se espalham pela sociedade. É por isso que “o poder ilimitado é o verbo modal positivo da sociedade de desempenho” (HAN, 2015, p. 24).

As práticas neoliberais de governamentalidade, grosso modo, asseguram que os predicados do mundo empresarial estejam presentes também na vida social. Essa característica de positividade do poder contemporâneo desencadeia uma ramificação das dinâmicas empresariais nas demais relações humanas. Esse fenômeno, por exemplo, é classificado pelo sociólogo francês Alain Ehrenberg (2010) como “culto da performance”.

A dimensão política e econômica neoliberal forja a figura do sujeito-empresa. Personagem contemporâneo que habita desde as relações de trabalho até as relações

amorosas e afetivas⁴, construindo experiências de vida compatíveis com o caráter competitivo e desafiador dos imperativos neoliberais. Esse sujeito é um empreendedor.

Em outras palavras, a racionalidade neoliberal produz o sujeito de que necessita ordenando os meios de governá-lo para que ele se conduza realmente como uma entidade de competição e que, por isso, deve maximizar seus resultados, expondo-se a riscos e assumindo inteira responsabilidade por eventuais fracassos. “Empresa” é também o nome que se deve dar ao governo de si na era neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 328).

Capital humano e o culto da performance:

Em *Nascimento da biopolítica*, o filósofo francês Michel Foucault elaborou um pensamento ímpar sobre a ideia de capital humano. Segundo Foucault, as tradições liberais americanas, francesas e alemãs, do início do século XX, contribuíram para um repertório conceitual que desenvolveu mudanças drásticas nas formas de governo. Foram implantadas lógicas que abarcavam o sujeito, transformando a antiga figura do *homo oeconomicus* num novo personagem: o empreendedor de si.

No neoliberalismo - e ele não esconde, ele proclama isso -, também vai-se encontrar uma teoria do *homo oeconomicus*, mas o *homo oeconomicus*, aqui, não é em absoluto um parceiro da troca. O *homo oeconomicus* é um empresário, é um empresário de si mesmo. Essa coisa é tão verdadeira que, praticamente, o objeto de todas as análises que fazem os neoliberais será substituir, a cada instante, o *homo oeconomicus* parceiro da troca por um *homo oeconomicus* empresário de si mesmo, sendo ele próprio seu capital, sendo para si mesmo seu produtor, sendo para si mesmo a fonte de [sua] renda (FOUCAULT, 2008, p. 310-311).

O sujeito-empresa é uma fabricação do neoliberalismo. O pensamento de Foucault aponta para algumas características importantes desse fenômeno. Entende-se que o empresário de si mesmo só se sustenta numa reafirmação constante de aptidões constitutivas do capital humano. E afinal, o que é capital humano? Em sua revisão da literatura política, Foucault afirma que existem duas formas de capital humano: o capital nato e o capital adquirido.

A perspectiva do capital nato refere-se às características biológicas que predisõem indivíduos e/ou grupos ao acúmulo de bens simbólicos e materiais. Ou seja,

⁴ Para pensar capital afetivo, ver LLOUZ, Eva. *O amor em tempos de capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

essa visão justificaria as desigualdades sociais baseando-se apenas num discurso de que alguns são privilegiados biologicamente, garantindo assim a singularidade dos que vencem diante daqueles que são vencidos, fracos, impotentes e inaptos. Obviamente, como afirma Foucault (2008), a perspectiva do capital nato é essencialista e carregada do germe do racismo.

Em contrapartida, o discurso do capital humano adquirido apresenta uma ideia de que os sujeitos investem em suas competências com o intuito de gerar renda. Logo, o capital humano adquirido é gerenciado por uma escala de investimento. Ou seja, o sujeito investe em educação pensando nos atributos que podem ser adquiridos através desse conhecimento. Devemos, portanto, considerar o capital humano adquirido como um fundo de investimento que trabalha numa lógica de mobilização de fluxos capazes de gerar renda. Assim sendo, “quanto mais se investe em si mesmo, mais meios de obtenção de renda são disponibilizados e, nesse sentido, o sujeito incorpora o processo necessário de formação: educacional, intelectual e cultural, por exemplo” (SANCHES, 2018, p. 5).

O discurso do capital humano, necessariamente, produz uma lógica de investimento total nas aptidões do sujeito. E esse conjunto de investimentos, em larga escala, dialoga com as características neoliberais de produção de subjetividade. Conseqüentemente, o sujeito-empresa é individualista, singular, autônomo e meritocrático. Nesse sentido, devemos concordar com Maurizio Lazzarato (2017) que, no neoliberalismo, “esses processos e técnicas encontram sua realização no “capital humano”, que faz de cada um de nós um “sujeito” responsável e culpado pelas próprias “ações” e “comportamentos” (pp. 172-173).

A busca por liberdade e autonomia, garantidas pelo discurso neoliberal, fabrica subjetividades empreendedoras. Sendo a positividade do poder o elemento primordial da lógica contemporânea de sujeição, há um apelo lógico pela conquista de novas aptidões, pelo aprimoramento de técnicas e práticas, pelo acúmulo de capital humano ilimitado.

Mesmo sendo incorpóreo, em muitos casos, o capital humano é convocado a mobilizar o fluxo de investimentos produzidos pelo sujeito. Ao mesmo tempo que se tem liberdade de escolha e autonomia decisória, o sujeito contemporâneo só viabiliza esse cenário se houver a compreensão de que ele é um ente que gerencia riscos e que compete com os demais e consigo mesmo. Ou seja, não existe uma estabilização do processo de sujeição. Ao contrário, sempre há fluxos e instabilidades - cuja essência se justifica pela necessidade ilimitada de superação. “O desejo de *ser mais* - desafiando e superando, sem

trégua, os próprios limites - cativa o imaginário contemporâneo, mobilizando energias psíquicas, anseios narcísicos de reconhecimento e fantasias de onipotência” (FREIRE FILHO, 2011, p. 37).

A transposição dos obstáculos, o plano de metas, os projetos a serem executados, tudo isso compõe o perfil do sujeito empreendedor de si. Investir, aprimorar, superar e autorrealizar são etapas primordiais para o sucesso da mitologia do sujeito-empresa. É nesse sentido que o sociólogo Alain Ehrenberg afirma que:

A mitologia da autorrealização de massa que predomina desde o último decênio é semelhante a um sistema de heroização de si mesmo em que se deve fazer o esforço de ser si mesmo seu próprio modelo de conduta. Essa identidade de um modelo de conduta personalizado, que vai do mesmo ao mesmo, não dá mais lugar a um discurso sobre a sociedade de massa, em que cada um é indiferenciado, anônimo, já que igual, uniforme, já que semelhante. Pelo contrário, vamos sempre do mesmo ao mesmo, mas pela diferença, pela singularização. É uma outra maneira de viver a semelhança (EHRENBERG, 2010, p. 55).

Alain Ehrenberg (2010) produz um argumento alicerçado no posicionamento de que a lógica da produção de subjetividades empreendedoras desenvolve um movimento duplo: primeiro elas se instituem como marca-sujeito, com uma narrativa de si ímpar, e uma singularização; para em seguida, fabricar o processo de massificação dos resultados positivos dessa marca. Em linhas gerais, o sujeito-empresa é aquele que alcançou um patamar de sucesso (individual), imprimiu à sua experiência uma marca (individual), e tornou-se modelo a ser seguido (massificado).

A massificação da experiência empreendedora torna possível o fenômeno de “culto da performance”. Afinal, é pelo desejo de repetição dos resultados positivos que os “novos empreendedores” vão começar a estabelecer os planos de ação. O capital humano adquirido dos que fazem sucesso torna-se fórmula a ser seguida. Não é por acaso que esse fenômeno do acúmulo de capital humano aparece notadamente em guias, manuais, *best sellers*, filmes e na literatura de autoajuda.

A ambição e a injunção da *performance* se manifestam, também, em outros domínios existenciais. Não se trata somente de uma necessidade econômica, mas de uma doutrina ou de uma utopia de autorrealização que dinamiza o individualismo contemporâneo, dando alento moral a novas formas de concorrência e de diferenciação social (FREIRE FILHO, 2011, p. 37).

A promoção do capital humano, na contemporaneidade, formou uma cultura do cuidado de si diferenciado. Apesar de Michel Foucault (2018) pesquisar uma cultura do cuidado de si pujante entre os gregos da Idade Clássica, a cultura do cuidado de si contemporânea possui mais um apelo estético do que ético, tornando possível apenas uma visibilidade de estratégias de aperfeiçoamento dos atributos corporais, por exemplo. A dimensão ética se restringe à performance, ao desempenho, aos atos que possuem o intuito de governar a si mesmo. É por isso que a estética sobressai no campo do visível, pois torna-se o resultado dos esforços empreendidos. “Em outros termos, estamos nos habituando a entender e explicar a natureza da *vida psíquica e das condutas éticas* pelo conhecimento da materialidade corporal” (COSTA, 2005, p. 203).

Ao falarmos do capital humano e de um culto da performance, estamos apontando para a existência de uma preocupação contemporânea com o corpo, as técnicas corporais e com a visibilidade de atividades que garantem a existência de uma cultura somática baseada na moralização de determinados modos de ser e estar no mundo.

O fenômeno contemporâneo do culto ao corpo:

Culto ao corpo não é um conceito. Entretanto, é uma ênfase dada aos modos como o corpo é tratado no campo social. O psicanalista Jurandir Freire Costa (2005) afirma que “a designação imprecisa chama atenção para o fato de o corpo ter-se tornado um referente privilegiado para a construção das identidades pessoais” (p. 203). Logo, falar do corpo é falar das estratégias de governo dos sujeitos. Diante disso, elencamos a cultura *fitness* como uma das principais técnicas de governamentalidade do corpo contemporâneo. E o que é cultura *fitness*?

Por cultura *fitness* denomino um conjunto de dispositivos que opera em torno da construção de uma representação do corpo que conjuga como sinônimos, saúde e beleza, associando-as a termos representados como plenos de positivities, entre eles, bem-estar, “qualidade de vida” e “vida saudável” (GOELLNER, 2008, p. 247).

A cultura *fitness* se desenvolve a partir de dispositivos regulatórios dos corpos e dos sujeitos, projetando um conjunto de componentes incorpóreos capazes de fabricar determinados estilos de vida. Trata-se de uma cultura baseada na conformação de gestualidades, no desenvolvimento de práticas programáticas e na pedagogia do corpo. Nesse sentido:

A cultura *fitness* desdobra-se de diferentes maneiras e, de forma quase persuasiva, captura mulheres (e também homens) que, ora mais, ora menos, aderem às suas prescrições. As promessas de felicidade a ela agregada movimentam nossos pensamentos, sonhos, desejos, fantasias e, literalmente, nossa materialidade biológica, ou melhor, aquilo que denominamos corpo. A cultura *fitness* inscreve-se em nossa carne (GOELLNER, 2008, p. 248).

A somatização das práticas de governo dos sujeitos é imprescindível para a cultura *fitness*. Dietas, cirurgias plásticas, exercícios físicos e cosméticos incorporam o papel de gerenciamento dos corpos e subjetividades, tramando um imaginário social capaz de enaltecer determinadas silhuetas. Ou seja, “constroem-se corpos enxutos, saudáveis, belos, dinâmicos e sensuais” (GOELLNER, 2008, p. 251). E, além disso, forjam um universo de consumo capaz de produzir o desejo incessante de ser mais, de aprimorar-se, de superar-se, de autorrealizar-se. Logo, a cultura *fitness* mobiliza as mesmas características presentes na figura do sujeito-empresa da sociedade contemporânea. Afinal, o processo de controle dos corpos se dá no culto da performance *fitness*, ao mesmo tempo, reafirma o capital humano individual.

As experiências de vida contemporâneas são atravessadas pela “ética do cuidado consigo mesmo” (COSTA, 2005), sendo elas capitalizadas majoritariamente pelo apelo ao corpo *fitness*. Ocorre que o indivíduo contemporâneo, sendo gestor de si mesmo, tornou-se responsável pelas escolhas que são feitas em relação ao corpo, à saúde e à aparência, por exemplo. Nesse sentido, devemos pontuar que a política sobre a vida contemporânea desenvolve novas faces do biopoder⁵.

O sociólogo britânico Nikolas Rose considera que, na contemporaneidade, o biopoder desenvolve diferentes modos dos sujeitos atuarem sobre si mesmos. Por meio dos discursos de autonomia e liberdade, cuja matriz é neoliberal, os sujeitos contemporâneos tomam para si a tarefa de cuidar do corpo e da saúde, produzindo assim posições de sujeito que eticamente “escolhem” adotar condutas *fitness*, por exemplo. Nesse sentido, o investimento em saúde é uma característica primordial do biopoder contemporâneo. Logo, “a saúde, entendida como um imperativo, para si e para os outros, para maximizar forças e as potencialidades do corpo vivente, tornou-se um elemento decisivo nos regimes éticos contemporâneos” (ROSE, 2013, p. 41).

⁵ Para aprofundamento do debate sobre biopoder contemporâneo, ver RABINOW, Paul; ROSE, Nikolas. *O conceito de biopoder hoje*. In: Política & trabalho - Revista de Ciências Sociais, n 24, abril de 2006, p.27-57. <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/politicaetrabalho/article/view/6600/4156>

O estilo de vida saudável tornou-se imperativo na cultura *fitness*, assim como o consumo baseado na lógica do controle biopolítico (individual e coletivo). O entendimento do corpo passa a ser configurado como um rascunho passível de alterações, comedimentos, privações e diferentes atividades de gerenciamento dos hábitos. Conseqüentemente, o consumo se baseia no apelo pela reprodução dos valores morais que abarcam o estilo de vida saudável e criminaliza aqueles corpos que não aderem às práticas saudáveis. É por esse motivo que:

Na atualidade, desenvolvemos uma espécie de hipersensibilidade a qualquer problema no domínio da aparência corporal. Nos sentimos, com frequência, melindrados por qualquer observação sobre nossa aparência física, pois estamos entregues, sem defesas, ao escrutínio moral do outro (COSTA, 2005, p. 199).

O culto ao corpo desenvolve certa relação de julgamento moral a cerca do cuidado de si, mas implica não apenas um governo de si; sugere também uma política de governo dos outros. Afinal, a circulação dos valores morais da cultura *fitness* promove uma hegemonia dos discursos biopolíticos da felicidade, do sucesso, do bem-estar e de estilos de vida saudável. Em síntese, há uma moralidade alicerçando as práticas que incitam o culto da alta performance e do acúmulo de capital humano via cultura *fitness*.

No que diz respeito às mídias contemporâneas, percebe-se um adensamento da visibilidade dos corpos e dos discursos *fitness*, tornando o fenômeno também midiático. A publicidade, por exemplo, exerce o papel de propagação dos valores morais que constituem a moral da boa forma. Evidentemente, nas mídias, “o corpo se tornou a vitrine compulsória de nossos vícios e virtudes, permanentemente devassada pelo olhar do outro anônimo” (COSTA, 2005, p. 198).

Um dos principais sintomas dessa relação do eu com o outro, assim como o eu e o corpo, é o deslocamento das práticas éticas rumo às dimensões estéticas da existência. O que nos leva a crer que a visibilidade midiática do corpo mobiliza exatamente as engrenagens dos dispositivos de governo da cultura *fitness*. Isso quer dizer que desde o século XX, “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” (PELBART, 2013, p. 27).

A “virada corporal”, indiscutivelmente, colocou a condição corporal no centro das experiências de vida, produzindo uma impregnação dos valores morais da cultura *fitness*

em diferentes níveis da vida social. Por isso, talvez seja possível, falarmos na existência de um vasto universo de significações incorpóreas que fomentam a hegemonia da cultura *fitness* da contemporaneidade. Mas, para além disso, Jurandir Freire Costa afirma que esse fenômeno desenvolve uma desconfiança persecutória entre os sujeitos:

(...) o outro se tornou um observador incômodo e invasivo de nossos possíveis desvios bioidentitários e não um parceiro de ideias comuns. Se nos sentimos bem com a nossa forma física, tememos que o outro nos inveje por não ter alcançado o que alcançamos; se nos sentimos mal, ele é um suposto acusador, que nos humilha pelo simples fato de encarnar a norma somática que lutamos, encarniadamente, para corporificar (COSTA, 2005, p. 199).

O controle dos corpos e subjetividades produzidos pela moral da cultura *fitness*, destaca uma crescente rivalidade entre os sujeitos. Ocorre que essa característica da desconfiança deve ser traduzida por uma lógica de concorrência que há entre os sujeitos. Se o fenômeno contemporâneo de culto ao corpo se sustenta pela proliferação de condutas neoliberais, nas diferentes relações sociais, o cuidado e o gerenciamento de si requer também um culto da alta performance, aprimoramento, e um acúmulo de capital humano - aqui sendo capitaneado pela ideia de cuidado com o corpo, a saúde e a aparência.

O princípio geral da competência biopolítica dos sujeitos, que faz funcionar a roda do capitalismo globalizado, pode ser assim enunciado: *tem valor quem consegue comunicar (e vender) seu capital humano*. Autocapitalização. Isso implica ter lugar, transformar-se nesse capital, tornar-se um Você S/A, um microempreendedor de si próprio, em ser como tal reconhecido pelos seus pares (PRADO, 2011, p. 55).

A concorrência entre os sujeitos da cultura *fitness* deve ser entendida como uma instância da própria busca pela alta performance, pelo estabelecimento de narrativas vencedoras, assim como pela formação de uma identidade baseada na superação de obstáculos. Nikolas Rose afirma que a contemporaneidade produziu novos modos de subjetivação, tal como afirmamos nos tópicos anteriores, baseados numa transformação das técnicas de governos dos sujeitos. É por esse motivo que:

Indivíduos contemporâneos são incitados a viver como se fossem *projetos*: eles devem *trabalhar* seu mundo emocional, seus arranjos domésticos e conjugais, suas relações com o emprego e suas técnicas de prazer sexual; devem desenvolver um “estilo” de vida que

maximizará o valor de suas existências para eles mesmos (ROSE, 2011, p. 218).

O estabelecimento dos projetos de vida, dos “estilos de vida”, e das metas presentes na lógica da vida contemporânea são expressões das transformações forjadas pelo poder e saber que administram a sociedade de desempenho (HAN, 2015). Veremos a seguir algumas expressões desse fenômeno de culto ao corpo atado às práticas neoliberais de um culto da performance e de um apelo ao capital humano.

Selfs midiaticizados:

As subjetividades neoliberais ganham visibilidade no espaço midiático. As tecnologias da comunicação, por exemplo, possibilitaram a existência de uma ampla divulgação dos modos hegemônicos de lidar com o corpo. A pesquisadora Paula Sibilia (2008) reconstrói um panorama das práticas discursivas que formam o eu na modernidade. Segundo Sibilia, “a experiência de si como um *eu* se deve, portanto, à condição de narrador do sujeito: alguém que é capaz de organizar sua experiência na primeira pessoa do singular” (2008, p. 31).

A experiência de vida dos sujeitos *fitness* ganha visibilidade nas redes sociais e internet através de relatos cotidianos sobre como exercem as práticas de governo prescritas nos dispositivos da cultura *fitness*. É na divulgação massiva do controle dos hábitos, da rotina de atividades, dos projetos individuais que a cultura *fitness* se ramifica como experiência corporal cultuada em larga escala.

Nesta cultura das aparências, do espetáculo e da visibilidade, já não parece haver motivos para mergulhar naquelas sondagens em busca dos sentidos abissais perdidos dentro de si mesmo. Em lugar disso, tendências exibicionistas e performáticas alimentam a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de *ser visto*. Cada vez mais, é preciso *aparecer* para *ser* (SIBILIA, 2008, p. 111).

A promoção da imagem de si nas redes sociais (*Facebook, Instagram, Youtube, Twitter*, etc.) se baseia não apenas no desejo de ser visto pelo outro, mas também no de tornar-se modelo de conduta (EHRENBERG, 2010). Essa lógica se sustenta pela figura dos digitais *influencers*, pessoas que ganham notoriedade pela imagem construída de si na internet. São *personas* públicas que influenciam outras no mundo digital, ganhando

seguidores, através de práticas discursivas de *expertise*. O digital *influencer* não é uma autoridade que define o regime de verdade nos moldes clássicos; ele é um personagem que embaralha o discurso de autoridade e apresenta alternativas discursivas aos seus seguidores.

Os digitais *influencers* infiltram os discursos das autoridades (sejam elas científicas, jurídicas ou estatais), fabricando um novo cenário sociocultural. Eles trabalham como “peritos” de uma outra “verdade”, não mais a oficial, pois querem ser porta-vozes de discursos que relatam a “visão de um sujeito comum”. É desse modo que a “*expertise* opera através da sua relação particular com as capacidades de autorregulação dos sujeitos” (ROSE, 2011, p. 218).

Uma das principais características dos digitais *influencers* da cultura *fitness* é a exploração das narrativas de sucesso adquiridas através das práticas de governo de si. Personas como Léo Stronda, Gracyanne Barbosa, Bella Falconi, Gabriela Pugliese, Eva Andressa, Carol Buffara, Marcio Atalla etc. formam uma rede de “peritos” que divulgam como conseguiram estabelecer planos de sucesso para efetivamente viver um estilo de vida saudável, sempre apontando a experiência individual como caminho a ser seguido.

O papel da *expertise* do eu midiático do *influencer* é o de se estabelecer como especialista *in loco*, como alguém que põe em prática, no dia-a-dia, as atividades e técnicas que divulga nas redes sociais. Assim sendo, o *influencer* possui a aura de quem vive o estilo de vida que propaga e é responsável pelo seu próprio sucesso.

Torne-se inteiro, torne-se o que você quiser, torne-se você mesmo: o indivíduo deve tornar-se, por assim dizer, um empresário dele mesmo, procurando maximizar seus próprios poderes, sua própria felicidade, sua própria qualidade de vida, embora aprimorando essa autonomia e, assim, instrumentalizando suas escolhas autônomas a serviço do seu estilo de vida (ROSE, 2011, p. 220).

Influenciadores de comportamento e de consumo, os agentes da *expertise* propagam discursos que adensam a cultura *fitness* e inflam o sujeito contemporâneo com as ideias de autonomia e liberdade aclamadas pela lógica neoliberal. Ao adquirirem fama e sucesso, os digitais *influencers* provocam diálogos exaustivos com seus seguidores sobre temas que se correlacionam aos estilos de vida que adotaram e que estão endereçando ao outro. Esse endereçamento discursivo se trata sempre de um relato de sucesso. É uma narrativa do eu que alcançou as metas estabelecidas e então “aconselha” os demais a instituir seus devidos projetos pessoais.

A autoridade dessas celebridades está fundamentalmente baseada na experiência e num determinado conjunto de traços corporais. Elas trazem no corpo (mas também nas viagens, na alimentação, na rotina de exercícios) aquilo que aconselham. É como se todas essas condutas, inclusive aquelas sobre o corpo, a saúde e o bem-estar, se configuram como insígnias do autocontrole e da busca pelo autoaprimoramento. Não há celulites, escritas, gorduras ou rugas aparentes, mas há músculos definidos, corpo torneado (ou “seco”, sem excesso de gordura, nos termos observados), pele lisa, roupas novas e assim por diante. Nesse sentido, elas e seus próprios corpos são como marcas vivas (*life brands*, no sentido de Lewis) do estilo de vida que praticam e recomendam a seus seguidores (SACRAMENTO; NEY; LOPES, 2018, p. 8).

A recomendação de práticas e atividades demarcam nos discursos dos digitais *influencers* a potência de um culto da performance. Afinal, “hoje, cada um, independente de onde venha, deve realizar a *façanha* de *tornar-se* alguém por meio de sua própria singularização” (EHRENBERG, 2010, p. 172). Ou seja, os seguidores podem e devem escolher autonomamente quais estilos de vida seguir e quais estratégias devem ser implementadas para alcançar os devidos resultados almejados.

O eu midiático é um agente importante nos discursos democráticos das sociedades neoliberais. Ele figura como um mobilizador dos discursos e práticas dos dispositivos de governo de si. Ao mesmo tempo que forma uma espessa camada de performances de si, modelizando práticas biopolíticas de governo de si e dos outros, desenvolve também um ambiente de singularidades autônomas. Nesse sentido, o próprio fenômeno do culto ao corpo contemporâneo joga com as idiosincrasias de uma época em que as relações políticas, religiosas, institucionais, familiares e amorosas tornaram-se incertas e fluidas.

O sujeito contemporâneo, ao vivenciar as experiências de vida a partir do culto ao corpo, baseado na lógica empreendedora neoliberal, está cegamente preocupado com “o único espaço que restou à utopia, à criação”, como diz Francisco Ortega (2005).

Referências bibliográficas:

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

COSTA, Jurandir Freire. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

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

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida, SP: Ideias & letras, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. **História da sexualidade 3**: O cuidado de si. São Paulo: Paz e Terra, 2018.

FREIRE FILHO, João. Sonhos de grandeza: o gerenciamento da vida em busca da alta performance. In: _____; PINTO COELHO, Maria das Graças. **A promoção do capital humano**: mídia, subjetividade e o espírito do capitalismo. Porto Alegre: Sulina, 2011. pp.27-50.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A cultura fitness e a estética do comedimento: as mulheres, seus corpos e aparências. In: STEVENS, Cristina; SWAIN, Tania Navarro. **A construção dos corpos**: perspectivas feministas. Florianópolis: Mulheres, 2008.

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

LAZZARATO, Maurizio. **O governo do homem endividado**. São Paulo: N-1 edições, 2017.

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, pp.139-173.

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

PRADO, José Luiz Aidar. De navios a estrelas na construção biopolítica do eu capital. In: FREIRE FILHO, João; PINTO COELHO, Maria das Graças. **A promoção do capital humano**: mídia, subjetividade e o espírito do capitalismo. Porto Alegre: Sulina, 2011. pp.50-72.

ROSE, Nikolas. **A política da própria vida**: biomedicina, poder e subjetividade no século XXI. São Paulo: Paulus, 2013.

_____. **Inventando nossos selfs**: psicologia, poder e subjetividade. Petrópolis/RJ: Vozes, 2011.

SACRAMENTO, Igor; NEY, Gáudio Uchôa; LOPES, Luísa. **As musas fitness do Instagram**: governamentalidade neoliberal e a produção da subjetividade contemporânea. Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1456-1.pdf> - Acessado em 02/07/2019.

SANCHES, Julio Cesar. **O sujeito-empresa da era neoliberal**. Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0095-1.pdf> - Acessado em 02/07/2019.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.