

AS PEDAGOGIAS DA MÍDIA E A CONSTRUÇÃO DA MEDICALIZAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

Danielle Schütz¹
Daniela Ripoll²

RESUMO

A medicalização é um processo pelo qual problemas não médicos passam a ser tratados como enfermidades e desordens. Nesse sentido, trata-se da rotulagem dos seres humanos como portadores de patologias diversas (hiperatividade, bipolaridade, depressão, ansiedade, etc.), sendo então responsabilizados pela própria saúde, pela própria doença e, também, pela própria cura. Este trabalho tem o objetivo de verificar, a partir dos Estudos Culturais, quais são as representações e as práticas representacionais relacionadas à medicalização em 91 edições da revista VEJA publicadas entre janeiro de 2011 e setembro de 2012. Os resultados demonstram que a mídia ensina, de forma espetacular e prazerosa, uma série de aspectos relacionados ao corpo, à saúde e à vida, promovendo e colocando em circulação múltiplos significados, fixando e naturalizando representações, comportamentos e práticas culturais.

Palavras-chave: Pedagogias culturais; medicalização; Estudos Culturais.

ABSTRACT

The medicalization is a process by which nonmedical problems become treated as diseases and disorders. In this sense, it is the labeling of human beings as bearers of different pathologies (hyperactivity, bipolar disorder, depression, anxiety, etc.), then being held accountable for their own health, the disease itself and also for their own healing. This work aims to verify, from Cultural Studies perspective, which are the representations and representational practices related to medicalization in 91 issues of VEJA magazine published between January 2011 and September 2012. The results demonstrate that the media teaches, in a spectacular and enjoyable way, a number of aspects related to the body, health and life, promoting and putting into circulation multiple meanings, fixing and naturalizing representations, behaviors and cultural practices.

Keywords: Cultural pedagogies; medicalization; Cultural Studies.

INTRODUÇÃO

Os diversos artefatos midiáticos disponíveis nos dias de hoje, tais como as revistas, os jornais, os sites e os textos jornalísticos nos apresentam, continuamente, uma questão que vem sendo discutida por muitos pesquisadores em variadas áreas do conhecimento: a medicalização da sociedade. Segundo Santos (2012), baseado nas ideias de Peter Conrad (2007), a medicalização é “um processo pelo qual problemas

1 Curso de Licenciatura em Artes Visuais/ULBRA e Bolsista PROICT/ULBRA

2 Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil (PPGEDU- ULBRA).
daniela_ripoll@terra.com.br

não médicos passam a ser tratados como enfermidades e desordens” (p. 19). Trata-se de um processo no qual os seres humanos passam a ser rotulados como portadores de patologias diversas (hiperatividade, bipolaridade, depressão, ansiedade, etc.) e, também, passam a ser responsabilizados pela própria saúde, pela própria doença e também pela própria cura – que pode ser obtida através de remédios, mudança de estilos de vida e dos comportamentos tidos como arriscados pelos especialistas. O processo de medicalização, segundo Conrad (2007), não pode ser visto apenas como uma ação isolada de determinado grupo, como os profissionais da área da saúde, mas deve ser entendido como envolvendo outros segmentos da sociedade como as organizações não governamentais e a indústria farmacêutica.

Conrad (op. cit.) afirma que os sociólogos têm estudado o processo de medicalização desde o final da década de 1960. Os primeiros estudos, segundo ele, se concentravam na “medicalização dos desvios”, mas logo o conceito foi aplicado a uma ampla gama de problemas humanos que foram “entrando” na jurisdição médica (alcooolismo, menopausa, disfunção erétil, etc.).

No início, os primeiros estudos atribuíam aos médicos a causa do processo de medicalização (e expressões tais como “imperialismo médico” ou, ainda, “imperialismo da medicina” começaram a ser utilizadas pelos sociólogos). Mas, segundo Conrad (2007) “logo ficou claro, porém, que a medicalização era mais complicada que a incorporação de novos problemas pelos médicos. Em casos como o do alcoolismo, o processo de medicalização foi realizado, primeira e principalmente, por um movimento social (Alcoólicos Anônimos), e os médicos foram ‘adotantes tardios’ da visão do alcoolismo como uma doença” (p. 20).

O ponto principal desta discussão, contudo, diz respeito a um deslocamento, processado no século XX: comportamentos que já foram definidos como “imorais”, “pecaminosos” ou “criminais” foram imbuídos de significados médicos – ou seja, moveram-se da zona da “maldade” para a zona da “doença”. Além disso, lembra-nos Conrad, certos processos vitais comuns também foram medicalizados, incluindo a ansiedade e o humor, a menstruação, o controle da natalidade, a infertilidade, o parto, a menopausa, o envelhecimento e a morte. Segundo ele, “o crescimento de categorias medicalizadas sugere um aumento na medicalização, mas esse crescimento não é simplesmente um resultado da colonização médica ou de certo “empreendedorismo moral” (p. 21). Na verdade, atribui-se o aumento da medicalização a inúmeros fatores sociais (a diminuição do espaço reservado à religião no dia-a-dia; a “fê inabalável” na Ciência, na racionalidade e no progresso; o aumento do prestígio e do poder da profissão médica; a ampliação da noção de que todos os problemas podem ser resolvidos individual e tecnologicamente; etc.), mas eles forneceriam, segundo Conrad (2007), o contexto para o processo ocorrer (e não necessariamente o explicariam). Outros fatores que fomentaram a medicalização têm a ver com a diminuição da tolerância a sintomas leves, “estimulando a medicalização progressiva da aflição física em que alguns estados corporais desagradáveis e sintomas isolados são reclassificados como doenças” (CONRAD, 2007, p. 25), bem como com a ampliação da indústria farmacêutica como um todo.

Este trabalho tem o objetivo de verificar, a partir dos Estudos Culturais, quais são as representações e as práticas representacionais relacionadas à medicalização em 91 edições da revista VEJA publicadas entre janeiro de 2011 e setembro de 2012.

REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Para os Estudos Culturais, “cultura não é tanto um conjunto de coisas – romances, pinturas, programas de TV, quadrinhos, filmes, revistas – mas um processo, um conjunto de práticas” (HALL, 1997). De uma maneira mais ampla, “cultura” tem a ver com a produção e o intercâmbio de significados. Os Estudos Culturais concebem a cultura como campo de luta em torno dos significados (SILVA, 2000). Hall (1997) afirma que há várias formas de definir “cultura”, sendo um dos conceitos mais difíceis das ciências sociais e humanas. Numa definição que Hall (op. cit.) chama de mais tradicional, “diz-se que a cultura incorpora ‘o melhor que já se pensou e disse’ em uma sociedade – isto é, a ‘alta cultura’ de uma época”; desde uma definição mais moderna do termo, utilizar-se-ia ‘cultura’ para “se referir às formas amplamente distribuídas de música popular, publicidade, arte, design e literatura, ou as atividades de lazer e entretenimento, que compõem o dia-a-dia da maioria das pessoas comuns”; Hall (1997) também refere uma definição mais antropológica do termo, designando “tudo o que seja distintivo com respeito ao modo de vida de um povo, comunidade, nação ou grupo social”, bem como uma definição mais sociológica, “usada para descrever os valores partilhados de um grupo ou sociedade”. Para os Estudos Culturais, segundo Hall, “cultura não é tanto um conjunto de coisas – romances e pinturas ou programas de TV e quadrinhos – quanto um processo, um conjunto de práticas”. A cultura, em seu sentido mais amplo, “é uma forma de atividade que implica alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades” – e, nesse sentido, a cultura modela os indivíduos, evidenciando e cultivando suas potencialidades e capacidades de fala, ação e criatividade (KELLNER, 2001).

Dentre as inúmeras manifestações sociais, a cultura visual assume papel de destaque no campo da produção imagética, na medida em que se expande e se interliga com domínios artísticos, científicos e tecnológicos. Estudiosos como Gillian Rose (2001) tratam a visualidade como sendo a “construção cultural dos nossos olhares” – nesse sentido, as inúmeras significações acerca do mundo social também são criadas através de imagens visuais apresentadas pelos diferentes tipos de tecnologias visuais englobando as produções artísticas e teatrais, bem como os meios de comunicação. Rose (2001) afirma, ainda, que a visualidade é o modo como construímos culturalmente nossas maneiras de ver. A diversidade de textos imagéticos e escritos que nos são apresentados permite que se façam interpretações variadas do mundo, e assim, ampliam nossas visões particulares de mundo.

A área dos Estudos Culturais tem “o compromisso de marcar, situar e analisar seus objetos de pesquisa dentro de uma complexa rede de práticas culturais e de relações de poder imbricadas” (NELSON, TREICHLER e GROSSBERG, 1995). O campo

dos Estudos Culturais é eminentemente crítico e está especialmente envolvido com o questionamento de categorias e práticas tidas como naturais (ou, ainda, naturalizadas nas/pelas práticas culturais).

Os Estudos Culturais reúnem uma gama de posições teóricas e políticas, mesmo que divergentes em muitos aspectos. Trata-se de um campo interdisciplinar, adisciplinar ou, ainda, antidisciplinar, já que suas ideias e saberes atuam de forma heterogênea e muitas vezes incompatível com diversas disciplinas acadêmicas. Os Estudos Culturais, apesar de heterogêneos, possuem duas principais tendências metodológicas: a investigação direta das populações e grupamentos humanos e, também, o estudo da comunicação de massa e da literatura.

Hall (1997) aponta que a mídia é uma parte crítica das sociedades modernas e um dos principais meios de circulação de idéias, imagens, necessidades e sentimentos dessas sociedades. A mídia não apenas “transmite” ou “relata” acontecimentos, mas cumpre um papel pedagógico na medida em que constrói práticas de representação através de suas múltiplas linguagens. Para Amaral (2000), é possível identificar novos educadores e novos domínios pedagógicos representados pela mídia e suas produções, que persistentemente produzem representações acerca das coisas do mundo.

A representação tem participação ativa na construção dos modos de ser e de agir das práticas cotidianas, não sendo considerada apenas como um mero registro ou, ainda, como um reflexo dos eventos que se processam no mundo. Segundo Stuart Hall (1997), construímos o significado das coisas utilizando sistemas de representação que atuam na constituição das identidades dos sujeitos, bem como atuam na produção de entendimentos relativos ao corpo, às responsabilidades individuais e coletivas, à Ciência, à Tecnologia, etc. As representações produzidas e postas em circulação pelos artefatos culturais midiáticos atuam de forma sutil, “ensinando” uma série de lições e produzindo uma série de verdades sobre determinadas características e comportamentos humanos – lições e verdades essas que veremos a seguir.

O conceito de “pedagogia cultural”, proposto e desenvolvido por Giroux e McLaren (1995), assume que existe pedagogia em qualquer lugar em que o conhecimento é produzido. Para Steinberg (2004), o termo “pedagogia cultural” refere-se à ideia de que a educação ocorre numa variedade de locais sociais, incluindo a escola, mas não se limitando a ela. Locais pedagógicos são aqueles onde o poder se organiza e se exercita, tais como bibliotecas, TV, filmes, jornais, revistas, brinquedos, anúncios, videogames, livros, esportes, etc. Tal conceito, em certa medida, tem orientado a realização de muitos trabalhos na linha dos Estudos Culturais em Educação, bem como tem servido para expressar que se está considerando existirem outras pedagogias – pedagogias diferentes da acepção mais tradicional, já que insistentemente praticadas pelos meios de comunicação

Esse trabalho foi realizado a partir da análise minuciosa dos exemplares semanais da revista VEJA, nos períodos de março de 2011 a outubro de 2012, perfazendo 91 edições. A pesquisa foi complementada por meio de sites de busca de imagens relacionadas ao tema, bem como da análise de blogs que faziam referência à medicalização dos mais variados comportamentos humanos.

A Editora Abril publica a revista VEJA desde 1968 e tem, como “princípios básicos”, de acordo com seu Manual de Estilo (EDITORA ABRIL,1990), “o empenho para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas no país” (p. 15). VEJA apresenta tiragem de 1.168.237 exemplares e circulação líquida de 1.040.559 exemplares (não estão computados, neste total, os dados de VEJA BH, VEJA Brasília, VEJA Rio e VEJA São Paulo). VEJA possui, ainda, 901.830 assinaturas e 138.729 revistas foram vendidas de modo avulso em maio de 20133. Trata-se, assim, da revista de maior circulação nacional.

RESULTADOS PRELIMINARES

A edição 2243 de VEJA (16 de novembro de 2011) apresenta, em sua capa, a chamada intitulada “Oxitocina – O hormônio que intensifica o amor e aquece o sexo”. Nas páginas internas da revista, a reportagem (localizada na Editoria Saúde) adquire outra conotação: “O segredo da paz e do amor – os estudos com a oxitocina, a substância que rege os vínculos afetivos, comprovam a grande influência dos hormônios sobre o comportamento humano” (Figura 1):

Figura 1. O segredo da paz e do amor



Fonte: VEJA, Edição 2243, 16 de novembro de 2011.

3 Fonte: <http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral/imprimir>, acesso em 29/09/2013.

A reportagem atribui à oxitocina e aos hormônios, de uma maneira geral, “grande influência” sobre os mais variados comportamentos humanos, além de garantir que eles são “a porta da felicidade”:

Para que funcionem à perfeição, os hormônios circulam pela corrente sanguínea em doses extremamente precisas. Basta um pouco a mais ou um pouco a menos (o equivalente a uma partícula de poeira) para que a libido, o humor, a vitalidade e a autosssegurança, por exemplo, fiquem abalados.

A reportagem constrói, portanto, tais substâncias como sendo “poderosas” e “centrais” ao bem-estar dos seres humanos. Além disso, em outra parte da reportagem, constrói-se a ideia de que a oxitocina pode se transformar em um “remédio natural”, sem riscos à saúde e com pouquíssimos efeitos colaterais (ver excertos abaixo):

(...) a oxitocina tem se revelado o hormônio com a mais ampla e intensa ação no comportamento de mulheres e homens. Em particular, ao estimular a autoconfiança, o vínculo de afeto e o relaxamento. E, ao contrário do que ocorre com os outros hormônios, quando administrado sob a forma sintética, em doses extras, oferece poucos efeitos colaterais. ‘Tais qualidades fazem da oxitocina uma forte candidata a se tornar o primeiro remédio capaz de alterar o comportamento de uma pessoa saudável a ter o aval da medicina’, diz Malebranche Carneiro da Cunha, neuroendocrinologista do Hospital das Clínicas, em São Paulo.

As borrifadas de oxitocina [causam, como efeitos colaterais], apenas cólicas leves e... acessos de ciúme.

Graças a tais qualidades, a oxitocina está vendendo muito nos Estados Unidos. Indicado formalmente para estimular a liberação de leite materno, o hormônio está disponível nas farmácias (inclusive as brasileiras) há pelo menos dez anos.

‘Nos últimos sete meses, tivemos um aumento surpreendente de 30% nas vendas’, disse a VEJA Kelly Jones, gerente do laboratório ABC Nutraceuticals, fabricante do Oxytocin Factor, a marca do hormônio mais popular entre os americanos. Os novos clientes são, sobretudo, homens e mulheres que querem incrementar a relação amorosa. Pois é, de hormônio do vínculo materno, a oxitocina se transformou em uma espécie de ‘Viagra da alma’. Algumas borrifadas de oxitocina no nariz antes do sexo e, relatam os casais, ocorrem maravilhas debaixo dos lençóis (VEJA, Edição 2243, 16 de novembro de 2011).

A falta de hormônios ou, ainda, o decréscimo nos níveis de oxitocina no sangue seriam “os responsáveis” por processos depressivos mais amplos e, até mesmo, por problemas no casamento! A reportagem serve, neste caso, como um exemplo de como se dá o processo de medicalização da vida cotidiana e de colonização da medicina sobre os mais variados aspectos da vida humana. São mostradas “soluções simples” (“uma borrifada de oxitocina no nariz”) vindas da indústria farmacêutica e das pesquisas científicas que poderiam “mudar a vida” das pessoas, mundo afora; são apresentadas

substâncias – produzidas pelo próprio corpo humano – na condição de remédios miraculosos e revolucionários, capazes de trazer paz, sexo e amor.

De acordo com Nelkin e Lindee (1995), a maioria das pessoas aprende sobre a Ciência, sobre o corpo humano e sobre as novas tecnologias através dos meios de comunicação – e não necessariamente na escola. É nesse sentido que assumimos, nos Estudos Culturais, que a mídia é pedagógica, pois ela ensina de maneira agradável que “o Viagra da alma” é possível, é real e “está disponível nas farmácias (inclusive as brasileiras) há pelo menos dez anos”. Além disso, convém chamar a atenção para a presença dos inúmeros especialistas, convocados para fornecer a sensação de que estamos diante de “verdades biomédicas” – e não de histórias contadas por jornalistas e outros profissionais da mídia. Trata-se de uma estratégia representacional ainda muito presente no jornalismo científico e que, desde a perspectiva dos Estudos Culturais, é bastante criticada.

Não estamos, aqui, discutindo se tais considerações feitas por VEJA estão certas ou erradas – estamos dizendo que a mídia participa intensamente do processo de medicalização da sociedade.

Em outra reportagem da revista VEJA, edição 2283, de 22 agosto de 2012, a capa dá destaque aos “Hormônios mais poderosos. Já se sabia quase tudo sobre eles, mas agora surge a IRISINA, que acelera a perda de peso e abre caminho para a ginástica em gotas” (Figura 2):



Fonte: VEJA, Edição 2283, 22 de agosto de 2012.

Aqui, novamente, constrói-se midiaticamente a ação e a importância da irisina – representada como um medicamento poderoso e conveniente (“ginástica em gotas”). E, no interior da reportagem, os hormônios, de uma maneira geral, são mostrados como comandantes de tudo, “do humor ao emagrecimento” (Figura 3):



Fonte: VEJA, Edição 2283, 22 de agosto de 2012.

Ocorre, aqui, uma representação superlativa em relação à descoberta de “hormônios que comandam tudo, do humor ao emagrecimento” – descoberta essa que é “o mais novo achado da intrincada e fascinante rede hormonal que rege nosso corpo e nossa mente” (VEJA, Edição 2283, 22 de agosto de 2012, p. 89). A retórica da “ciência superlativa” é outra estratégia representacional bastante utilizada no jornalismo científico até hoje. Conforme Nelkin (1995), desde os anos 1950, a Ciência seria retratada, pelos meios de comunicação, como a “descoberta mais fantástica” ou, ainda, como a “maior novidade de todos os tempos”:

Até agora, contam-se duas centenas de hormônios e, graças a eles, nossas células são abastecidas de energia, nosso coração bate, nossas artérias pulsam, temos fome e nos saciamos, dormimos, acordamos e nos emocionamos. Tão poderosos são que, caso fossem agrupados, todos os hormônios circulantes em nosso organismo somariam apenas dez gotas.

Por acelerar o metabolismo, a irisina vem sendo chamada de ‘ginástica em gotas’. Confirmado o efeito da irisina em humanos, o hormônio levaria a uma perda de 4 quilos em seis meses.

A medida da importância desse achado é dada pelo endocrinologista Freddy Eliaschewitz, diretor do Centro de Pesquisas Clínicas (CPClin): ‘Fazia pelo menos duas décadas que não se via uma novidade tão impactante na área □ (VEJA, Edição 2283, 22 de agosto de 2012).

Nos excertos acima, percebe-se a construção, via discurso midiático, da existência (sempre fantástica, sempre espetacular) de “duas centenas de hormônios que somariam apenas dez gotas” e de efeitos milagrosos e impactantes. Trata-se de um exemplo da retórica utilizada pela mídia para construir nossas esperanças de uma vida longa, saudável e próspera, para nós e para nossos filhos, bem como para legitimar a Ciência (e os cientistas) como “poderosos benfeitores” da humanidade.

Considerações Finais

Foram encontradas inúmeras outras reportagens de VEJA (ou, ainda, pequenas notas, comentários etc.) enfatizando a medicalização do corpo, dos comportamentos e das atitudes dos seres humanos – e, em função disso, a pesquisa prosseguirá por mais dois anos. A reportagem “Você é normal? Mesmo com as tecnologias que permitem examinar até nanoestruturas dentro do cérebro humano, a psiquiatria ainda não sabe dizer quais são os limites da normalidade mental”, por exemplo, bem como “A conquista da mente” e “Por que se acredita no inacreditável” – todas envolvendo processos cerebrais diversos sendo colocados em xeque pela Medicina – também deverão ser analisadas a posteriori.

Também foram encontradas situações em que havia a biologização de determinados aspectos (por exemplo, no caso do “horror masculino à traição” – segundo um psicólogo, porque um homem teria, supostamente, “investido atenção, recursos e carinho em filhos que podem não ser dele” (VEJA, 10 de outubro de 2012).

A nutrição e os transtornos alimentares também foram temáticas bastante exploradas por VEJA no período analisado, por meio da utilização de um grande número de especialistas (pediatras, clínicos gerais, nutrólogos, neurologistas, endocrinologistas, profissionais do esporte etc.).

Com relação às práticas representacionais, verificou-se uma série de estratégias típicas do jornalismo científico: o uso de expressões superlativas e de metáforas, a supervalorização da Ciência, da Tecnologia e da Medicina (e de cientistas e médicos), o uso em profusão de especialistas etc.

Questiona-se, por fim: desde quando o humor, os costumes, a traição, a paz e o amor foram medicalizados? Desde quando a alma humana precisa de Viagra?

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Marise Basso. **Estudos culturais em educação**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2000.
- A CENTRALIDADE da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, v. 22, n. 2, jul./dez. 1997b.
- CONRAD, Peter. **The medicalization of society**. On the Transformation of Human Conditions into Treatable Disorders. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2007.
- GIROUX, Henry. Memória e pedagogia no maravilhoso mundo da Disney. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Alienígenas na sala de aula** – uma introdução aos Estudos Culturais em Educação. Petrópolis: Vozes, 1995.
- HALL, Stuart. **Representation**. Cultural representations and signifying practices. London, New York: Sage, 1997a.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- NELKIN, D. **Selling Science**. How the press covers science and technology. New York: W. H. Freeman and Company, 1995.
- NELKIN, D.; LINDEE, M. S. **The DNA Mystique**. The geneasa cultura licon. New York: W. H. Freeman and Company, 1995.
- NELSON, Cary; TREICHLER, Paula; GROSSBERG, Lawrence. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Alienígenas na sala de aula**. Uma introdução aos Estudos Culturais em Educação. Petrópolis: Vozes, 1995.
- RIPOLL, Daniela. Nossos alunos estão vendo muita TV? A formação de professores de Ciências e a “bioforia” midiática das células-tronco. **Currículo sem Fronteiras**, v. 12, n. 2, p. 423-436, maio/ago. 2012.
- ROSE, Gillian. **Visual methodologies** – an introduction to the interpretation of visual materials. London: Sage, 2001.
- SANTOS, Luís Henrique Sacchi dos. **Educação, Saúde & Ciências: dispositivo de medicalização e produção contemporânea dos corpos**. Projeto de Pesquisa. Porto Alegre: FACED/UFRGS, 2012.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. **Teoria cultural e Educação**. Um vocabulário crítico. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.
- STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe. **Cultura infantil**. A construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.