

# As ‘medidas’ da saúde midiática: jornalismo e cidadania no Fantástico

## The “measures” of health on the media: journalism and citizenship in the television program Fantástico

Patrícia MONTEIRO<sup>1</sup>  
Luís Augusto MENDES<sup>2</sup>

### Resumo

A busca pelo corpo saudável aparece como uma das mais importantes questões contemporâneas. O indivíduo é interpelado por discursos midiáticos que o incitam a entrar em forma, como se uma nova condição de saúde fosse possível, desde que o corpo seja modelado a partir de determinadas técnicas e medidas. Nesse sentido, o cuidado com a aparência física produz uma ética da existência na qual ser magro tem relação sinonímica com ser saudável. Posicionando-se como instrumento de construção da cidadania, o jornalismo elabora um dizer que conduz a práticas de agenciamento do corpo em redes de saber, poder e verdade. Esta realidade suscita questões éticas, tais como: é possível, à mídia, gerir a saúde dos indivíduos? Quais discursos são empregados para definir um corpo que deve ser enquadrado a partir de um determinado padrão? O presente artigo pretende investigar a relação entre saúde, jornalismo e cidadania, tendo como objeto empírico o quadro Medida Certa, veiculado no programa Fantástico, da Rede Globo.

### Palavras-chave

Jornalismo; Cidadania; Corpo; Discurso; Saúde.

### Abstract

The search for a healthy body appears as one of the most important contemporary issues. The individuals are confronted by media discourses that incite they to get in shape, as if a new health condition was possible, since the body is modeled by techniques and measures. In this sense, the care with physical appearance produces an ethics of existence in which being thin is a synonymous of being healthy. Positioning itself as a tool for building citizenship, the journalism prepares a discourse that leads to practices the promotion of the body in networks of knowledge, power and truth. This reality raises ethical questions such as, is possible to the media managing the health of individuals? What discourses are employed to define a body that should be framed from a particular pattern? This article aims to investigate the relationship between health, journalism and citizenship, having as a empirical object the Medida Certa of the Rede Globo television program Fantástico.

### Keywords

Journalism; Citizenship; Body; Speech; Health.

RECEBIDO EM 24 DE NOVEMBRO DE 2014  
ACEITO EM 17 DE JULHO DE 2015

<sup>1</sup> Jornalista, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Especialista em Teorias do Texto pela Universidade Federal de Sergipe. Contato: patriciamonteiro@gmail.com

<sup>2</sup> Jornalista, doutor em Psicologia Social pela UFPB e UFRN. Professor-substituto do Departamento de Mídias Digitais (DEMID-UFPB). Contato: luisaugustomendes@gmail.com

**E**ste artigo é parte da pesquisa em andamento no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Uma de nossas motivações é investigar por que, nas últimas décadas, a saúde tornou-se uma das pautas mais recorrentes no jornalismo. Ao tratar o tema, o discurso jornalístico costuma produzir a associação entre saúde e aparência física, como se o alcance da chamada “qualidade de vida” estivesse atrelada a um determinado padrão corporal, o que, por sua vez, contribui para disseminar uma cultura de culto e consumo do corpo.

Um dos objetos de estudo da tese em andamento, o quadro *Medida Certa*, veiculado no Fantástico, da TV Globo, ilustra com propriedade o que dissemos anteriormente. Tendo como objetivo o desafio de “reprogramar o corpo em 90 dias”, a série põe em evidência pessoas que estão acima do peso e que se dispõem a “entrar na medida certa” a partir da adesão a um projeto que combina atividade física com reeducação alimentar.

Para a emissora líder de audiência em um país cuja taxa de obesidade está em expansão, produzir conteúdo que leve informação e cidadania, ao promover mudanças no corpo e na mente dos telespectadores, parece uma estratégia eticamente correta, marcada por compromisso e responsabilidade social. No entanto, até que ponto os discursos e as imagens exibidos no quadro *Medida Certa* impõem um referencial de corpo para o público? Como são construídos os discursos que associam saúde à construção de um corpo magro e leve? Estas são algumas inquietações que permeiam o presente artigo.

## **Os contornos da saúde midiática**

Uma das aspirações que ocupam o topo das prioridades humanas, a vida saudável surge também como uma das temáticas preferenciais no jornalismo contemporâneo. Reduto privilegiado do tema, as revistas especializadas possuem títulos diversos e que correspondem ao próprio

enfoque dado à saúde em cada publicação: Corpo, Boa Forma, DietaJá!, entre outras.

Na grade de programação da televisão, veículo no qual está situado o material empírico da presente pesquisa, também se observa o lugar privilegiado atribuído à saúde, seja em programas e *reality shows* específicos sobre o assunto, como também em quadros de telejornais e programas de entretenimento. Para citar alguns exemplos atuais, temos: Bem Estar (Rede Globo), Além do Peso (Programa da Tarde/Rede Record), Socorro, meu filho come mal (GNT).

As figuras humanas que modelam as capas das revistas e os programas de TV, geralmente desfilam um corpo magro, "sarado", com músculos bem definidos e uma aparência de sucesso, alegria e saúde. Por outro lado, carnes trêmulas e gorduras expostas representam a imagem de uma tragédia humana: a da negligência com o próprio corpo.

É inegável que nossa existência no mundo é mercada por imaginários e estes são alimentados por tecnologias (Maffesoli, 2001). Sendo assim, podemos afirmar que o jornalismo é um dos responsáveis pela ideia de saúde arraigada na consciência dos indivíduos. Desse modo, a ideia de saúde absorvida pelo senso comum passa pelas páginas de revistas, pelos *sites* da internet, pelas notícias de jornal, pelas telas que esbanjam as contradições associadas ao corpo: da magreza e seus favores; da gordura e seus temores.

O jornalismo atual produz, em seus discursos, uma espécie de "manual" para a vida saudável, que passa, na maioria das vezes, pela remodelagem do corpo a partir de um demasiado trabalho de construção e reformatação da aparência. Nesse aspecto, o discurso jornalístico encontra eco nas propagandas e no vasto mercado publicitário e sua ênfase na produção e no consumo do corpo. No entanto, esta não é a via de investigação pela qual trafega nossa pesquisa.

A análise discursiva de *Medida Certa* nos permite considerar que o quadro constrói e dissemina um saber específico sobre a saúde, com base no discurso de especialistas na área e com os recursos de imagem e som próprios da TV, ao qual chamamos de "saúde midiática". Esta tem como polo irradiador os domínios da mídia (televisão, *blogs*, redes sociais e outros veículos) e por meio dela se prolifera para a sociedade.

Ao se colocar como modo de representação da realidade, o jornalismo posiciona-se ao lado da verdade. No entanto, sabemos que os textos jornalísticos não são a própria realidade, mas um modo de reescrever e narrar o real baseado em técnicas específicas que se nutrem de critérios como atualidade, noticiabilidade e interesse público (MARQUES DE MELO, 2006).

Ao sistematizar as teorias do jornalismo, Pena (2005) contribui para pensarmos como as notícias se estruturam, o que motiva a produção de um discurso e não outro em seu lugar e quais os efeitos das mensagens jornalísticas em nosso cotidiano permeado de acontecimentos e informações. A concepção de jornalismo como forma de conhecimento faz supor que ele tanto transmite, quanto produz e recria os acontecimentos. Esta percepção é útil para pensarmos a ideia de “saúde midiática”.

O percurso teórico que nos propõe o paradigma construcionista indica pistas acerca das estratégias do jornalismo para construir um imaginário e, portanto, uma realidade sobre a saúde no cotidiano. A primeira delas é que as referências estabelecidas pelas pessoas acerca do que é ter saúde estão diretamente vinculadas aos discursos e imagens apresentados como real pelos ângulos da TV.

Um segundo pressuposto, notadamente ligado ao primeiro, é de que o público realiza experiências de apreensão do real por meio do repertório de sentidos oferecido pelos programas de TV, cuja linguagem jamais é neutra ou opaca, ou seja, refletir nitidamente a realidade ou o cotidiano é impossível.

O que está, contudo, por trás de um interesse crescente em retratar a saúde do corpo e, com base nisso, tentar arregimentar uma verdadeira mudança na forma como os indivíduos lidam com a sua imagem? O universo das notícias é também povoado por critérios semelhantes ao da mercadoria. À luz deste clássico conceito marxista, Ciro Marcondes Filho afirma que a notícia “é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais” (1989, p. 13).

Parecer essencial aos olhos do público é uma das condições do produto-notícia. Nessa direção, Lage (2004) aponta que o universo das notícias é o das “aparências do mundo”.

Na perspectiva de ser saudável, vale todo e qualquer esforço. Este é o dizer que circula nos programas associados à boa forma, os quais investem na produção da aparência das notícias. As reportagens parecem recheadas de um interesse pela saúde das pessoas, mas, no entanto, são marcadas por imagens e estereótipos vinculados a um padrão de corpo magro e esbelto.

### **Corpo, Saúde e o "Show da Vida"**

Ao analisar as transformações imposta ao corpo nos últimos séculos, tendo como pano de fundo a lógica de visibilidade atual, Goldenberg e Ramos (2002) consideram que se trata de uma mudança de paradigmas não apenas morais ou estéticos, mas da emergência de uma nova moralidade que prega a conformidade ao padrão estético chamado de "boa forma".

Diante dessa nova moral, não basta ao indivíduo o controle de suas pulsões, mas, sobretudo, o autocontrole da aparência física. Nesse sentido, os meios de comunicação exigem tanto das celebridades quanto das pessoas comuns a adequação do corpo a um padrão estético considerado perfeito.

Os investimentos sobre o corpo na contemporaneidade atualizam uma das questões centrais na obra de Michel Foucault (1984): as investigações em torno do sujeito e dos processos de subjetivação. Para o autor, o poder sobre a vida, configurado a partir do século XVII, incide por meio de dois pólos. O primeiro considera o corpo enquanto máquina, produzido a partir de mecanismos de docilidade que fabricam corpos submissos, exercitados, úteis.

O segundo pólo, situado a partir do século XVIII, é definido por um conjunto de procedimentos centrados no corpo-espécie: o nascimento, a mortalidade, a saúde, a longevidade. Tais mecanismos, segundo Foucault, se estruturam em torno da biopolítica que, exercida ao nível das populações, tende a tudo regular e predeterminar enquanto agente de modificação do viver humano.

Do corpo dos indivíduos à vida da espécie, tem-se o biopoder, de que fala Foucault, acentuando seus dispositivos de controle. É nesse recorte que encontramos os desafios da vida saudável e as "medidas" impostas ao corpo em lugar de destaque no Fantástico. O programa

exibido nas noites de domingo, na TV Globo, completou 41 anos em 2014 e se auto-define como “O Show da Vida”.

O Fantástico reúne jornalismo e entretenimento num formato que está permanentemente em busca de renovação e autenticidade, por meio de novos quadros, mudança de cenário, de apresentadores etc. Um dos motivos dessa tentativa de renovação é a audiência, que estaria em queda nos últimos dez anos, segundo informação publicada este ano no site da Folha de São Paulo.<sup>3</sup>

A promoção da saúde sempre esteve presente na revista eletrônica. Um dos protagonistas desse espaço é o médico Dráuzio Varella, que se tornou uma presença familiar e de credibilidade, por parte do público, após apresentar diversas séries, como: Males da Alma; Mulher: saúde estima e Autismo: universo particular (apenas para citar os mais recentes).

A união entre informação, entretenimento e vida real é uma das apostas do Fantástico. Nesse contexto, surge em abril de 2011 o quadro *Medida Certa*. Com formato de *reality show*, a série situa os jornalistas Zeca Camargo (então apresentador) e Renata Ceribelli (repórter especial do Fantástico) como protagonistas do desafio de “reprogramar o corpo em noventa dias”. Um ano depois estreia o formato mirim, que põe em cena três crianças anônimas - sendo duas gordinhas e uma magra - e a proposta de unir esporte e qualidade de vida para o bem de uma infância saudável.

No ano seguinte, dia 23 de setembro de 2012, o método de reprogramação corporal do Fantástico inaugurava o que era, até o momento, sua fase mais midiática e espetacularizada: “Medida Certa – O Fenômeno”, tendo como protagonista o ex-atleta Ronaldo Luís Nazário de Lima, conhecido mundialmente como “Fenômeno”.

Em setembro de 2013, estreia a quarta temporada: “Medida Certa – A disputa”. Pela primeira vez, o desafio da perda de peso é encarado como uma competição entre duplas de famosos. De um lado, a cantora

---

<sup>3</sup> Disponível em:

<<http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/ricardofeltrin/2014/01/1401715-em-queda-livre-no-ibope-fantastico-deve-sofrer-nova-reforma.shtml>>. Acesso em 14 mar. 2014.

Petra Gil e o humorista Fábio Porchat, de outro, os cantores Gaby Amarantos e César Menotti. Em “Medida Certa – A disputa”, os artistas seguem um programa de dieta alimentar e exercícios, tal como nas temporadas anteriores. A dupla que eliminasse mais peso ganharia a prova de cada semana e acumularia pontos para a grande final.

## Medida Certa e a reprogramação do corpo

Com recursos próprios de *reality shows*, como câmera que vigia os personagens e testemunha os seus dramas, *Medida Certa* registra o dia a dia dos famosos em sua luta para reeducar os hábitos alimentares, incorporar atividade física na rotina e, por fim, perder peso, ou seja, entrar na “medida certa”. É o que percebemos na abertura da quarta edição do *reality*, cujo discurso do apresentador Tadeu Schmidt justifica, em dados estatísticos, o método de reprogramação corporal.

E o Show da vida começa com um alerta. O Ministério da Saúde revelou esta semana: 51% dos brasileiros estão acima do peso. A partir de hoje, quatro celebridades vão dar um basta no sedentarismo. É a nova temporada de Medida Certa (FANTÁSTICO, 01/09/2013).

Por meio do *reality*, o Fantástico se posiciona como um aliado do telespectador, ao prestar um serviço importante no que tange a motivar a audiência na busca por uma vida mais saudável. Ao mostrar que o desafio de reeducar os hábitos alimentares e fazer atividade física regularmente não é um privilégio das celebridades, *Medida Certa* reforça o discurso de “reprogramação do corpo”, ou seja, a meta do programa não é estimular sacrifícios ou dietas rígidas. No lugar disso, situa a atividade física como carro-chefe de um método que, combinado à reeducação alimentar, é capaz de gerar bem estar e qualidade de vida.

No caso da primeira temporada, ao colocar o próprio corpo – fora de forma – à mostra, Zeca Camargo e Renata Ceribelli se aproximam do público que, por sua vez, se identifica com as batalhas e as vitórias pessoais dos jornalistas. Ao longo das doze edições veiculadas em três meses, Zeca e Renata repetem, à exaustão, que a maior recompensa do desafio é ver que diversas pessoas nas ruas estão aderindo ao método. É

como se a dupla estivesse cumprindo sua “missão jornalística” de contribuir com e para o bem estar do cidadão.

E também é em nome de uma “vida mais saudável”, que o ex-astro do futebol (Ronaldo) mostra a barriga, expõe as medidas (118,4 kg e 25,5% de gordura corporal) em rede nacional e assume o compromisso de entrar na “medida certa”, protagonizando, assim, mais um capítulo de superação em sua “fenomenal” história.

Como discorre Alain Ehrenberg (2010), a performance da aparência física representa algo mais amplo: o sucesso e a superação de um sujeito empreendedor. Não se trata apenas de construir e apresentar um aspecto saudável e sim do quanto isso está associado à imagem de um indivíduo promissor e bem-sucedido em outras esferas da vida.

Nessa direção, o Fantástico reforça que *Medida Certa* não é um programa de intervenção corporal, pois não visa mudar rigidamente a forma física dos participantes e sim promover um novo estilo de vida. Apontado como idealizador do método de “reprogramação do corpo”, o educador físico Márcio Atalla participa de todas as temporadas da série, ao lado dos participantes, ora incentivando, ora cobrando resultados, mas sempre de forma “positiva”, mostrando qual a ênfase do método. É o que ocorre no trecho abaixo, no qual o preparador físico explica para Ronaldo:

Medida Certa parte da atividade física [...] Então, colocando o corpo em movimento você precisa apenas fazer pequenas melhorias na alimentação. Alimentação, quatro regrinhas: beber água, comer fibra, diminuir gordura, menos sal, menos açúcar. O resto...você não vai passar fome nem privação. E 'vamo' malhar... (FANTÁSTICO, 23/09/2012)

Investindo na “aparência da notícia”, observamos que parece mais conveniente falar em saúde e em qualidade de vida do que em “fome ou privação” provocadas por uma rígida rotina de treinos e controle na alimentação.

O discurso de Atalla tem o sentido de assegurar que “Medida Certa” não deve ser confundido com métodos radicais de emagrecimento e que a obtenção de uma vida saudável é o principal benefício do programa.

Mesmo lançando mão do discurso da saúde, respaldado pelo educador físico Márcio Atalla e por diversos nutricionistas que são fontes das reportagens, e tentando se distanciar de programas que focalizam a estética do corpo e da aparência física, o Fantástico investe numa linguagem disciplinar e num método específico ancorado em promessas de emagrecimento rápido. Prova disso são os primeiros resultados positivos evidenciados após o início da reprogramação. Durante consulta à nutricionista, Renata Ceribelli comemora o fato de ter passado de 96.5 cm para 91 cm de circunferência abdominal, o que evidencia o esforço em obter um resultado previamente esperado, a pretensa “medida certa”:

Renata - Caraca! Eu perdi bastante!

Nutricionista (Laura) - Gente! Você perdeu quase igual ao Zeca!

Renata- Tem uma pergunta que eu quero saber, Laura, é o esperado?

Nutricionista (Laura) - É muito mais do que o esperado!

(FANTÁSTICO, 15/05/2011).

O “Show da Vida” coloca à disposição do público informações que recomendam como construir um corpo ideal. Como problematiza Vigarello, o emagrecimento requer um método e, desse modo, assegura uma cultura técnica por meio da obrigatoriedade de se perder peso mediante o alcance de certas normas. Por isso “o emagrecimento é ‘prova’, como são simplesmente provas as normas sociais” (VIGARELLO, 2006, p. 192). É o que se percebe na confissão de Renata Ceribelli na segunda reportagem da primeira temporada: “Tem horas que parece uma batalha sem fim contra a balança” (FANTÁSTICO, 10/04/2011).

Ao final dos três meses, os participantes de cada temporada sobem na balança, repetem os exames médicos feitos no começo do programa e fazem o teste da fita métrica para saber se entraram na medida certa.

Ao serem compartilhadas com o público, as medidas dos personagens tornam-se uma espécie de representação da angústia, da inquietação e do desejo comum a muitos: o de constituir, por meio da transformação do corpo, uma nova identidade. No entanto, esta suposta atitude individual é compartilhada com o público, que passa a exercer controle e vigilância sobre o corpo dos participantes, ou seja, tal decisão está atrelada a um saber e agenciamento coletivos mediados pela

televisão. Isso também fica claro na sequência discursiva abaixo, na qual, em diálogo com a apresentadora Patrícia Poeta na abertura de mais uma edição do quadro, Zeca Camargo destaca o apoio que recebeu de brasileiros que vivem no exterior, durante suas férias na França:

*Zeca* - Eu saí de férias e pela primeira vez na minha vida uma câmera me acompanhou. E como em qualquer lugar do mundo, tem sempre um brasileiro. Então não faltou gente pra me falar: e aí, Zeca corre. E aí Tá comendo direitinho?

*Patrícia* – Bom, muito bom. Dá um apoio numa hora dessa, não?

*Zeca* - A gente adora isso, eu gosto, dá uma força mesmo. E Renata também (FANTÁSTICO, 08/05/2015).

Silverstone (2002) observa que, ao filtrar e moldar realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas, a mídia oferece referências para a condução da vida diária, do senso comum. Entre as subjetividades construídas pela mídia, as representações do corpo recebem destaque. O contexto da cultura de massa, que privilegia o consumo, transformou as dietas alimentares, a atividade física e a boa forma em “ganchos” comuns a uma mesma pauta que interessa à empresa jornalística.

Nas quatro temporadas, o educador físico reforçou que *Medida Certa* é um método baseado em comprovações científicas, cuja proposta não se encerra ao fim dos três meses – tempo que ele considera ideal para o início de uma mudança no estilo de vida. Com este discurso, associa-se o método a uma questão de saúde e não de estética, o que corrobora o papel do jornalismo na veiculação de verdades e instrumento de cidadania, conforme observamos no diálogo abaixo entre Patrícia Poeta (então apresentadora do Fantástico) e Márcio Atalla, no final da primeira temporada da série:

*Patrícia*: Agora, Atalla, não é só o número da balança que vale, acho que é importante a gente dizer isso para o pessoal de casa.

*Atalla*: O número da balança, pra mim, conta menos [...] Eles entraram num programa onde a atividade física é o carro-chefe e eles não tiveram nenhuma dieta restritiva. (FANTÁSTICO, 26/06/2011).

Os dados da balança e da fita métrica foram positivos para Zeca e Renata, em todas as variáveis observadas e, embora tais resultados tenham sido o aspecto central do desfecho da série, discursivamente repetia-se a noção de que a alteração no peso não era a questão primordial. Vejamos o que Renata Ceribelli destaca: "Essa felicidade não é só pra gente, mas é a felicidade de poder dar um exemplo pras pessoas, mostrar como é possível reprogramar seu corpo com saúde" (FANTÁSTICO, 26/06/2011).

No discurso acima, Renata se coloca como personagem de um esforço pessoal que se desloca para o bem de um benefício coletivo: "dar um exemplo para as pessoas". É mais uma estratégia discursiva do telejornalismo de se colocar como um fiel aliado do público, refletindo a realidade do telespectador para também solucionar suas angústias e produzir respostas para seus anseios mais legítimos.

Em geral, os discursos sobre a relação corpo-saúde estimulam o indivíduo a aderir a alguma atividade física ou exercer determinados métodos de intervenção sobre o corpo com o fim de evitar doenças, melhorar as condições de saúde e, por sua vez, aumentar a sensação de prazer, satisfação e autoestima.

Outra estratégia discursiva veiculada nesses programas é a seguinte: acumular gorduras pelo excesso de peso ou sedentarismo é uma séria negligência, provocando danos à saúde no futuro e a angústia de estar fora da medida certa.

Mas, afinal, de que saúde fala *Medida Certa*? A primeira tentativa que temos de responder a esta pergunta situa-se em perceber que a saúde não é tratada a partir de um conjunto de sintomas ou sinais de uma doença, ou seja, sob a ótica da biologia e da medicina, que distinguem corpo são de corpo doente (EPSTEIN, 2001).

Partimos da perspectiva de que *Medida Certa* procura vincular as notícias de saúde à noção mais próxima de uma visão subjetiva e holística, entendendo-a como resultado de bem estar físico e psicológico, submetido a diversas variáveis. Isso fica muito claro por meio de personagens que, em geral, não apresentam algum problema de saúde decorrente do excesso de peso, mas são pessoas que simplesmente estão insatisfeitas com a imagem que possuem.

## Em que “medida” a cidadania aparece?

Ao lado da ética, a cidadania é percebida como uma das dimensões principais do trabalho jornalístico. Desde que entram nas faculdades, os estudantes de Comunicação Social levantam bandeiras em defesa de uma mídia cidadã, comprometida com a defesa dos direitos humanos, entre os quais a saúde aparece no topo. Nas redações – e fora delas, o excesso de trabalho, as rotinas produtivas, o *deadline* da pauta, as pressões organizacionais e tantos outros motivos distanciam, muitas vezes, a utopia universitária da realidade vivida pelo profissional do batente.

Embora não seja objetivo deste artigo se deter nas questões acima mencionadas, convém refletir, ainda que de forma preliminar - visto que se trata de uma pesquisa em construção – como ocorre a relação entre jornalismo, cidadania e saúde no quadro *Medida Certa*.

Para Cicília Peruzzo (1999), uma das questões fundamentais relativas à cidadania é o direito de se comunicar através dos meios tecnológicos que a humanidade desenvolveu e dispôs a serviço de todos. Sendo historicamente um instrumento fundamental para dar visibilidade aos interesses dos cidadãos e à defesa dos direitos humanos, o jornalismo precisa se despir de alguns estereótipos que têm marcado a cobertura de assuntos que envolvem as temáticas corpo, saúde, atividade física, dieta alimentar.

É certo que as gravações analisadas no presente artigo não dão conta de explicar todas as questões levantadas. Entretanto, na medida em que a tese em andamento tem como *corpus* quase 50 programas, a audiência permite suscitar algumas observações. A primeira delas é que a proposta do Fantástico em “promover saúde e qualidade de vida” é baseada em dados estatísticos que demonstram o aumento das taxas de obesidade e sedentarismo da população brasileira.<sup>4</sup>

Em segundo lugar, o *reality* “Medida Certa” é apresentado como um método que se dispõe a tratar o indivíduo de forma global, da mente ao

---

<sup>4</sup> De acordo com a pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel, 2011), promovida pelo Ministério da Saúde em parceria com o Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo, a proporção de pessoas acima do peso no Brasil avançou de 42,7%, em 2006, para 48,5%, em 2011. No mesmo período, o percentual de obesos subiu de 11,4% para 15,8%.

corpo. Em terceiro lugar, não se busca diferenciar saúde e doença. O quadro não é necessariamente voltado para pessoas obesas ou portadores de doenças associadas a esta questão, como diabetes, pressão alta, doenças do coração.

Em quarto lugar, durante todas as edições da série, o Fantástico tenta desconstruir o discurso da boa forma e do corpo-padrão, numa suposta tentativa de reforçar a importância da qualidade de vida em detrimento da beleza estética. No entanto, este mesmo discurso é apagado sempre que se tenta enquadrar os participantes em uma pretensa “medida certa”.

Com base nisso, vemos que a defesa da cidadania é apenas um efeito de realidade do discurso midiático. Ainda que assegure o direito à informação, o Fantástico, por meio do quadro *Medida Certa*, não explora a temática da saúde a partir de uma pluralidade de vozes. É certo que o fator comercial que rege a produção de notícias também define a escolha da saúde como pauta privilegiada.

O Fantástico destaca que seu diferencial e missão é “apresentar ao telespectador o melhor do jornalismo e do entretenimento”, conforme diz o site Memória Globo. Essa tendência fica muito evidente no quadro *Medida Certa*. Embora aborde um assunto sério e invista em especialistas para respaldar todo o cardápio de dietas e exercícios estabelecidos, a escolha pelo formato de *reality show* acentua, por um lado, a perspectiva de mostrar a “vida como ela é” e, ao mesmo tempo, de dar a ela configurações próprias do espetáculo, o que reforça nossa perspectiva de “saúde midiática”. Vinculado ao discurso da reprogramação do corpo, há o interesse em produzir um exemplo para a população, contribuindo para a promoção do bem estar e da cidadania.

## Considerações finais

Vimos que a saúde representada pelas câmeras vigilantes do *reality Medida Certa* é perpassada por um ideal de corpo-perfeito: aspiração que une famosos e anônimos. Como se fosse possível mudar estilos de vida no espaço delimitado de três meses, o drama particular dos participantes recebe ingredientes próprios do espetáculo para ser veiculado pelo “Show da Vida”. E, assim, produz uma lógica simples:

assim como foram bem-sucedidos os participantes da TV, acompanhados por uma equipe multidisciplinar, também o serão as pessoas comuns que aderirem ao desafio de “reprogramar o corpo”.

Ao anunciar os efeitos positivos de uma nova dieta alimentar, o impacto da atividade física no dia a dia, os benefícios das cirurgias estéticas ou os perigos do sedentarismo, o jornalismo reveste tais informações de uma realidade: mudar o corpo é tornar a vida mais saudável. No entanto, esta forma de abordagem é uma estratégia discursiva que pretende reforçar determinados padrões de gosto e consumo que excluem as diferenças entre as pessoas.

Inseridos num ambiente de entretenimento, os dados sobre sedentarismo e obesidade da população são diluídos pela forte ênfase na disciplina do corpo. Nesse sentido, a mídia se torna esta agente de biopolíticas contemporâneas que investe seu biopoder não apenas sobre o corpo do indivíduo, mas de toda a população. Não importa se o corpo é são ou doente, o que vale é que ele seja útil para desfilarem sua “medida certa” no espaço público, altamente vigiado e monitorado pelos meios de comunicação.

Num tempo em que os olhos do mundo inteiro se voltam para o Brasil, que foi sede da Copa do Mundo de Futebol em 2014, e em 2016 será palco dos Jogos Olímpicos, produzir a imagem de corpos magros, atléticos e sarados – mas nem sempre saudáveis – é “turbinar” a performance de um povo que sabe gerir a si mesmo.

Ao seguir tratando “gordinhos” como negligentes, magros como bem-sucedidos; e trocando saúde por qualidade de vida, padrão de corpo por medida certa, o discurso jornalístico inspira visões equivocadas sobre o corpo humano e as diferenças entre as pessoas. Nos palcos da saúde midiática, o dizer e o agir sobre o corpo têm sido modelados com a forma que convém à audiência televisual e ao “faminto” mercado capitalista, que se nutre da venda de produtos do nicho mercadológico saúde-bem-estar-beleza.

## Referências

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida: Ideias e Letras, 2010.

- EPSTEIN, Isaac. Comunicação de massa para a saúde: esboço de uma agenda midiática. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, n. 8-9, 2008, p. 132-142.
- FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. 5.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- GOLDENBERG, Miriam.; RAMOS, Marcelo. A civilização das formas: o corpo como valor. In: GOLDENBERG, Miriam. (org). **Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura carioca**. São Paulo: Record, 2002.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. O imaginário uma realidade. In: Revista **Famecos**. Porto Alegre, nº 15, agosto. 2001.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1989. 2 ed.
- MARQUES DE MELO, José. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- PERUZZO, Círcia M.K. **Comunicação nos movimentos populares - a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.
- VIGITEL Brasil 2011. **Vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico**. SVS/Ministério da Saúde e NUPENS/Universidade de São Paulo, 2011. Disponível em: <[http://portalsaude.saude.gov.br/portalsaude/arquivos/pdf/2012/Abr/10/vigitel\\_100412.pdf](http://portalsaude.saude.gov.br/portalsaude/arquivos/pdf/2012/Abr/10/vigitel_100412.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2012.
- VIGARELLO, Georges. **História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

### Sites

[www.globo.com](http://www.globo.com)  
[www.memoriaglobo.globo.com](http://www.memoriaglobo.globo.com)  
<http://www.folha.uol.com.br/>