

2.2.1.1 — Status do paciente hipertenso no trabalho

O objeto deste trabalho é, pois, o medicamento (visto sob um certo ângulo) aparecendo o paciente hipertenso — em função de algumas peculiaridades deste paciente — como uma das fontes possíveis de obtenção de dados sobre o sentido do medicamento do ponto de vista dos indivíduos.

Assim colocado o problema, fica atestado, cremos, o *status* do paciente hipertenso neste trabalho.

Pasta N° 80

N° de Fls. 21 N° Artigo 4

Aula 5

In: Lefèvre, F.

O medicamento como
mercadoria simbólica

S.P.: Cortez Ed., 1991.

CAPÍTULO I •

O medicamento do ponto de vista do social

1.1 — Saúde como mercadoria

1.1.1 — Saúde como bem de consumo

Como passo inicial na busca do sentido do medicamento na nossa sociedade é necessário indagar do sentido da Saúde, que é, segundo cremos, o campo sócio-semântico ao qual está vinculado o medicamento.

Com este fim, pretendemos neste capítulo explorar as conseqüências do fato empírico, constatável pela simples observação do senso comum, de que ela está, na nossa sociedade, associada a bens de consumo que aparecem como propiciadores de Saúde: medicamentos, seguros saúde, iogurtes etc. Ou seja, de que faz parte, na nossa sociedade, do funcionamento corrente do sistema produtivo de bens de consumo. O que equivale dizer que a Saúde (através das mercadorias de saúde) é um produto à venda no mercado, da mesma forma que o transporte individual (através do automóvel), da mesma forma que o abrigo (através da moradia), da mesma forma que o lazer (através da televisão).

Nesse sentido, ela pode ser entendida no Brasil como uma resultante da sociedade na condição de máquina de produção de mercadorias.

Vejamos, por intermédio da análise de alguns materiais de propaganda (capa da revista *Saúde*, propaganda da Amico, página do jornal *Vida Integral* e página do *Shopping News*, todos em anexo), alguns exemplos de como a saúde aparece, na qualidade de bem de consumo nos meios de comunicação.

A saúde é o “alho que imuniza”, as “novíssimas curas do câncer”, a “vacina certa para a alergia ao pó”, o “remédio que desperta o desejo sexual”, a “dieta da associação americana do coração”, o “Lithotriper da Amico”, os “tratamentos da Clínica Adventista de São Roque”, os “SPAs”, ou seja “centros de tratamento de problemas causados pela agitação da vida moderna — excesso de peso, estresse, ansiedade, tensão e perturbações nervosas, que se estão disseminando de forma generalizada em todo o país”.

Note-se que todas estas peças de propaganda (que constituem pequena amostra de uma infinidade de outras peças semelhantes) são, explicitamente, definições sociais de saúde onde esta aparece incorporada a mercadorias e serviços que a representam, de tal sorte que é perfeitamente legítimo sintetizar o sentido destas peças como o fizemos, ou seja, “a saúde é... (nome do serviço ou mercadoria)”.

A título complementar vale, ainda mencionar algumas peças publicitárias (1988, 1989) com o mesmo teor:

— “Droga Raia: saúde é a nossa preocupação” (propaganda em farmácia, “lema” da farmácia);

— “Máscara para os olhos Termo Gel — Beleza e Saúde para os seus olhos” (propaganda em ônibus);

— “Ligue para a saúde, ligue para a Blue Life (propaganda em rádio);

— “Tome uma atitude saudável. Ligue para a Amil: dois, três, um, mil” (propaganda de televisão);

— “Golden Cross: saúde em primeiro lugar” (adesivo);

— “Saúde: quando é preciso levar para o hospital” (subtítulo da revista *Pais & Filhos 2*, 1988);

— “Eu tenho Saúde Bradesco” (adesivo);

— “Iogurte Danone: sua dose diária de saúde” (rótulo de iogurte);

— “Yacult: o doce gostinho da saúde” (propaganda de televisão).

1.1.2 — *Saúde, mercadoria, alienação e reificação*

De acordo com a perspectiva teórica adotada, a saúde pode ser vista nas sociedades capitalistas, como a brasileira, como um ente exterior do tipo mercadoria. Define Marx, in: Horton (39), à mercadoria como: “... antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que, por suas propriedades, satisfaz as necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, *provenham do estômago ou da fantasia*” (pág.53) (destaques nossos).

Para entender a saúde como um ente exterior, a mercadoria, e para compreender o que isso significa, devemos introduzir os conceitos de alienação e reificação.

O que na teoria marxista aparece como processo de alienação e reificação, segundo Horton (39), pode ser descrito como crítica da separação do homem e da sociedade: “Marx acentuou o lado humano e ativo da relação homem/sociedade, negando radicalmente o dualismo. A atividade social e humana do homem é o seu trabalho; os produtos do trabalho, incluindo a sociedade, são extensões da própria natureza humana. Portanto, o homem é a sua atividade, é seus objetos, o homem é a sociedade. Qualquer reificação dos objetos humanos, qualquer *transcendência do produto dos homens sobre eles mesmos* (destaques nossos) que os impeça de visualizar seus interesses, suas habilidades e seu poder ali expressados e afirmados, vem a ser a evidência da alienação do homem de sua própria atividade, de seus objetos, de si mesmo. A noção total de alienação do social pressupõe esta concepção imanente da natureza humana.”

“A alienação é um estado histórico (...) A obra de Marx poderia ser interpretada como uma análise empírica do pro-

cesso histórico no qual o homem se torna separado e reunido à sociedade como indivíduo” (pág.97).

A área da saúde, no capitalismo, não escapa da alienação e da reificação (23, 32, 48, 56, 61, 74, 80).

No que tange especificamente à medicina, Queiroz (61) ilustra esse processo ao afirmar: “Sob o ponto de vista da relação médico/paciente, o desenvolvimento da medicina ocidental moderna tem sido visto como um processo pelo qual o paciente perde a sua integridade e consciência de si mesmo e se torna objeto de manipulação” (pág 312).

1.1.3 — Saúde e a tensão entre o bem e o mal

A saúde só passa a ter sentido, no contexto de uma sociedade alienada, dominada pela mercadoria, quando acooplada à doença, ou à ameaça de morte, ou à dor, ou ao desprazer, ou à feiura, ou à fraqueza. São estas (e outras) condições negativas que fazem a saúde existir, com sentido, na sociedade da mercadoria, porque a lógica da mercadoria, que pontifica, é a da negação do negativo.

Com efeito, qualquer produto ou mercadoria ou serviço aparece sempre, socialmente, provido, nas formações sociais capitalistas, do sentido ou significado básico, que lhe confere o senso comum, de coisa “benéfica”, que aparece como “solução” de uma situação ou estado maléfico prévio, ou como recurso para evitar o surgimento de estados ou situações como a doença, a morte, a miséria etc.

Os produtos alimentícios são entidades benéficas, cujo sentido é “solucionar” estados maléficos como a fome, para conduzir a estados benéficos como a saciedade; a casa é vista como um bem para evitar o mal do relento; da mesma forma que o “bom cobertor” existe para evitar o “mau frio”, a escola para evitar a ignorância e assim sucessivamente. Que esse sentido “natural” e a-histórico das mercadorias e serviços não o é, de fato, ficou patente em alguns estudos clássicos sobre a função social da escola: contrariamente à idéia do senso

comum, a escola não existe para evitar a ignorância, mas para reproduzir as estruturas sociais existentes. A respeito, ver Althusser(1); Bourdieu e Passeron (11).

A saúde não foge à regra: só existe com sentido, na e para a sociedade da mercadoria porque faz gerar produtos cuja função maior é fazer face à situação ou estado maléfico antagônico ao estado de saúde.

É este, segundo cremos, o fundamento que permite a Luz (48) afirmar: “Ao se falar de saúde... está se falando num setor de instituições do Estado que se ocupa da prevenção ou cura das doenças das camadas mais amplas da população. Tal concepção aparece referida não propriamente à sanidade, ao “bem-estar”, mas, ao contrário, à doença. Doença que tem de ser controlada ou prevenida, senão eliminada” (pág.61).

Nas formações sociais capitalistas, como a brasileira, o sentido das mercadorias de saúde (dentre as quais o medicamento) é, portanto, o de aparecer como “solução” de uma tensão entre estados humanos antagônicos: um estado “mau” de carência ou necessidade de saúde e um estado “bom” de satisfação, que podemos sintetizar como ENs-Ps-ESs, ou seja, Estado de Necessidade de saúde — Produto de saúde — Estado de Satisfação de saúde;

1.1.4 — A ampliação do grau de necessidade em saúde

Mais genericamente podemos colocar que para a saúde ser oferecida como mercadoria — que é a Necessidade do Sistema em sociedades como a nossa —, é preciso que se amplie o grau da sua inexistência nos indivíduos, é preciso que os indivíduos tenham expandido o seu grau de carência de saúde.

Nesse sentido, vale como ilustração uma reportagem da revista *Manchete* (20) intitulada: “Como perder peso e ganhar saúde: a dieta ideal”. Afirma-se na reportagem:

“Finalizando esta série, Manchete publica agora tudo o que você precisa saber para montar a sua dieta ideal. Com ela, se obeso, você vai emagrecer; se já é magro, conquistará o peso que sempre sonhou. Se é dono de um físico perfeito, além da boa forma, você vai adquirir mais saúde e disposição, mais imunidades contra as doenças, sem falar na alegria de viver, uma consequência natural de tudo isso.”

O comentário mais óbvio que se pode fazer a respeito deste texto é dizer que literalmente todos os leitores da reportagem se enquadram no grupo (teoricamente composto por todos os seres humanos) dos carentes ou necessitados de saúde: os magros, os gordos e os de físico perfeito. Vale notar também a presença do que poderíamos chamar de “saúde elástica”: “mais saúde e disposição”, “mais imunidades contra as doenças” e da saúde como sonho: a “alegria de viver” e o “peso que sempre sonhou”. Como se percebe, a “saúde elástica” é uma idéia feliz para os propósitos de mercantilização da saúde, na medida em que, sendo a saúde elástica, é sempre possível atribuir aos indivíduos a condição de carentes e necessitados de saúde, ou seja, de produtos de saúde.

Outra ilustração da plasticidade do conceito de saúde e de necessidade de saúde pode ser dada pelo folheto publicitário do Bio da Danone (anexo). Nele é dito:

“A flora láctica viva do Bio da Danone facilita a digestão, pois apresenta proteínas pré-digeridas, que melhoram o trânsito gástrico e o bem-estar digestivo. Bio da Danone atua:

- na regulagem do trânsito intestinal;*
- na proteção da flora intestinal;*
- na reposição da flora após o tratamento com antibióticos;*
- no combate à constipação e à diarreia;*
- na inibição da proliferação dos germes patogênicos;*
- na desintoxicação intestinal;*

Bio é altamente nutritivo, ajuda a melhor assimilação do ferro no organismo além de ser excelente fonte de cálcio e

proteínas de alta qualidade, o que favorece a mineralização óssea”.

Da mesma forma que na reportagem de *Manchete*, qualquer indivíduo pode enquadrar-se como necessitado de Bio, ou seja, como indivíduo não saudável ou não suficientemente saudável, pelo modo como o texto coloca suas afirmações.

Com efeito, quem, em sã consciência, pode dizer que o seu “trânsito gástrico” ou seu “bem-estar digestivo” não pode ser melhorado? Quem não deseja ver a sua flora intestinal protegida? Quem não quer ver inibida a proliferação de germes patogênicos no seu organismo, ou seu intestino desintoxicado? Quem não deseja ver o ferro em seu organismo melhor assimilado? Quem pode dispensar uma excelente fonte de cálcio e proteínas de alta qualidade?

Vai na mesma direção o folheto de propaganda das cápsulas de óleo de alho cru, óleo de fígado de bacalhau e óleo de germe de trigo (anexo).

Neste folheto está colocado, como subtítulo: “O segredo da vida longa e saudável”. Sob este título é colocado:

“O óleo de alho cru, o óleo de germe de trigo e o óleo de fígado de bacalhau Naturalis, ricos em nutrientes nobres, têm ação protetora sobre as artérias e proporcionam melhor nutrição e oxigenação das células, evitando, desta forma, os fatores que determinam o envelhecimento precoce do organismo”.

Nutrir e oxigenar as células evitando com isso o envelhecimento precoce do organismo são, também, propriedades de mercadorias de saúde “irrecusáveis” por qualquer indivíduo normal, ou seja, que não deseja envelhecer precocemente.

1.1.5 — Hipertrofia da dimensão orgânica da saúde

Os processos de alienação e reificação, para serem adequadamente entendidos, devem ser traduzidos para o léxico da Saúde Pública em termos de hipertrofia da dimensão orgânica da saúde em detrimento das suas dimensões não or-

gânicas (48, 80). Este processo de hipertrofia é tanto mais eficaz quanto não aparece como tal, já que a doença ou a saúde aparecem “naturalmente”, “espontaneamente” como fatos orgânicos. E esta aparência é grandemente reforçada na medida em que todo o investimento da tecnologia, chamada de “saúde”, crescentemente sofisticada, tem seu *locus* de manifestação neste mesmo nível orgânico (incluído aí o mental).

Explorando a relação entre alienação/reificação e hipertrofia do componente orgânico da Saúde/Doença, diríamos que à reificação/alienação, ou seja, à hegemonia das mercadorias sobre o Homem, isto é, das coisas que o Homem faz sobre esse mesmo Homem, corresponde o prevalecimento da visão da Saúde e da Doença apenas como coisas, como “concretudes” primárias.

A Saúde e a Doença como “concretudes” primárias traduzem-se, por sua vez, em Necessidades (dor, fome, calafrios, febre, enfim, sintomas, sensações concretas) e Necessidades Satisfeitas (sensação concreta de alívio da dor, ausência de febre, enfim, anti-sintomas).

Estas Necessidades Satisfeitas, finalmente, fusionam-se, confundem-se com as Mercadorias, instrumentos desta Satisfação, coroando todo o processo.

A propaganda do medicamento Hepatoviz fornece um exemplo claro deste processo quando afirma que “Hepatoviz é a Saúde do seu fígado” (da mesma forma que a propaganda da Golden Cross, quando afirma que “Golden Cross é Saúde em boa companhia”). Ou seja, a sensação de saúde do fígado, a saúde do fígado, como estado orgânico desloca-se para a mercadoria Hepatoviz.

Este processo tem, é claro, um substrato mágico: como o mago, com seu “passe de mágica”, subtrai alguma coisa à vista do espectador para que ele tenha a sensação de que “o coelho saiu da cartola”, a propaganda de Hepatoviz subtrai, não à vista, mas ao raciocínio, ao encadeamento lógico, a sensação de saúde do fígado, passando direto para a saúde do fígado concentrada na mercadoria ou tornada atributo es-

sencial desta. A ideologia ou efeito ideológico é, com efeito, uma espécie de “curto-circuito”.

Mas este processo não é só isso, não é apenas um truque, um *trompe-l'oeil*. É mais do que isso, é mais sutil.

De fato, como ter a — tão desejada, primária, imperiosa — sensação de saúde, sem a mercadoria? Afinal, não seria o Homem, por si só, sem a mercadoria (que é a forma histórica secularizada das “poções mágicas” do feiticeiro) absolutamente incapaz de autogerar a sensação de alívio, o anti-sintoma, enfim, a Saúde?

Com efeito, uma vez que se adentra neste terreno pantanoso, permanece-se preso a uma armadilha ideológica e conceitual da qual não é possível escapar sem uma crítica profunda dos conceitos que conformam esta mesma rede (ou armadilha). Um desses conceitos, a ser criticado, é o de Necessidade de Saúde.

1.1.6 — Saúde e necessidade de Saúde

A resultante do processo de produção social do sentido da saúde é, o que poderíamos chamar de Constituição da Necessidade de Saúde.

O conceito de Necessidade de Saúde é o que opera, na produção social do sentido da saúde, a “naturalização” de todo o processo, aparecendo a mercadoria como resposta às necessidades, “naturais”¹ do homem.

Como afirma Cordeiro (23): “Os conceitos de necessidade e consumo médicos” não são compreendidos como um conjunto de necessidades e formas de as satisfazer imutáveis, inerentes à natureza humana e aos requisitos funcionais da sociedade. São necessidades que se criam, que são cultivadas, inculcadas e conquistadas a partir de práticas econômicas,

1. Em artigo na *Folha de S. Paulo*, sob o título “Na publicidade redator deve transformar produto em desejo” (55), afirma-se explicitamente, “o redator de propaganda (...) deve criar necessidades para o produto e/ou serviço que vai vender” (destaques nossos).

políticas, e ideológicas que caracterizam as práticas institucionais do complexo médico industrial e das classes e grupos sociais (pág.177).

Mais genericamente coloca Baudrillard (6): “Pode-se generalizar esta conclusão e se definir as necessidades, quaisquer que sejam elas — de nenhum modo, segundo a tese naturalista/idealista, como força inata (...), virtualidade antropológica, mas como *função induzida* (em itálicos no original) nos indivíduos pela lógica interna do sistema, mais exatamente, não como força consumptiva (*force consommative*) liberada (em itálicos no original) pela sociedade de abundância, mas como *força produtiva* (em itálico no original) requerida para o funcionamento do próprio sistema em seu processo de reprodução e sobrevivência. Dito de outro modo: as necessidades só existem porque o sistema as necessita” (pág. 87).

Aplicando estas idéias ao campo da saúde, diríamos que definir as necessidades de saúde como “função induzida nos indivíduos pela lógica interna do sistema”, que reza que a mercadoria deve prevalecer sobre todas as coisas, implica na opção por uma determinada visão de saúde, que é concebida como ausência ou ausência da ameaça de doença, dor ou qualquer condição orgânica tida como negativa, ausência essa que aparece como uma resposta produtiva ou resolutive, no jargão atual da área de saúde, fornecida por mercadorias como medicamentos, cirurgias, tratamentos “naturais”, iogurtes, etc. às necessidades de saúde.

O conceito de Necessidades de Saúde é uma peça vital para o sentido da saúde/doença, gerado socialmente nas formações sociais como a brasileira.

Este conceito permite que a saúde se identifique com outras necessidades, como as de abrigo, de proteção contra o frio, de alimentação, de instrução etc. e se enquadre na lógica do sistema, a saber EN-P-ES: Estado de Necessidade determinando o Produto e este gerando um Estado de Satisfação.

E dessa equação semântica evacua-se ou neutraliza-se a questão da causalidade social porque se trata de uma equa-

ção fechada ou auto-suficiente: o EN começa o processo; o produto dá conta da necessidade e sobrevém o ES.

Nesse sentido vale a pena, como ilustração, recolocar o texto a respeito dos SPAS. Afirma-se na reportagem: “Os SPAS, centros de tratamento de problemas causados pela agitação da vida moderna — excesso de peso, estresse, ansiedade, tensão e perturbações nervosas — e que se estão disseminando de forma generalizada pelo país...”.

Colocar o problema em termos de “agitação da vida moderna” permite evacuar a causalidade social. Com efeito, a “causa social” adquire aqui contornos de uma fatalidade indeterminada frente à qual não há nada a fazer: o caráter agitado aparece como um atributo constitutivo, inerente à vida moderna, ou seja, à vida que se vive hoje. Portanto, a “agitação da vida moderna”, causa dos problemas de saúde, aparece como sendo o que é, igual a si mesma, ou seja, não causada.

Sobram assim isoladas as necessidades (ou problemas) como objetos de intervenção/solução, o que permite às mercadorias ou produtos (no sentido de produtos genéricos) reinarem soberanos, aparecendo como agentes supressores únicos destas necessidades.

Fora deste esquema EN-P-ES, aparecem as contradições e paradoxos. Em nosso país, o paradoxo da saúde (despida do sentido acima colocado, em que os sistemas sociais aparecem como máquinas protetoras, montadas para dar resposta às necessidades “naturais” do ser humano) é que a sociedade, ao produzir, através destas mercadorias, Cuidado, Assistência, Proteção (todas as metáforas da função materna/paterna), está Assistindo, Cuidando e Protegendo a saúde de seus membros contra as ameaças e os agravos à saúde, que são, numa larga medida, produzidos por essa mesma sociedade, em decorrência do seu modo de organização social e econômico. A mesma sociedade, que é largamente responsável pela produção de úlceras e gastrites, assiste a estas condições com Tagamet.

De acordo com o dito popular, podemos afirmar que “uma mão, do sistema, lava a outra”.

Estamos obviamente cientes de que, se este paradoxo ou contradição, assim enunciado, indica, de um lado, a impossibilidade de resolver a questão da saúde/doença regionalmente, ou seja, no âmbito dos chamados Sistemas de Saúde, por outro lado, não se desconhece que seria muito mais grave se a sociedade, além de produzir ameaças e agravos à saúde, assistisse mal ou assistisse desigualmente a seus membros. Como assinala Magaldi (50): “A saúde não pode ser reduzida ao conjunto de intervenções de natureza médica, preventivas, curativas e reabilitadoras ofertas por serviços de saúde. É, antes de tudo, o resultado de formas de organização social da produção, as quais podem gerar grandes dificuldades nos níveis de vida” (sublinhado no original). Agrega, no entanto, a autora: “Essa dimensão real da saúde não nega (...) o componente de serviços de saúde que devem ser objeto de mudanças urgentes para a melhoria da qualidade de vida” (sublinhado no original) (pág. 78).

Porém, a injustiça na distribuição de bens de consumo ou serviços, como consultas médicas, odontológicas, medicamentos, exames de laboratório etc. não é o problema que nos ocupa.

O mesmo que se disse sobre a saúde/doença pode-se dizer a respeito das necessidades de Segurança: a organização social, numa larga medida, gera insegurança e ao mesmo tempo “vende” a segurança através de mercadorias, como revólveres, alarmes contra roubos, estacionamentos para automóveis, serviços de segurança privados ou públicos etc.

É interessante notar, neste cotejamento entre necessidades de saúde e necessidades de segurança, que ambas aparecem com o sentido adicional de necessidades prementes, o que é mais um expediente que permite afastar a causalidade social. Quando o assunto “segurança” é discutido nos meios de comunicação de massas, a causalidade social é, quase sempre, relegada a um segundo plano, em face da necessidade premente de fazer frente — com aumento do efetivo policial,

mais armas, mais helicópteros, mais prisões — à violência que se manifesta no cotidiano.

Da mesma forma, no campo da saúde, é preciso ser “resolutivo”, deixando de lado a causalidade social, porque as doenças exigem soluções prementes.

1.1.7 — A saúde com “s”

A esta concepção se opõe, dialeticamente, uma outra, a que vê a saúde como produção do sistema social, porém concebido não como máquina de produção de mercadorias (de todo tipo, até mesmo de saúde), mas como expressão de um arranjo “convivencial”, “organizacional”, “relacional” dos homens entre si e com a natureza. A saúde, nesse caso, aparece como resultante da organização social como um todo.

Nesse sentido, a saúde se confunde com a idéia de Existir Completamente como Homem; e isto é uma condição humana e não uma necessidade; ou, se se quiser, é o somatório de todas as necessidades humanas (incluindo aí as necessidades — agora totalmente “depuradas” — de assistência médica, odontológica etc.).

A saúde desloca-se então de “sede”, de espaço, de *locus*, na sociedade, passando do espaço da mercadoria para o espaço da sociedade como um todo, do espaço do consumo (de mercadorias de saúde) para o espaço do Direito (à saúde, ou seja, a existir completamente como homem).

Retomando e ampliando a distinção de Luz (48) entre Saúde e saúde, diríamos que nesta concepção a saúde(s) seria igual ao somatório dos s.i. que compõem a organização social.

O fato de “s” ser um atributo da sociedade como um todo, faz com que o reencontremos em cada um dos s.i. Assim, a habitação é geradora de saúde, lazer é gerador de saúde etc. Esquemáticamente, temos $s = s_1 + s_2 \dots + s_n$, onde o que é chamado atualmente de Saúde seria considerado apenas mais um s.i., ou seja, um dos subsistemas geradores de saúde.

A saúde, sendo um atributo da sociedade global, é, portanto, um atributo do próprio homem na medida em que a sociedade se identifica com este homem, é este homem, no coletivo. A saúde deixa então de estar na mercadoria e passa a estar no homem coletivo e a constituir um atributo deste homem no coletivo.

Retomando as palavras de Horton (39): “Marx acentuou o lado humano e ativo da relação homem/sociedade, negando radicalmente o dualismo. A atividade social humana do homem é o seu trabalho, os produtos do trabalho, incluindo a sociedade, são extensões da própria natureza humana. Portanto, *o homem é a sua atividade, é seu objeto, o homem é a sociedade*” (pág.97) (destaques nossos).

Confrontando-se então esta visão com a reificada, diríamos que numa situação estamos diante da saúde efetivamente produzida pelo sistema social, gerador e promotor de saúde como seu Dever; em outra situação, estamos diante da saúde como uma região institucional do sistema social, especializada em oferecer produtos e serviços para os organismos afetados e afetáveis por processos mórbidos.

1.1.8 — Saúde como aquilo que produz saúde

Considerando como parâmetros estas polaridades dialéticas, a saúde, em nossa sociedade, pode ser entendida, enquanto práxis, como uma constelação de mercadorias produtoras de saúde. Ou seja, entre nós, saúde é, hegemonicamente, aquilo (produto, serviço) que produz saúde.

E como os limites do conceito social de saúde são deixados em aberto — o que permite, entre outras coisas, associar saúde e beleza, como nos regimes alimentares, nas cirurgias plásticas “estéticas”, em produtos como o já analisado Bio da Danone —, a constelação de mercadorias fica também sem contornos definidos.

As mercadorias de saúde (o medicamento dentre elas), numa sociedade onde a mercadoria pontifica, passam então a incorporar em si a saúde, passam a representá-la, a simbolizá-la.

1.1.9 — A saúde e o ponto de vista

É importante frisar que a análise do sentido da saúde, que fizemos neste capítulo — e que está presente em todo o trabalho —, em conformidade com os princípios da dialética, é “posicionada”. Dela, portanto, não derivam afirmações que postulem essências. Não estamos, por exemplo, afirmando que “a saúde é...”, ou que “o medicamento é...”. Nossas afirmações são sempre enunciadas de um determinado ponto de vista; neste capítulo, o ponto de vista é o do produto.

Por isso, a saúde aparece como algo que o produto propicia e que faz parte dos seus atributos internos.

É óbvio, portanto, que saúde e medicamento têm outros sentidos possíveis, dependendo do seu sujeito institucional enunciador.

No caso do medicamento considerado em seu funcionamento social corrente, temos, basicamente, três sujeitos institucionais enunciadores ou três pontos de vista: o ponto de vista do produto, o do médico (e/ou farmacêutico e/ou curandeiro) e o do paciente. Quanto a este último, o seu espaço social e psicossocial inclui, além dele, outros atores sociais que com ele interagem como vizinhos, parentes, o amigo-que-tem-o-mesmo-problema-e-ficou-bom-com-o-medicamento-x.

Fora de seu funcionamento social corrente, o medicamento admite outros pontos de vista, como, por exemplo, o que se desenvolve neste trabalho, e que é, na realidade, um metadiscurso ou metaponto de vista, na medida em que, na qualidade de discurso acadêmico, pretende analisar, refletir e mesmo reconstruir os pontos de vista gerados no funcionamento social corrente do medicamento.

1.2. — *Medicamento como mercadoria simbólica*

SEMIÓTICA E REPRESENTAÇÃO

"Nos fenômenos, sejam eles quais forem — uma nesga de luz ou um teorema matemático, um lamento de dor ou uma idéia abstrata de ciência —, a semiótica busca divisar e deslindar seu ser de linguagem, isto é, sua ação de signo. Tão-só e apenas. E isso já é muito."

Santaella, L. *O que é semiótica*. São Paulo, Brasiliense, 5.^a ed., 1987 (p.11).

"É, eu falei pra ele (o vereador) isso aí. Eu digo: quando vocês vão pra lá (na prefeitura), vocês vão com as nossas forças, com as nossas palavras. Foi nós que pediu pra você isso aí. Então, invéz de você se o nosso representante, nós mesmo vamos se representá".

Dna. Maria. Pesquisa Participante. Itapeccerica da Serra. Reunião de Pesquisa, 21/03/87.

1.2.1 — *Medicamento como tecnologia*

Antes de considerar, propriamente, o medicamento como mercadoria simbólica, é necessário colocar a questão do medicamento como tecnologia ou produto tecnológico.

Isto tanto para marcar claramente que a posição adotada neste estudo não é, de nenhuma forma, antitecnológica, como para, de acordo com a perspectiva dialética, acentuar, até didaticamente, as especificidades (no caso do medicamento como mercadoria simbólica), utilizando o recurso do contraste, ou seja, tornar clara a tese pela exposição da antítese.

Assim, como afirmamos até aqui, nas sociedades capitalistas como a nossa, a saúde é sujeita a um processo de reificação, que se traduz por uma hipertrofia de sua dimensão orgânica, sendo o medicamento um dos agentes deste processo de reificação.

Mas é preciso reiterar, mais uma vez, que, conforme a perspectiva teórica adotada, não fazemos colocações essencialistas. O medicamento não é essencialmente reificador; ele funciona, nas sociedades capitalistas como a brasileira, também como agente de um processo social e histórico de reificação da saúde.

Considerado em si como tecnologia, é óbvio que o medicamento deve ser visto como um produto da ciência, que representa um avanço constante do homem no controle e prevenção das agressões exógenas e endógenas ao organismo, que afetam o seu equilíbrio.

A dificuldade, quando se o considera como um avanço tecnológico, é separar as agressões não humanas e não voluntárias das agressões geradas pela ação do próprio homem frente a si mesmo e aos outros homens e frente à natureza.

Como produto tecnológico em si, o medicamento, evidentemente, é usado em ambas as situações. Mas, no momento em que ele é objeto de reflexão pela Saúde Pública e pela Educação em Saúde Pública, é necessário entender e separar estas duas faces, sob pena de se estar confundindo prevenção, cura ou alívio de situações mórbidas com ocultamento de fatores causadores de doenças derivados da ação do homem.

1.2.2 — *A mercadoria medicamento e os seus sentidos*

O que se está tentando neste trabalho é examinar as condições sociais mais gerais (ligadas à questão da mercadoria) e os mecanismos internos (a função simbólica) que determinam o funcionamento do medicamento como instrumento de um processo de reificação da saúde, em curso no nosso país.

A mercadoria aparece socialmente como algo cujo sentido é o de "resolver" um estado "mau" (de necessidade), conduzindo a um estado "bom" (de satisfação).

Este é um dos sentidos da mercadoria.

Poderíamos dizer, em termos semióticos, na acepção de Metz (52), que o sentido acima, que representamos esquematicamente por ENs-Ps-ESs, é uma das "mensagens" do "tema" mercadoria.

A outra "mensagem" do tema mercadoria, o seu sentido latente, que contrapusemos ao primeiro, é a de que este sen-

tido manifesto é a forma “naturalizada” e a-histórica sob a qual aparece, em formações sociais capitalistas como a brasileira, a mercadoria; forma essa que permite obscurecer a hegemonia histórica da mercadoria na relação ENs-Ps-ESs.

Permanecendo no terreno da mensagem, mas colocando o medicamento como “tema”, ao indagar-se sobre o seu sentido, a resposta do sistema é: “o medicamento é um produto que existe para solucionar problemas ou necessidades de saúde”? A resposta que expressa o que chamamos de sentido latente é: “o medicamento é, entre outras coisas, uma das múltiplas formas de que se reveste a hegemonia da mercadoria em formações sociais capitalistas como a brasileira”.

1.2.3 — Saúde se “escreve” medicamento

Mas, segundo cremos, a semiótica permite desenvolver a idéia de que, na produção da semiose social, a mercadoria não é apenas provida de sentido, ou seja, mensagem. Ela também é produtora de sentido, ou seja, símbolo.

A mercadoria não é apenas um objeto de sentido mas também um sujeito de sentido; não apenas produto mas — considerada na qualidade de símbolo — produtora de sentido.

Assim, quando se considera o medicamento como símbolo, à pergunta “o que é o medicamento”? poder-se-ia responder: o medicamento (ao lado de outras mercadorias de saúde) é o modo como se “escreve” ou se “fala” a saúde, na e para a sociedade de consumo em que se vive atualmente; nesta sociedade, saúde se “escreve”: “Saúde Bradesco”, “Golden Cross”, “cineangiocoronariografia”, “Doril”.

Com efeito, como afirma Eco (29): “As tendências atuais da semiologia tendem (...) a incluir entre os signos todos os aspectos da cultura e da vida social, inclusive os objetos (...). Vários estudiosos assentaram numa semiótica dos objetos da sociedade de consumo (Moles, 1969; Baudrillard, 1968). A arquitetura (cf. Eco, 1968; De Fusco, 1969; Koenig, 1970) é hoje estudada como um sistema de comunicações.

“Para uns, uma configuração (uma escada, uma porta) comunica a função que permite, e comunica-a também se a função não estiver explícita (se vejo uma porta fechada, decido não passar, em vez de experimentar dar-lhe com o nariz)” (págs. 36, 37).

As idéias que desenvolveremos seguem pois a corrente dos que vêem a mercadoria não apenas como mensagem ou tema de mensagem mas também como ícone (na acepção de Pierce (58, 59), ou símbolo (na acepção de Todorof (76).

Produzir sentido é representar a realidade através de símbolos, o que implica, entre outras coisas, numa relação simbólica, simbolizante/simbolizado, na acepção de Todorof (76), e numa relação simbólica de substituição (algo que está por outra coisa), na acepção de Pierce (58, 59).

A reflexão semiológica permite, com efeito, que se avance a idéia de que a mercadoria, nas sociedades capitalistas como a brasileira, aparece como um símbolo, que contém, como todo símbolo, uma face material (que, no caso dos medicamentos, é composta de grãos embalados, xaropes etc.), cujo consumo (seja este, no caso dos medicamentos, deglutição, absorção epidérmica, injeção ou outras formas) permite a realização ou materialização da qualidade abstrata ou sentido: a Saúde.

A mercadoria medicamento pode então ser hipoteticamente considerada, de acordo com a reflexão semiológica, como um dos símbolos, ao lado de outros (45, 46), de Saúde, em sociedades capitalistas como a brasileira. Ou, mais precisamente, o medicamento é um simbolizante que aparece como permitindo, ao ser consumido, a realização ou materialização de um simbolizado: a Saúde.

Em outro contexto de referência, Barros (3), segundo cremos, está implicitamente colocando o medicamento como símbolo, quando afirma: “Na transformação da prática médica, o medicamento ocupa posição relevante. *Torna-se fácil difundir a ‘venda da saúde’ embalando-a em pequenos e práticos recipientes*” (pág. 57, grifos nossos).

Parece-nos legítimo ir mais a fundo no pensamento expressado por Barros, interpretando, em termos semióticos, a sua frase acima assinalada.

A embalagem da saúde em pequenos e práticos recipientes, a que se refere a autora, pode, legitimamente, ser interpretada, em termos semióticos, como o processo de constituição do símbolo, que envolve sempre um recipiente (que, em termos semióticos, recebe o nome de simbolizante) e um conteúdo, que este simbolizante recebe e envolve (chamado simbolizado).

O recipiente/symbolizante é, então, o próprio medicamento como coisa concreta, palatável, deglutível, absorvível epidermicamente, e o conteúdo/symbolizado deste recipiente é a própria idéia de Saúde.

Difundir a venda da grande ou abstrata ou difícil idéia de Saúde torna-se fácil na medida em que essa idéia transforma-se numa idéia prática ou pragmática através do processo de simbolização e reificação, em que a idéia de Saúde aparece representada ou materializada no comprimido ou gota ou xarope.

Em síntese, podemos dizer que a autora coloca, em outras palavras, a idéia central deste trabalho, ou seja, que o medicamento é uma mercadoria simbólica. Com efeito, a saúde é, para a autora, algo à venda; é, portanto, uma mercadoria. Esta “venda”, por outro lado, é facilitada porque o medicamento é também um símbolo, ou seja, uma materialização de uma idéia, o que torna “prática” a sua venda.

A saúde, materializada através do símbolo medicamento, pode adquirir múltiplas facetas numa sociedade onde a mercadoria pontifica. A título de exemplo, vale mencionar o folheto da Fontovit (anexo). Através desse folheto, pode-se verificar que, além da vitalidade e da potência sexual, pode-se também, com o consumo das vitaminas Fontovit conseguir o bronzamento, o fortalecimento dos cabelos e das unhas, a memória, a digestão facilitada, a queima adequada das gorduras, a prevenção dos resfriados.

1.2.4 — Símbolo e consumo de símbolo

Há que distinguir agora, no que se refere às mercadorias, símbolo e consumo do símbolo.

A mercadoria é um símbolo e, enquanto tal, expressa e permite uma representação da realidade.

Mas ela é também um objeto de consumo e, enquanto tal, implica em que esta representação não é apenas produzida (pelos discursos da mercadoria) para ser entendida cognitivamente mas também para ser vivenciada no momento do consumo.

A mercadoria aparece, no discurso elaborado sobre ela e para ela, como um simbolizante, uma coisa concreta que representa, incorpora e materializa uma qualidade abstrata (que está associada a um valor: beleza, saúde, sensualidade, carinho, zelo maternal etc.).

O discurso da mercadoria porém não diz apenas “calça jeans é sensualidade”, “Golden Cross é saúde em boa companhia”, “Vitasay é a vitamina dos campeões de saúde”. Ela não está apenas difundindo uma idéia, está também difundindo a possibilidade de efetivação dessa idéia.

O símbolo “mercadoria” é sempre consumido, mas não necessariamente (se bem que muito frequentemente) comunicado.

No caso da mercadoria medicamento podemos estar diante de símbolos que não estejam sendo usados, explicitamente (ou não estejam sendo apenas usados) como instrumentos para comunicar a idéia de Saúde, mas como instrumentos para fazer com que seja consumida (e confirmada pelos resultados) uma determinada visão da saúde (a da saúde reificada).

Como sugere Temporão (74): “A possibilidade do consumo da droga, e na perspectiva da obtenção de ‘resultados clínicos’ concretos, seja ‘cura’, seja supressão de sinais e sintomas, vir a reforçar a assimilação dos conteúdos (veiculados pela publicidade de medicamentos) nos parece ser uma hipótese interessante. Ou seja, no próprio momento do consumo o consumidor interiorizar a instância social e suas normas” (pág.170).

Desenvolvendo a hipótese do autor, diríamos que o sentido do medicamento não é apenas mentalmente consumido, ele é também organicamente experimentado, e uma coisa reforça a outra.

No momento em que se consome um símbolo, como o medicamento, está-se consumindo uma representação da saúde e, ao mesmo tempo, experimentando, na prática, as promessas embutidas nessa representação.

1.2.5 — O medicamento e a saúde como desejo consumido

Quando se afirma que a saúde tem, na nossa e em outras sociedades, uma representação, um modo de expressão mercadológico que se traduz na existência de uma constelação de símbolos de saúde, está-se querendo, também, dizer que a saúde é, em “estado bruto”, um valor, um desejo (indicado, por exemplo, pela expressão “saúde e prosperidade”) na nossa cultura, que vem à tona, que se atualiza sob a forma de mercadorias que, em razão disso, funcionam como “representames” de saúde.

Pierce(59) usa várias nomenclaturas para nomear os vários tipos de símbolos. O termo “representamem” nos parece adequado porque, evidentemente, evoca representação. O “representamem” aparece então como a expressão concreta de um processo de representação. Afirma o autor: “Representar é estar no lugar de, ou seja, estar em relação tal com outro que, para certos propósitos, algum espírito o tratará como se fosse aquele outro. Assim, um porta-voz, um deputado, um advogado, um agente, um diagrama, um sintoma, uma descrição, um conceito, uma premissa, um testemunho, todos representam algo diverso, sob variadas formas, para espíritos que os consideram sob esse prisma. Quando se deseja distinguir entre aquilo que representa e o ato ou relação de representar, podemos dar ao primeiro o nome de “representamem” e ao último o de “representação” (*op. cit.*, pág. 114).

Como diria PIERCE (59) este “algo que representa” a saúde é um representamem de saúde porque está em seu

lugar, com o propósito de comprimir ou sintetizar um desejo em algo acessível e prático como um medicamento.

Os símbolos (a foice e o martelo, a cruz suástica, a cruz de Cristo etc.) sempre comprimem uma “grandeza”, um desejo, numa pequena superfície: assim se diz, por exemplo, que Marilyn Monroe foi um símbolo sexual, ou seja, alguém que concentra em si, isto é, numa mulher concreta, toda a “grandeza” da sexualidade e do erotismo femininos.

1.2.6 — Medicamento e hóstia

Visto agora o problema sob outro ângulo, pode-se comparar (e a comparação é quase obrigatória) o consumo simbólico do medicamento ao ritual católico da comunhão, em que o que comunga e consome a hóstia está consumindo um representamem do corpo de Cristo.

Este representamem é um simbolizante, um pedaço circular de pão ázimo, cujo significado (através da mediação do sacerdote que consagra o pão) é o corpo de Cristo e cujo resultado é a presença divina, naquele momento, no corpo do homem.

No momento simbólico do consumo de medicamento o consumidor está, consciente ou inconscientemente, buscando uma materialização imediata equivalente (a “saúde imediata”, da qual falamos alhures) (45).

E, vale notar que, também no caso do medicamento (e a comparação aqui, da mesma forma, se impõe naturalmente) há um “sacerdote” que “consagra” o medicamento. Com efeito, o ritual da “consagração” do medicamento — como um momento “dramático” da consulta médica — através da receita, não deixa de ter paralelo com o ritual da consagração da hóstia — como um momento “dramático” da santa missa católica.

O ritual católico da comunhão pode ser visto como uma das formas de materializar a intangibilidade divina. É um dos momentos em que Deus — que é a suprema abstração

— está presente no corpo do homem, pela concretização inerente ao processo simbólico.

Da mesma forma, a saúde é também um conceito abstrato, um desejo que necessita, portanto, na sociedade da mercadoria, assumir formas concretas, materiais, tangíveis, o que se faz por intermédio de processos de simbolização, que permitem (através do medicamento, ou do iogurte Bio da Danone, por exemplo) materializar o abstrato.

1.2.7 — O medicamento como ícone químico

Quando perguntamos, na fase de pré-teste do instrumento de pesquisa, “como uma coisa tão pequena como um remédio pode resolver o problema de saúde das pessoas”, obtivemos respostas que falavam:

a) “Acho que tem muita química, né. A química está toda concentrada naquele comprimido...”

b) “Eu entendo que o remédio vem suprir uma deficiência orgânica. A doença, no meu entender, decorre justamente desta insuficiência. E o remédio preenche ou completa ou substitui.”

c) “Ele deve conter, ali dentro, ingredientes necessários ou que estejam faltando no organismo, suprimindo assim uma necessidade do organismo ou cortando o efeito de outras coisas que a gente tem em exagero no organismo ou que estejam fazendo mal.”

Estas respostas são reveladoras de um certo grau de consciência a respeito de uma característica importante do medicamento, que permite avançar a idéia de que ele pode também ser considerado um signo icônico ou ícone, na acepção de Pierce (59).

Com efeito, define Pierce o ícone como “um signo que se refere ao objeto ao qual denota meramente em virtude de caracteres que lhe são próprios (...). Qualquer coisa, seja o que for, qualidade, existente, ou lei é um ícone de alguma outra coisa, na medida em que *é como esta coisa e que é usada como signo dela*” (pág. 30, destaques nossos).

Mais adiante apresenta Pierce outra definição de ícone. “Um ícone é um Representamem cuja Qualidade Representativa é uma Primariedade dele como Primeiro. Isto é, uma qualidade que o ícone possui como coisa o torna apto a ser um Representamem. Assim, *qualquer coisa está apta para ser um Substituto* (em itálicos no original) *de outra coisa à qual é similar*” (pág.46) (destaques nossos).

Desta forma, se considerarmos a saúde (reificada) puramente como estado orgânico, como realidade química, veremos que o medicamento contém em si esse estado orgânico.

Em termos pierceanos, o medicamento é uma coisa (química) como a saúde (reduzida à sua expressão química). Esta coisa química é usada como signo de saúde. A propaganda do medicamento Hepatoviz não fala: “Hepatoviz é a saúde do seu fígado?”

Um medicamento como um sonífero pode ser visto como o signo icônico do sono enquanto entidade química. Um analgésico pode ser visto como o ícone da não-dor como química.

O sono, a não-dor, a potência sexual, a tranqüilidade, a não-pressão alta, a não-tosse, a não-febre existem em coisas externas ao organismo humano (e lembremo-nos da definição de mercadoria em Marx, in Horton (39), que fala de uma “coisa externa”).

Essas coisas, que são os medicamentos, são estados orgânicos ou, mais precisamente, partes dele, fora do organismo. A pessoa que não dorme naturalmente, dorme com um medicamento; logo, o medicamento contém, numa certa medida, o sono na sua fórmula ou a fórmula do sono. Ou dito de outro modo, o sonífero é o sono equacionado quimicamente; ou ainda, o sonífero é a expressão concreta da resolução tecnológica do sono.

O medicamento pode ser visto como um Representamem do sono fora do corpo na medida em que o sono, no organismo, é também uma entidade química.

De um modo geral, o medicamento é a fórmula (química) materializada do Estado de Bem-Estar, ou seja, da Saúde. Mais precisamente, o medicamento é a fórmula (química) do Estado de Não-Mal-Estar ou de Não-Agravo. Esta distinção entre estado de saúde e estado de não-doença é neces-

sária, porque a produção da saúde não se dá apenas, como no caso da maioria dos medicamentos, em face de uma situação anterior de doença. Ela se dá também como reprodução de uma situação anterior de saúde: a mãe que amamenta seus filhos está, cada dia, reproduzindo um bebê saudável. É o caso também dos medicamentos usados preventivamente.

Podemos dizer que os medicamentos são imitações da vida enquanto fato orgânico, pedaços de vida orgânica (sono, tranquilidade, potência sexual etc.) comprimidos num comprimido ou numa gota ou num xarope.

Os medicamentos podem ser vistos então como recriações da vida pelo homem. Todos os medicamentos são, de certo modo, "pílulas de vida", como as antigas "Pílulas de vida do dr. Ross".

Enquanto ícones, os medicamentos aparecem como produtos simbólicos da mesma natureza do coração artificial, do rim artificial, das lentes de contato.

A diferença é que, num caso, eles aparecem como reconstrução da vida como física e, no outro, como química. Vejamos um exemplo na reportagem de capa da revista *Veja* (77): "Um golpe da ciência na raiz da dor". Afirma a reportagem:

"Há duas décadas os médicos sabem que a flutuação nos níveis de serotonina, um mensageiro químico cerebral, torna os indivíduos mais sensíveis às dores. Na semana passada, o laboratório britânico Glaxo anunciou o início de testes com voluntários de uma nova droga batizada ainda com o número de código GR 43175 e que tem a capacidade de suprir *serotonina sintética*, que é percebida instantaneamente pelo tálamo. A vantagem da droga da Glaxo é que ela só se manifesta quando há falta de *serotonina natural*, funcionando como um eficiente controlador da concentração da substância no humor cerebral. Ela deve estar à venda apenas em 1991" (pág.66) (destaques nossos).

Assim, nos termos de Pierce (59), de acordo com a revista *Veja*, a serotonina sintética "está apta para ser substituída de outra coisa (a serotonina natural que falta) à qual é similar".

Nesta medida, esse medicamento pode funcionar como Ícone da Saúde, no caso da não-dor de cabeça crônica.

Neste caso (e em casos similares), o medicamento pode ser visto como prótese química. A análise da propaganda do medicamento Cytotec (anexo) proporciona uma ilustração interessante da prótese química.

Fica claro que o sentido central do texto da peça publicitária é uma analogia entre o natural (a prostaglandina natural) e a sua prótese (o misoprostal ou seu nome comercial):

"A fórmula eficaz de tratar a doença péptica ulcerosa é restaurar os níveis das prostaglandinas."

"Misoprostal é um análogo da prostaglandina E1..."

"Cytotec: agente antiulceroso similar ao fisiológico."

O medicamento (misoprostal) é um "similar", "análogo" da prostaglandina que, portanto, se assemelha a esta prostaglandina.

A idéia da "saúde como não-úlceras" tem sua expressão química, no organismo, num determinado nível das prostaglandinas. O medicamento que contém o misoprostal pode então ser visto como uma prótese química da não-úlceras, na medida em que o medicamento é capaz de, pela analogia do seu componente com as prostaglandinas, "restaurar os níveis das prostaglandinas".

O medicamento enquanto prótese química é a parte química que falta, o preenchimento de um vazio químico, um ícone que, metaforicamente, poderíamos chamar de "membro ou órgão químico".

Na representação visual, que tem por título: "Criado pela natureza, aperfeiçoado pela pesquisa Searle", vê-se um par de estômagos/duodenos (o "original, criado pela natureza" e a réplica, "aperfeiçoada pela pesquisa Searle").

A figura permite avançar a idéia de que, do medicamento (no canto esquerdo da folha) emana, ou que ele "dá à luz" um novo (cuja representação gráfica aparece no ângulo

superior esquerdo da folha) estômago/duodeno, um estômago/duodeno aperfeiçoado.

Há na peça publicitária um jogo de contrastes visuais, no que se refere aos pares de estômagos/duodenos, entre “velho/novo”, “claro/escuro”, “alegre/triste”, “regular/irregular”, “doente/sadio”, que estão presentes para subsidiar e corroborar visualmente a oposição: “criado (pela natureza) e aperfeiçoado (pela pesquisa Searle)”.

O medicamento contém em si um novo “estômago/duodeno” (aperfeiçoado pela pesquisa da Searle); o medicamento irradia, ilumina, projeta o original e a réplica aperfeiçoada, como a significar, a expressar (pôr para fora) através da representação visual, a própria idéia de “estômago/duodeno aperfeiçoado” (por contraste visual com o “original”) embutida no medicamento e não visível a olho nu.

1.2.8 — O ícone ampliado

A noção de ícone aplicada à área da saúde permite explorar zonas de sentido associadas às relações atuais e futuras do homem com a ciência e com os produtos da ciência do funcionamento do organismo como máquina.

A própria noção de “máquina humana” é icônica na medida em que o ser humano é visto e tratado à semelhança² de (ou mais precisamente, como se efetivamente fosse) uma máquina.

São também ícones os aparatos como tomógrafos, estetoscópios etc., que, na qualidade de extensões dos sentidos humanos, permitem ver e ouvir cada vez mais e melhor, o corpo humano.

Símbolos do *homo sapiens* contemporâneo, heróis dos tempos modernos que, em sua versão infantil, presente nos desenhos animados da televisão, adquirem a forma completa de um robô, que incorpora em seu organismo/máquina estas extensões tecnológicas dos sentidos humanos.

2. Afirma Pierce (59): “Ocorre simplesmente que as suas (do ícone) qualidades fazem lembrar as daquele objeto e despertam no espírito sensações análogas àquilo que parecem” (pág.129).

Mais genericamente, a ciência tecnológica do corpo humano é vista socialmente como a inevitável forma contemporânea de “estar no mundo”³ como um avanço constante no entendimento da maquinaria humana e na conseqüente produção e aproveitamento de ícones do ser humano, ou seja, “peças de reposição” (próteses físicas ou químicas, transplantes) sempre que as “peças originais” apresentarem defeitos.

Observe-se a respeito a peça publicitária do medicamento Iloban (anexo).

Dela ressalta, na parte verbal, de modo ostensivo, a idéia de ciência contemporânea como avanço científico:

“O avanço da ação antianêmica chegou onde deve chegar.”

“O hematínico programado” (repetido três vezes no texto, duas na qualidade de atributo intrínseco do produto).

A representação visual central é, por sua vez, uma ilustração clara das idéias que acabamos de colocar.

Com efeito, o que é esta figura central senão uma representação da ciência médica (simbolizada pelo pedaço de tecido branco da manga do jaleco) “robotizada”, no sentido positivo do termo, onde a robotização está associada, como denotação, à idéia de ferro (a mão é de ferro, da mesma cor que o ímã, representado abaixo) e como conotação à idéia de avanço científico?

O medicamento, quanto a ele, é “programado” (termo que, evidentemente, conota “avanço”, “exatidão”, ligado que está à informática) para chegar íntegro até o duodeno, “local fisiológico de maior absorção”, ou seja, para desempenhar da melhor maneira o seu papel no funcionamento da máquina ou do *hardware* humano.

Em síntese, nesta peça publicitária, o essencial do texto verbal e da imagem permite avançar a idéia de que o seu sentido central postula uma relação icônica entre a máquina propriamente dita e a máquina humana.

3. Afirma Wolpe (82): “In the social realm, technology has replaced ritual as the representation of our relationship to the material world. We create technologies as our way of relating to the outside world...” (destaques nossos, pág. 320).

VOLTA ÀS COISAS NATURAIS

“Cremos haver cumprido assim uma tarefa séria contribuindo para o bem-estar, a saúde, a longevidade e a beleza de quantos — homens e mulheres — optam pela cosmética de preparados simples e eficazes nesta volta cada vez maior aos encantos e benefícios das coisas naturais.”

Chitwood, S. *Cosmética natural*. 3.ª ed., São Paulo, Ground, 1987 (p.12).

1.2.9 — Um interpretante do ícone: resolução tecnológica da vida x resolução natural da vida

Os medicamentos são efetivamente ícones ou “representames” da saúde “quimificada” (que, por sua vez, é um “representamem” da saúde *tout-court*) na medida em que, em termos pierceanos, são imitações desta coisa e signos dela.

Os medicamentos são representações, símbolos de saúde que, ademais de se apresentarem como tais (como se dissessem: “Eu sou Doril, o sumiço da dor, consuma-me”), dão margem ao surgimento de uma outra idéia, ou significado, ou interpretante, que poderíamos chamar de “Resolução Tecnológica da Vida”.

Coloca Pierce (59): “Um signo ou representamem é algo que, sob certo aspecto ou de algum modo, representa alguma coisa para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa um signo equivalente ou talvez um signo melhor desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo” (p.94).

Assim, os medicamentos como símbolos, além de dizerem: “Eu sou a saúde, consuma-me”, dizem: “Eu sou a saúde como resolução tecnológica da vida, consuma-me”.

É esta “resolução tecnológica da vida” (e não a “saúde”) que se defronta, como sentido, com a “resolução natural da vida”, no mercado simbólico da saúde ou, mais precisamente, na dimensão simbólica do mercado de bens de consumo de saúde.

A “resolução natural da vida” é o significado associado ou interpretante da “saúde natural” (materializada nos pro-

duto naturais), também à venda no mercado de bens de consumo de saúde.

À “resolução tecnológica da vida” e à “resolução natural da vida” correspondem, por sua vez, uma série de interpretantes, que podemos colocar, respectivamente, sob a forma de pares de oposição, como:

- moderno/antigo;
- artificial/natural;
- concentrado/disperso;
- forte/fraco;
- rápido/lento.

A título de exemplo (da oposição “rápido/lento” :: “artificial/natural”), vale mencionar uma peça publicitária de televisão (1988) de uma medicação homeopática. Na primeira cena, mostra-se uma jovem tomando um remédio homeopático. Em seguida, a jovem diz algo ao telespectador como: “Não fique aí me olhando, ninguém emagrece em quinze segundos não”.

Vejamos outro exemplo, através da publicidade do medicamento Fibrapur (anexo):

Vê-se, claramente, a presença da idéia de “natural”: “A suplementação natural de fibras dietéticas” e da idéia de “concentrado” (ligada à “resolução tecnológica da vida”): “concentrado natural de fibras dietéticas”; “concentrado obtido seletivamente da parte nobre do germe de trigo”.

Note-se, ademais, que em nenhum espaço do “corpo do texto” é mencionada a idéia de “artificial” (que aparece, muito discretamente, no texto da própria embalagem do produto): “mistura em pó, sabor artificial morango”; “mistura em pó, sabor artificial caramelo”. Isto mostra que a idéia de “artificial” não pertence ao discurso, mas a seu referente ou mais precisamente à parte verbal desse referente.

Evidentemente, a palavra “artificial” tem conotação pejorativa, e, por isso, se a esconde. Com efeito, em dois momentos, no corpo do texto, usa-se “sabor”, mas em nenhum deles há a menção a sabor “artificial”.

Destaca-se, por sua vez, a idéia de “concentrado”, de modo que ela acaba representando a “conciliação” (“concentrado natural”) entre a “resolução tecnológica da vida” e a “resolução natural da vida”: com efeito, a tecnologia permite “recuperar” (para a “Ciência”) a natureza na sua parte mais nobre: “concentrado obtido seletivamente da parte mais nobre do germe de trigo”.

Em outra peça publicitária, do medicamento Tamarine (anexo), vê-se também um exemplo de conciliação entre a “resolução tecnológica da vida” e a “resolução natural da vida”.

Do “natural”, o medicamento, (segundo a peça publicitária), aproveita apenas o essencial: a própria idéia de “naturalidade”, ou seja, de vínculo com a natureza, significada visualmente pelas folhas espalhadas em volta do medicamento e pela cor verde que envolve o nome do medicamento.

Ao caráter “natural” do medicamento é agregado o componente científico, que o torna, além de natural, “sério” (“Laxativo é coisa séria... mesmo sendo natural”).

Este componente “científico” é significado pela mensagem verbal (“alvo de constantes estudos” etc.) e pela mensagem visual central, do técnico de laboratório e da aparelhagem, que conotam, claramente, “cientificidade”, ou seja, “seriedade”.

Da mesma forma, em outra peça, a do medicamento Florantil (anexo), está indicada a presença verbal da “resolução natural da vida”: “natural e prático”; “naturalmente mais prático”; “o antidiarréico biológico” e a sua presença visual no coco e na paisagem desenhada dentro da letra “O”.

Vale notar que nas publicidades de medicamento encontra-se com freqüência, associados ao medicamento, termos como “biológico” e “fisiológico” que, desta forma, atestam a existência, no plano do simbólico, desses “biológico” e do “fisiológico” fora do organismo. Isto mostra claramente a idéia que se quer passar de um vínculo icônico da mercadoria medicamento com o organismo, ou seja, como o biológico e fisiológico propriamente ditos.

O medicamento natural/biológico/fisiológico é a reprodução (obra necessária da tecnologia) do natural numa mercadoria.

Esta conciliação entre a “resolução tecnológica da vida” e a “resolução natural da vida”, apresentada nestes exemplos, expressa uma necessidade da dimensão simbólica do mercado de bens de consumo de saúde: a de dar conta de uma reação de uma parcela de consumidores de medicamentos (alopáticos), que vêm — influenciados pela pensamento ecológico — nestes, um exemplo do “artificialismo” da vida moderna e das suas conseqüências “nefastas” no que há de mais central no ser humano: seu próprio organismo.

1.2.10 — A eficiência e a eficácia como fatos simbólicos

A saúde está concretamente naquele comprimido ou naquela gota. Ele ou ela são a saúde, representam a saúde.

Mas se trata de um símbolo especial. Como a hóstia, o medicamento é um símbolo a ser consumido pela boca, a ser incorporado.

Além disso, e diferentemente da hóstia, a presença da saúde no medicamento é um fato atestável empiricamente. Por isso, o medicamento aparece como um símbolo eficaz, ou potencialmente eficaz, isto é, capaz de cumprir o que promete.

E não simplesmente eficaz mas também eficiente: é o interpretante “resolução tecnológica da vida” com seu subinterpretante: “rápido/lento”. O medicamento, em alguns casos, não anuncia apenas: “Eu sou a saúde, prove-me”: eficácia simbólica. Ele afirma ademais: “Eu sou a saúde já, prove-me”: eficiência simbólica.

Em termos simbólicos, a eficiência é a possibilidade de realização quase imediata de um desejo: como o mago da lâmpada de Aladim, que dá nascimento aos desejos com o simples esfregar do pano na lâmpada, “Tomou Doril, a dor sumiu”.

Com efeito, analisemos brevemente a frase: "Tomou Doril, a dor sumiu".

A idéia fundamental nela contida refere-se ao tempo, ou seja, à eficiência: "Tomou Doril (ato contínuo), a dor sumiu".

Mas se trata, se observarmos bem, de um tempo muito especial. De fato, na frase, o ato concreto de tomar Doril produz o efeito: o "sumiço da dor" como sua conseqüência lógica e não cronológica; esta relação liga um antecedente lógico e sintático (Tomou Doril) a um conseqüente lógico e sintático (a dor sumiu).

Não se trata de uma distância temporal qualquer (mesmo mínima) entre o antecedente e o conseqüente. Trata-se de uma distância temporal zero: não decorre nenhum tempo físico entre o ato de tomar Doril e a dor sumir; o sumiço da dor está implicado no ato de tomar Doril.

Esta relação lógica aparece, contudo, no universo do simbólico, como a expressão mesma da quintessência da rapidez. Como se houvesse um "plim" (símbolo auditivo do efeito mágico) entre "Tomou Doril" e "a dor sumiu".

Com efeito, está implícita na frase a idéia de um tempo mágico, de um "instantâneo de fantasia": o mero contato de Doril com o corpo produz o sumiço da dor. É como se em vez de "Tomou Doril" estivesse sendo dito "Tocou Doril": tocou Doril (no corpo), a dor sumiu.

O toque de Doril no corpo recupera, portanto, plenamente, o mito da varinha de condão: não apenas produz o que se deseja, instantaneamente, como o produz (da mesma forma que o faz a varinha) radicalmente; a dor, com o toque de Doril, não "se esvai", não "se extingue" gradualmente: ela some, o que é a eficácia máxima.

Doril significa, pois o sumiço da dor (eficácia), em qualquer farmácia — ou mesmo bar (acessibilidade) —, ao simples contato com o corpo (eficiência). Ou seja, a saúde como mito típico de sociedades de consumo como a nossa, encon-

tra-se plenamente representada ou simbolizada neste comprimido.

A idéia de eficiência e rapidez: ilustrações

Na análise de quatro peças publicitárias (a do medicamento Ladogal, a do medicamento Mio Citalgan, a do medicamento Flanax e a do medicamento Buferin, nesta ordem, todas em anexo), vemos a idéia de eficiência simbólica (rapidez) associada ao medicamento.

Na primeira peça publicitária, é ostensiva a presença da eficiência (rapidez):

- "Pronto início da ação";
- "Pronto início do alívio";
- "Rápida regressão das lesões e rápido alívio dos sintomas";
- "Pronto retorno da função ovariana".

Da mesma forma, na segunda peça, a presença da eficiência também é clara:

- "Elimina a lombalgia no mesmo dia";
- "Elimina rapidamente a dor".

No mesmo sentido, a terceira peça mostra a eficiência simbólica do medicamento.

- "Rápida absorção...";
- "Rápido alívio da dor".

O contraste fotográfico entre a dor na consulta e o sorriso fora dela, no mesmo quadro.

A mesma "rapidez" está presente na quarta peça:

- "...protege e resolve com rapidez";
- "...proporcionando segurança, eficácia e rapidez de ação";
- "...tem ação duas vezes mais rápida e eficaz".

O medicamento e a economia simbólica

O medicamento faz a “economia simbólica” dos tempos demorados da saúde: do largo tempo necessário para que ocorram as mudanças nas estruturas sociais e produtivas geradoras de doença; do largo tempo necessário para que ocorram mudanças de comportamentos relacionados à saúde; do largo tempo de espera das consultas nos serviços públicos; do largo tempo necessário para que a criança nasça naturalmente; do largo tempo para se fazer uma boa consulta médica etc.

Nesse sentido, vale mencionar alguns depoimentos e comentários sobre esses depoimentos, presentes num artigo de Comaroff (21) — que será analisado em profundidade no capítulo II —, em que o referido autor detecta e critica depoimentos de médicos sobre o medicamento como símbolo.

Nesse sentido, coloca o autor o depoimento do Dr. B: “At times it can be a quit good thing to give a placebo. But the *more* time you have with the patient, the *less* placebo is necessary” (pág. 85, destaques nossos).

Diz Comaroff, comentando o depoimento do Dr.E: “He (Dr.E) believes that the patient actually benefits from the ritual of beeing treated as ill. And this belief seems to justify the use of pseudo scientific thecnics wich provide the doctor with a strategy for dealing with trivial illeness in a *rapid* and *effective* manner (pág. 86, destaques nossos).

Afirma o mesmo autor mais adiante: “Many doctors appear to treat vage or trivial symptoms in this manner: *difficult* or *lenghty* explanations are forgive in favor of the simple ritual of placebo prescriptions” (pág. 89, destaques nossos).

Na mesma linha, afirma Landaman (44) : “Freqüentemente a prescrição de medicamentos é feita pelo médico para livrar-se do paciente o *mais rápido possível* e não perder tempo esmiuçando mais as causas de sua sintomatologia” (pág.42, destaques nossos).

Eficiência simbólica e cumprimento de papéis

Vamos tentar encaminhar agora o problema presentemente discutivo, explorando a questão sob o ângulo do indivíduo e da sua função produtiva no sistema capitalista de produção.

Existir, na nossa sociedade capitalista contemporânea, é o resultado de um esforço permanente. E isto para todas as categorias sociais. A reprodução física e social é uma tarefa constante. O medicamento faz parte integrante deste esquema. Como o alimento é a mercadoria que se encarrega de satisfazer a exigência diária de reprodução física, também o medicamento é a mercadoria que entra em ação para restabelecer as condições de normalidade, quando estas são afetadas por situações conjunturais (doenças agudas) ou estruturais (doenças crônicas).

Viver, nessas sociedades, implica num permanente e ininterrupto cumprimento de tarefas, que inclui até coisas que não são habitualmente vistas como tarefas. É preciso não apenas trabalhar (preencher relatórios, inspecionar obras, terminar um romance etc.) mas também dormir, ir a festas, receber amigos, comer, exercer a sexualidade etc. Adoecer, neste contexto, figura como um parênteses nessa exigência.

A peça publicitária do medicamento Dexa Citoneurin (anexo) explora basicamente a idéia do medicamento como “passaporte” para o exercício diário do trabalho, quando ele é interrompido pela lombalgia:

“E, basta um pequeno gesto em falso, para uma dolorosa parada: a lombalgia”.

“... elimina rapidamente a dor e a inflamação devolvendo o paciente às suas atividades normais”.

A parte visual é muito expressiva apresentando um contraste entre o “executivo” (denotado pela roupa de trabalho) e a sua situação visual (fazer ginástica), incompatível com a roupa de trabalho, isto para indicar, visualmente, de maneira expressiva, a metáfora: “ginástica do dia a dia”.

De fato, aquele que adoece não pode permanecer muito tempo doente, porque ficar doente implica em não cumprir tarefas, e isso não é admissível ou é negativamente sancionado. Daí decorre o fato de que ou o doente ignora a sua doença, quando a considera banal (Boltansky (10)), e segue cumprindo normalmente as suas tarefas, ou se dedica à tarefa específica de eliminar a doença como obstáculo ao pleno cumprimento das outras tarefas.

Desse fato decorre a importância e o significado transcendente do medicamento. Ele é o recurso fácil e rápido que permite o imediato restabelecimento da tarefa.

A saúde, nessas sociedades, pode então ser vista, também, como a capacidade de cumprir tarefas.

As expressões: “pronto restabelecimento” (na categoria dos sintagmas cristalizados de cumprimento) e “pronto atendimento” (na categoria dos sintagmas cristalizados do discurso da “saúde”) traduzem, perfeitamente, esta exigência social. O medicamento, por sua vez, é o meio por excelência para a obtenção dos “prontos restabelecimentos e atendimentos”.

No contexto do problema que nos ocupa, a metáfora do papel social nos parece interessante justamente porque deixa claro o caráter imperioso da tarefa, a que nos referimos acima.

De fato, tomando a metáfora no seu conjunto e a sério, e imaginando a vida (ou a urbe) como um enorme palco, fica claro que o não cumprimento, por algum ator, do papel que lhe cabe, implica numa situação constrangedora, anômala e, no limite, insuportável, levando à suspensão do “espetáculo”.

Como não há vida fora do “palco”, ao ator cabe recuperar o seu papel ou buscar outro papel alternativo, sob pena de entrar em processo de marginalização social.

Dir-se-á, na esteira da sociologia parsoniana, que existe um papel de doente (“sick role”). Mas, é claro que se trata de uma espécie de antipapel, na medida em que estar doente é estar, permanente ou temporariamente, total ou parcial-

mente, “inválido”, “incapacitado para o trabalho” (e também para o lazer). E estar inválido, ou seja, sem valor, inútil, é estar não capacitado para consumir e gerar mercadorias, o que é um estado suportável socialmente apenas por um curto espaço de tempo.

Parece, pois, quase cristalina a relação entre a necessidade de cumprimento de papéis e o medicamento na medida em que este funciona como uma arma sempre disponível destinada a abreviar ao máximo (chegando freqüentemente a evitar qualquer solução de continuidade) as manifestações de morbidade que levam à interrupção no desempenho de papéis.

A este respeito, vale citar a mais que sugestiva peça publicitária vigente nos nossos canais de televisão comercial (1987). A peça pode ser assim descrita, resumidamente: mostra um ator (Raul Cortez) preparando-se no camarim para entrar em cena. O ator dirige-se para o telespectador e pergunta se este sofre de torcicolo. Afirma que ele (o ator) resolveu este problema com o medicamento “x” e em seguida entra em cena.

Como este tipo de mensagem implica (até porque há uma relação direta face a face — o ator olhando de frente para as câmeras) identificação entre ator e expectador, o sentido por ela passado é o de que “você, telespectador, é também um ator importante e o medicamento “x” está aí para não deixar você perder a ‘sua’ cena”.

São vários os exemplos de possíveis peças publicitárias equivalentes ou pequenos mitos modernos, como dirá Barthes (4), que caberiam perfeitamente em nossos vídeos: a mãe resfriada, impossibilitada de levar os filhos à escola, resolve o seu problema com o medicamento “x”; o executivo com dor de cabeça às vésperas de uma reunião, que resolve o seu problema com o analgésico “y”; o adolescente com indisposição de estômago que não pode faltar ao baile onde lhe aguarda a bela namorada e que resolve o seu problema com um bom antiácido.

A título apenas de exemplificação, é interessante lembrar outras duas peças publicitárias com o mesmo sentido e que figuravam (1987) em nossos vídeos: a do rapaz que comeu demais e não consegue tocar na banda, e que resolve seu problema com um antiácido, e a do participante do coral, cuja tosse é resolvida no ato pelo maestro com a administração de uma pastilha para a garganta.

Cumpra acrescentar que o não cumprimento do papel acarreta não somente a solução de continuidade no inexorável desenrolar da vida, como também coloca o ator inadimplente sob ameaça de substituição, considerando o quadro geral de uma sociedade e culturas altamente competitivas.

O medicamento é então uma arma importante para a sobrevivência dos atores sociais no quadro de uma sociedade concorrencial de papéis.

E os atores, ao se assumirem como tais, justificam e reproduzem, por via de consequência, a própria peça da qual são atores, ou seja, o próprio sistema social.

Considerando a sociedade da perspectiva de um pensador como Foucault, seria lícito ver o medicamento como um componente, no campo da saúde, daqueles variados mecanismos sutis de controle social, onde o poder não se manifesta ostensivamente (precisamente porque é internalizado), não aparecendo sob a forma de um tirano a "vigiar e punir" os cidadãos, para garantir a "ordem natural das coisas", mas como uma peça deste controle social difuso (tanto no sentido de pouco explícito como no sentido de difundido).

É claro que a sociedade capitalista não dispensa, na área da saúde também, tiranos e tiranetes para exercer o controle social. O médico da medicina de grupo, por exemplo, exerce, tendo o cuidado médico como álibi, o papel de controlador de mão-de-obra.

Mas o controle social é uma megafunção social, ou seja, algo que perpassa todas as instâncias e níveis do social, não podendo, obviamente, ser exercida, em todas as situações, por um vigia exterior. Por isso exige a montagem, em paralelo,

de um sistema interior (ao indivíduo) de vigilância, do qual, no campo da saúde, o medicamento é uma das peças.

O que se procurou indicar aqui, no quadro geral do problema da eficiência e eficácia simbólicas, é a analogia entre o medicamento, a saúde e o funcionamento social desse mesmo medicamento como instância de "pronto atendimento" (eficiência), responsável, no caso de um evento mórbido ou supostamente mórbido, por permitir, pela sua pronta intervenção, que seja dado andamento ao cumprimento de papéis sociais, que é um dos mecanismos básicos de controle social em formações sociais como a nossa.