

NARRATIVAS AUTOBIOGRÁFICAS E BIOPOLÍTICA MOLECULAR: COMUNICAÇÃO E SAÚDE NAS CULTURAS DO CONSUMO

AUTOBIOGRAPHICAL NARRATIVES AND MOLECULAR BIOPOLITICS: COMMUNICATION AND HEALTH IN CONSUMER CULTURES

NARRATIVAS AUTOBIOGRÁFICAS Y BIOPOLÍTICAS MOLECULARES: COMUNICACIÓN Y SALUD EN LAS CULTURAS DE CONSUMO

Tânia Hoff

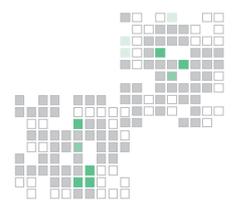
Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM/SP. Doutora pela FFLCH-USP, Coordenadora do Grupo de Pesquisa BIOCON - “Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo”. Brasil.

E-mail: thoff@espm.br

Ana Catarina Holtz

Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing/SP, mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Integrante do Grupo de Pesquisa BIOCON - Comunicação, Discurso e Biopolíticas do Consumo.

E-mail: anacholtz89@gmail.com



RESUMO

Considerando a interface Comunicação e Saúde, abordamos, neste artigo, narrativas autobiográficas a partir da produção de sentidos sobre testes de ancestralidade no contexto das culturas do consumo no Brasil. Perguntamo-nos quê narrativa autobiográfica é possível a partir destes testes e de uma biopolítica marcada pela tecnociência e pelas lógicas de mercado. Para a análise do corpus, formado por material de comunicação divulgado no site do laboratório brasileiro Genera, detemo-nos na produção de sentidos que suscitam modos de narrar-se a si mesmo. No referencial teórico, mobilizamos autores como Rose, Lipovetsky, Sibilia e Santaella.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO E SAÚDE; CONSUMO; BIOPOLÍTICA; TESTES DE ANCESTRALIDADE.

ABSTRACT

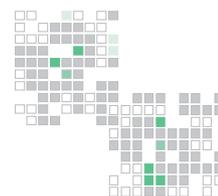
Considering the Communication and Health interface, in this article we approach autobiographical narratives based on the production of meanings about ancestry tests in the context of consumer cultures in Brazil. We ask what autobiographical narrative is possible from these tests and from a biopolitics marked by technoscience and market logic. For the analysis of the corpus, formed by the communication material published on the website of the laboratory Genera, we focus on the production of meanings that give rise to ways of narrating oneself. In the theoretical framework, we mobilized authors such as Rose, Lipovetsky, Sibilia and Santaella.

KEYWORDS: COMMUNICATION AND HEALTH; CONSUMPTION; BIOPOLITICS; ANCESTRY TESTS.

RESUMEN

Considerando la interfaz Comunicación y Salud, abordamos narrativas autobiográficas basadas en la producción de significados sobre pruebas de ascendencia en el contexto de las culturas de consumo en Brasil. Preguntamos qué narrativa autobiográfica es posible a partir de estas pruebas y de una biopolítica marcada por la tecnociencia y la lógica del mercado. Para el análisis del corpus, formado por el material de comunicación publicado en el sitio web del laboratorio Genera, nos enfocamos en la producción de significados que dan lugar a formas de narrar uno mismo. En el marco teórico movilizamos a autores como Rose, Lipovetsky, Sibilia y Santaella.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN Y SALUD; CONSUMO; BIOPOLÍTICA; PRUEBAS DE ASCENDENCIA.



1. Introdução

Na virada do Século XX para o XXI – especificamente em junho do ano 2000 – cientistas do chamado Projeto Genoma Humano (PGH) anunciaram que 99% do genoma humano havia sido decodificado¹. A decodificação do código genético do DNA humano chegava como grande promessa de uma nova “Era” de conhecimento, o “livro da vida” agora poderia ser lido e, futuramente, ser reescrito (ROSE, 2013; SIBILIA, 2002). A divulgação midiática do projeto, que custou cerca de US\$ 2 bilhões e demorou 11 anos para ser finalizado², alardeava o elevado investimento para sua execução e as possibilidades de aplicação desse conhecimento para a qualidade de vida das populações, acenando para o desenvolvimento de produtos e serviços para o consumo.

Nas duas primeiras décadas do Século XXI, multiplicaram-se os exames com base na leitura do DNA. Testes para detectar predisposição a doenças como câncer de mama, Alzheimer ou para aconselhamento genético a casais com problemas de fertilidade se tornaram acessíveis e passaram a compor a lista de exames cobertos por convênios e planos de saúde. Em duas décadas, os exames de DNA, que envolviam técnicas complexas e demoradas, tornaram-se populares e a coleta de material foi simplificada. Pesquisas experimentais chegaram ao consumidor final remodeladas como testes genéticos e de ancestralidade que podem ser adquiridos pela internet.

No Brasil, é possível encomendar o kit em sites de venda *online* como a Amazon, a versão mais barata custa R\$199,00 e a completa, R\$ 799,00³,

incluindo várias categorias de exames que também podem ser comprados separadamente: teste de ancestralidade global; linhagem paterna e materna; Genera *Fit*; Genera *Nutri*; Genera *Aging*; Genera *Skin*; e Genera *You*. O Genera Completo, denominado “Ancestralidade, Saúde e Bem-Estar” evidencia uma ampliação dos aspectos implicados na noção de saúde ao associá-la a ancestralidade e ao bem-estar, de tal modo que os testes de DNA ganham relevância como procedimento técnico necessário para elaboração de diagnóstico, o qual fundamenta decisões para a gestão da vida, extrapolando o âmbito da saúde.

No contexto brasileiro – e das Américas como um todo – a oferta de um teste genético, que possibilita identificar países de origem de antepassados, é particularmente interessante (GASPAR NETO e SANTOS, 2011). As populações dos países americanos são compostas por múltiplos grupos étnicos e com origem em diferentes partes do mundo. No Brasil, a miscigenação, a escravidão e o genocídio de populações ameríndias apagaram registros de ancestralidade, rastros de memória familiar e de acontecimentos envolvendo grupos populacionais que os livros de História e a memória social nem sempre registram.

Os testes de ancestralidade são apresentados, ao consumidor, como uma possibilidade de mapear suas origens e antepassados. Países colonizados, como o Brasil, têm um grande potencial de mercado para esse tipo de produto, pois os referidos testes podem revelar um passado há muito esquecido ou desconhecido das populações migrantes, cuja memória de ancestralidade diluiu-se ou foi silenciada, tanto no cenário internacional quanto no território nacional (CARVALHO, 2008).

Nesta perspectiva, a comunicação mostra-se lócus privilegiado para observar como a produção de sentidos em torno dos testes genéticos comporta um *ethos* característico das culturas do consumo, que é global e local concomitante-

1 Disponível em: < <https://www.uol.com.br/tilt/ultimas-noticias/deutschewelle/2020/04/06/ha-20-anos-sequenciamento-do-genoma-humano-revolucionou-a-medicina.htm> > acesso em jun.2020.

2 Disponível em: < <https://cienciahoje.org.br/coluna/dez-anos-de-genoma-humano/> > acesso em jun.2020.

3 Disponível em: < https://www.amazon.com.br/gp/product/B07SKC5W2R?pf_rd_r=2AWD1FZJSQ18275N7HSW&pf_rd_p=034d6159-4114-47a0-84d2-64347c8648d5 > acesso em jun.2020.

mente. Para Santaella, a cultura contemporânea é “conectada, ubíqua, nômade [...] líquida, volátil e, por fim, mutante” (2007, p. 131), de modo que formação identitária e narrativas autobiográficas ganham novo relevo. A comunicação torna-se, assim, instância privilegiada na qual agenciamentos são promovidos e a produção de sentidos encontra-se associada à tecnologia e à racionalidade neoliberal como aspecto relevante na compreensão da vida.

Seria o teste de DNA, apresentado ao consumidor como teste de ancestralidade, um dos últimos recursos do sujeito contemporâneo para estabelecer conexões entre passado e futuro, conferindo sentido à vida no presente? Tendo em vista a interface Comunicação e Saúde, temos como objetivo problematizar os sentidos atribuídos aos testes de ancestralidade na comunicação do laboratório Genera, considerando a produção de narrativas autobiográficas no contexto das culturas do consumo na sociedade brasileira contemporânea, caracterizada por uma biopolítica marcada pela tecnociência e pelas lógicas de mercado. Para tanto, o referencial teórico mobiliza autores como Foucault; Rose; Hjarvard; Lipovetsky; Couldry; Sibilia e Santaella.

O *corpus* é formado por material de comunicação divulgado no site institucional do laboratório Genera, especializado em testes de DNA. Trata-se de empresa pioneira a realizar teste de ancestralidade no Brasil; a atuar em todo o território nacional; além de disponibilizar informações detalhadas sobre os serviços oferecidos, as quais evidenciam aspectos de ordem global juntamente com questões locais e específicas da sociedade brasileira. Das cinco sessões que compõem o site, definimos três delas para análise – “sobre nós”, “exames” e “blog” –, das quais selecionamos enunciados referentes aos genes e à genética, no período de junho a dezembro de 2020, considerando dois campos de produção de sentidos em narrativas autobiográficas: o da revelação de um

passado desconhecido que oferece possibilidades de construção identitária e pertencimento; e o da transformação da vida a partir de escolhas e de planejamento.

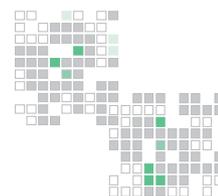
Quanto à análise do *corpus*, inspiramo-nos na análise de discurso de linha francesa como conduta metodológica, notadamente no que se refere à produção de sentidos a partir de gestos de interpretação, conforme Orlandi (2010), que nos permite identificar campos de significado engendrados na comunicação do laboratório Genera sobre testes de ancestralidade.

2. Geração Genera: testes de ancestralidade no contexto da biopolítica contemporânea

Fundado em 2010 pelo médico e bioquímico brasileiro Ricardo Di Lazzaro Filho⁴, o laboratório Genera é especializado em genética e atua em todo o território nacional. Tem parceria com a USP e possui laboratórios incubados dentro de centros de pesquisa da universidade, como o Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN). Com unidades nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Paraná, Rio Grande do Sul e Distrito Federal, o laboratório oferece exames exclusivos no Brasil, como o sequenciamento completo de DNA, “MyGenome”, em parceria com o laboratório norte-americano Veritas⁵. Entre os principais exames realizados estão: testes de ancestralidade; sexagem fetal; exame de paternidade; teste de saúde e bem-estar; farmacogenética; MyGenome; e microbioma. Neste artigo, atentamos para a produção de sentidos em torno dos testes de ancestralidade, pois eles trazem informações de uma dimensão molecular da vida, acessível somente por meio de tecnologia, o que suscita outros modos de narrar-se a si mesmo, na medida em que a (re)construção de narrativas

4 Disponível em: < <https://bv.fapesp.br/pt/pesquisador/687667/ricardo-di-lazzaro-filho/> > acesso em jun.2020.

5 Disponível em: < <https://www.genera.com.br> > acesso em jun.2020.



autobiográficas se dá a partir do conhecimento genético, ou seja, a informação genética ocupa o lugar da vida vivida.

Por meio da análise do DNA (que pode ser coletado pelo próprio cliente em sua casa ou em alguma das unidades do laboratório) é feita a identificação das regiões de origem dos antepassados, formando uma porcentagem, por exemplo: origem 42% da Itália, 25% Tupi⁶ e 19% da diáspora judaica. O custo para a realização do teste é de R\$199,00⁷. Na versão mais completa, há também o teste de linhagens em que o laboratório garante descobrir a “jornada” dos antepassados de mais de 50 mil anos a partir do DNA mitocondrial (linhagem materna) e cromossoma Y (linhagem paterna – este teste só pode ser realizado por homens).

As diferentes opções, desde o pacote básico até a versão “completa” dos testes, ilustram os modos de, supostamente, tornar o produto mais “acessível” ao público consumidor. Nesse sentido, a lógica de venda adotada pelo laboratório é a de segmentação, em que a “revelação” por meio dos testes de DNA pode ser completa ou parcial, conforme escolha – ou capacidade financeira – do consumidor.

A oferta de produtos como os testes genéticos evidencia a concepção da vida como algo passível de “administração”, semelhante à lógica empresarial tão valorizada no contexto do consumo. Para Rose (2011), a cultura do empreendedorismo forja um “self empreendedor”, que deve buscar autonomia, realização pessoal, e ter a responsabilidade de moldar a vida por meio de “boas escolhas”. O autor argumenta que o “self empreendedor” procura conduzir as escolhas em todas as esferas da vida a partir da lógica de projeto e de

gestão. Assim, as escolhas dos consumidores em busca de realização pessoal são importantes dentro de um plano maior, pois os objetivos, supostamente pessoais e individuais, estão alinhados a objetivos macroeconômicos. Trata-se, portanto, de uma racionalidade, uma mentalidade de governo à distância, ou seja, de um conjunto de tecnologias que compõem um complexo dispositivo de poder. Rose concebe poder conforme Foucault (2013): “poder não como uma negação da vitalidade e das capacidades dos indivíduos, mas como a criação, modelagem e utilização dos seres humanos *como* sujeitos” (ROSE, 2011, p.211, grifo do autor).

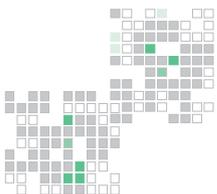
Nessa perspectiva, a gestão do corpo ocupa lugar de destaque. Sibilia (2002) analisa como as tecnologias digitais, em especial a partir do desenvolvimento das técnicas da genética, reconfiguram as noções sobre o corpo humano e as subjetividades. As tecnologias da genética alteram os mecanismos de biopoder na contemporaneidade, cujo foco recai nos genes, configurando outra modelagem de corpos e subjetividades.

O DNA deixou de ser um enigma indecifrável e a sua “leitura” está disponível para o consumidor final. Os testes genéticos representam não só a “revelação” de uma verdade escondida nas menores partes do corpo, mas também uma outra possibilidade de narrar-se de si mesmo, a partir de um self empreendedor, tão valorizado pela concepção neoliberal engendrada em nossa época e expressa na ideia de gestão da própria vida. Trata-se, pois, de um poder sobre a vida, possibilitado pela tecnologia. O DNA é, deste modo, um relato orgânico, um vestígio de um passado biológico marcado no corpo. Conhecer o que os genes “escondem” seria uma forma de redescobrir passagens perdidas ou silenciadas nas histórias de vida, de modo a reeditar as narrativas autobiográficas.

O sequenciamento genético se revela importante para a caracterização da biopolítica con-

6 O teste de ancestralidade do Genera é capaz de identificar etnias de índios da América do Sul, um diferencial em relação aos testes feitos por laboratórios internacionais.

7 Disponível em: < <https://www.genera.com.br/teste-de-ancestralidade> > acesso em jun.2020.



temporânea, gestada nas lógicas das culturas do consumo e alicerçada pela tecnologia, pois “atualmente, no nível molecular é que a vida humana é compreendida, [...] seus processos podem ser anatomizados, e [...] a vida agora pode ser manipulada” (ROSE, 2013, p.17).

Para Rose (2013, p. 19-20), a biopolítica contemporânea surgiu a partir de um conjunto de mudanças, dentre as quais o autor destaca cinco “mutações significativas”: 1) “molecularização”, ou seja, a vida no nível molecular; 2) “otimização”, tecnologias de intervenção visando um estado excelente de vitalidade; 3) “subjeficação”, surgimento de uma “ética somática” que confere lugar central ao corpo, na dimensão física; 4) expertise somática, que implica novas formas de governar a conduta humana, a partir de expertise, ou seja, um conjunto de conhecimentos que ordenam a administração de aspectos particulares da vida; e 5) “economias de vitalidade”, isto é, um novo espaço econômico – a bioeconomia – e uma nova forma de capital – o biocapital. Tais “mutações significativas” alteraram os modos como a biopolítica contemporânea atua: de um lado, sobre a vitalidade, promovendo nossa capacidade de intervir sobre nós mesmos; de outro lado, sobre a individualidade corpórea, neuroquímica, constituindo a política da própria vida.

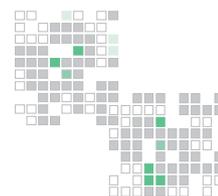
A noção de genética possui um histórico sensível e polêmico, atrelado a outro tipo de biopolítica, voltada para o governo das populações exercido pelo Estado. Ao longo do Século XX, as ideias eugênicas ficaram muito marcadas pelo regime nazista e os campos de concentração e extermínio, pois envolviam tentativas de manipulação e “purificação” racial. No entanto, para Sibilia (2002), a eugenia sofreu uma mutação, um “upgrade”. Dominadas pela lógica de mercado, as manipulações genéticas contemporâneas – e aqui podem ser incluídos os testes de ancestralidade – são embaladas e vendidas como uma forma de otimização da qualidade de vida, uma melhoria

na *performance*, sendo que o acesso à informação genética se dá na exata proporção do valor que o consumidor está disposto a pagar.

O DNA é “texto codificado inscrito em um suporte bioquímico” (SIBILIA, 2002, p.75). Um dos enunciados encontrados no site sobre os testes genéticos pergunta: “você sabia que o seu DNA pode te ajudar a entender o funcionamento do seu corpo e contar muito sobre você?”. Caberia, portanto, ao consumidor a “escolha certa” de fazer a leitura via teste ofertado pelo Genera. Conforme reflexão de Lipovetsky, “todas as esferas do consumo registram frontalmente esse formidável impulso de individualização” (2007, p. 105). A personalização dos bens de consumo está, pois, em consonância com a noção de self empreendedor, que comporta a otimização da vitalidade corporal e a responsabilização do sujeito pela autogestão da vida. O que poderia ser mais individual do que o próprio DNA?

A comunicação divulgando os testes genéticos deixa entrever dois campos de produção de sentidos: a “revelação” de informações sobre o próprio indivíduo, até então desconhecidas; e a possibilidade de “transformação” a partir dos resultados. Utilizando termos da administração, é possível fazer a seguinte analogia: a “revelação” dos testes de ancestralidade consiste num diagnóstico que traz o passado para o presente, e a “transformação”, a partir de um plano de ação decorrente dos resultados do teste, implica “intervenções calculadas a serviço de nossos desejos” (Rose, 2013, p.17) acerca do tipo de pessoas que queremos ser e, deste modo, a maximização da performance corporal – saúde e produtividade, por exemplo – e subjetiva – autorrealização, autoestima e autossatisfação na vida cotidiana.

Nesta perspectiva os testes de ancestralidade compreendem a tecnologia aplicada para “administrar” os genes/vida e uma nova forma de narrar a própria história. Segundo Rose, no nível molecular:



nada existe de místico ou de incompreensível acerca de nossa vitalidade – quaisquer coisas e todas as coisas parecem, em princípio, ser inteligíveis e, conseqüentemente, abertas a intervenções calculadas a serviço de nossos desejos acerca dos tipos de pessoas que nós mesmos e nossos filhos queremos ser (2013, p.17).

A seguir, refletimos sobre as narrativas autobiográficas possíveis no contexto de autogestão da vida e de seu desvendamento em nível molecular, a partir da produção de sentidos presente na Comunicação do laboratório Genera.

3. “Quem sou eu?”: narrativas autobiográficas nos testes de ancestralidade

Ao discutir o fenômeno da “mídiação” Stig Hjarvard (2014, p. 36) aborda a sobreposição e o embaralhamento nas dinâmicas da modernidade (GIDDENS, 1991), um desencaixe de tempo-espaço. As diferentes mídias e a tecnologia presentes nas contemporâneas culturas do consumo impactam na maneira como as histórias de vida são vivenciadas e como são narradas.

A tecnologia, mesmo quando parece estar oculta (como no Big Data⁸), tem potencial de impactar de maneira marcante o cotidiano. Desde o uso dos *cookies*⁹ em sites da internet, passando pelas mídias sociais como Facebook e Instagram, até as técnicas de leitura de DNA, a tecnologia

está presente na maneira como o sujeito contemporâneo enxerga, interage e narra o mundo a sua volta. Conforme Sibilía (2004, p. 2, grifo da autora), “a experiência de si como um eu, portanto, deve-se à condição de *narrador* desse sujeito que é capaz de organizar sua experiência na primeira pessoa do singular”. A linguagem tem, pois, um caráter performativo que ajuda a organizar e dar sentido ao mundo.

Couldry, a partir dos estudos de Paul Ricoeur, explica que “a narrativa é, desde o início, ligada à possibilidade da interação humana e à dimensão pública: a possibilidade de estar-com-outros de uma maneira registrada” (2015, p. 64). Trata-se, portanto, de uma experiência essencial para a constituição do sujeito.

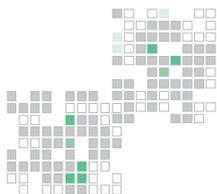
Nas Américas dos grandes fluxos migratórios datados de séculos, a narrativa autobiográfica inscreve-se na busca por atribuir sentido ao mundo e na constituição de uma identidade local que é atravessada pelo desconhecido, pela “peça” que falta ao quebra-cabeças étnico que compõe os países colonizados. E é justamente em relação à incerteza, e ao desconhecido, que a retórica comercial do laboratório Genera opera e oferece a possibilidade de uma narrativa de pertencimento. A partir de R\$ 299,00 (que podem ser parcelados em até 12x sem juros), é possível descobrir as regiões de onde vieram os antepassados do consumidor e encontrar outros parentes espalhados ao redor do mundo¹⁰.

Utilizando uma linguagem simples e com o auxílio de gráficos, o laboratório apresenta os resultados dos testes, sugerindo, numa perspectiva biologizante, ser possível estabelecer correlações entre os resultados genéticos e a construção identitária. No exemplo fornecido pelo site[1], são exibidas as informações sobre o fundador do laboratório Ricardo di Lazzaro, cuja origem

8 Big Data é um conceito que descreve o grande volume de dados estruturados e não estruturados que são gerados a cada segundo, especialmente nas plataformas digitais e online. Disponível em: < <http://marketingpordados.com/analise-de-dados/o-que-e-big-data/> > acesso em set.2020.

9 Os cookies são arquivos de internet que armazenam temporariamente o que o internauta está visitando na rede. A capacidade de armazenamento de dados tem sido utilizada por empresas para coletar informações dos visitantes dos sites, sendo usado depois para o direcionamento de conteúdo de propaganda. Disponível em: < <https://seguranca.uol.com.br/antivirus/dicas/curiosidades/o-que-sao-cookies-e-como-eles-podem-me-prejudicar.html#rml> > acesso em set.2020.

10 Disponível em: < <https://www.genera.com.br/teste-de-ancestralidade/> > acesso em dez.2020.



é composta por: 52% Europa; 17% África; 12% Américas; 7% Judaica; 6% Oriente Médio e 4% Ásia. Além dessa primeira composição étnica, ainda há indicação das regiões de origem, como 21% Itália, 8% Costa da Mina; 6% Tupi. Note-se que, ao utilizar o fundador do laboratório como exemplo, o Genera também está construindo uma narrativa sobre si mesmo e revelando parte do seu “DNA” como uma empresa brasileira, a partir das origens do seu fundador.

O laboratório Genera tem como diferencial competitivo a categorização das linhagens de origem ameríndia em 6 sub-regiões (Tupi, Amazônia, América Andina, Patagônia, América Central e América do Norte)¹¹. Testes de ancestralidade de outros laboratórios, cujo banco de dados genéticos encontra-se delimitado na Europa, não apresentam divisões entre as populações ameríndias ou africanas. Em virtude da miscigenação e apagamento de identidades de origem indígena no Brasil, este diferencial do laboratório se evidencia para o consumidor brasileiro.

No blog do Genera, algumas postagens chamam a atenção para a especificidade das linhagens indígenas das Américas como, por exemplo, “Como as linhagens indígenas das Américas chegaram no Brasil”¹² e “Os povos indígenas e suas linhagens no continente americano”¹³. A busca pela origem das populações nativas representa uma jornada para um passado muito distante. O teste de ancestralidade seria um mergulho nas profundezas corpóreas, o DNA, um sítio arqueológico a espera de revelação.

A exploração do passado não revelado é um dos principais argumentos encontrados quando

analisamos a comunicação de outros laboratórios que também ofertam o produto teste de ancestralidade. O laboratório brasileiro meuDNA lançou em 2020 o teste meuDNA Origens, cuja divulgação em seu site oficial destaca termos como cultura e história¹⁴. Já o laboratório 23andMe, sediado nos EUA, apresenta o teste como uma “nova maneira” do consumidor conhecer sua história pessoal, “cavar profundamente a sua ancestralidade” e “traçar seu caminho de volta em milhares de anos”¹⁵.

A comunicação dos dois laboratórios mencionados mobiliza argumentos semelhantes àqueles presentes na comunicação do laboratório Genera. O contexto de múltiplas migrações, por exemplo, é abordado pelo Genera na postagem “Imigração e diversidade genética: como se relacionam?”¹⁶ disponível no blog. Em um país com grandes fluxos migratórios como o Brasil, pertencimento e identidade são noções bastante complexas e fluidas: assim, o laboratório apresenta uma narrativa em que a miscigenação – forçada ou não – é abordada como algo constitutivo do “ser brasileiro”.

Partindo dos estudos de Deleuze e Guattari, Santaella argumenta que, no tocante à rede nômade, ao movimento e ao caminho entre pontos, “são os caminhos que importam, pois a vida nômade pressupõe estar sempre no meio do caminho” (2007, p. 235). Os testes de ancestralidade revelam justamente o caminho desconhecido ou esquecido. Este desvendamento do desconhecido – na perspectiva apresentada pelo laboratório – possibilita reorganizar a narrativa autobiográfica: editar as memórias, acrescentar novos quadros e assim, potencializar a experiência vivida.

11 Disponível em: < <https://www.genera.com.br/como-desvendamos-seu-dna> > acesso em set.2020.

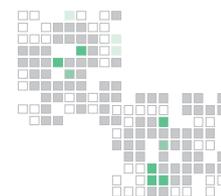
12 Disponível em: < <https://www.genera.com.br/blog/como-as-linhagens-indigenas-das-americas-chegaram-no-brasil/> > acesso em dez.2020.

13 Disponível em: < <https://www.genera.com.br/blog/os-povos-indigenas-e-suas-linhagens-no-continente-americano/> > acesso em dez.2020.

14 Disponível em: < <https://meudna.com/teste-ancestralidade> > acesso em dez.2020.

15 Disponível em: < <https://www.23andme.com/dna-ancestry> > acesso em dez.2020.

16 Disponível em: < <https://www.genera.com.br/blog/imigracao-e-diversidade-genetica/> > acesso em dez.2020.



Outro aspecto a se observar, para além da otimização da vitalidade física e que entendemos tratar-se de uma nova camada de leitura da vida, reside na subjetividade. Agenciamentos da subjetividade podem ser observados em enunciados do site do laboratório sobre “gene de samurai” e “gene guerreiro”: tais referências sugerem haver uma “natureza verdadeira” presente nas sequências genéticas. O “gene guerreiro”¹⁷, por exemplo, localizado no gene COMT, está associado à regulação do nível de dopamina no córtex pré-frontal. A presença dessa variação genética indica uma melhor resposta diante de momentos estressantes. Em contraponto, uma segunda variante seria o “gene preocupado”, que apresentaria dificuldades para lidar com situações de maior *stress*.

Não há um gene de samurai ou de guerreiro no DNA, mas essas denominações remontam narrativas culturais e consistem numa “tradução” de sequências genéticas que seriam incompreensíveis para grande parte dos consumidores. Este processo de tradução também pode ser entendido como uma metanarrativa, criada pelo laboratório e que se particulariza no relatório genético de cada consumidor do teste de ancestralidade, formatando sua narrativa autobiográfica. Assim, a narrativa de um passado, samurai ou guerreiro, apresentada pelo laboratório, exemplifica as possibilidades de enredo a ser construído a partir dos resultados do teste de ancestralidade.

A tecnologia implicada nos testes de ancestralidade sugere o controle da vida, pela possibilidade de conhecimento do passado e planejamento do futuro: conhecer sobre si pela decodificação genética consiste num remontar ao passado por meio de processos tecnológicos e artificiais. Trata-se de uma narrativa individualizante, na medida em que o teste de ancestralidade informa aspectos da genética apartada da memória social,

ou seja, de processos socioculturais e de relações de poder entre povos e civilizações ficam reduzidos ao diagnóstico de um sujeito/consumidor. O código genético carrega as informações sobre o caminho percorrido por gerações passadas e abre possibilidade de planejar o futuro a ser trilhado pelas gerações presentes e vindouras, entretanto o faz de maneira asséptica – desprovida da memória afetiva da vida vivida – e atemporal, descontextualizada dos processos históricos constitutivos da vida em sociedade.

Ter um mapa genético por meio de um teste de ancestralidade assemelha-se a conhecer um trajeto pelo mapa sem ter jamais conhecido as pessoas que vivem naqueles lugares demarcados. Trata-se, pois, de uma ancestralidade revelada para o consumo no contexto de globalização, isto é, para a construção identitária individual, narrada em primeira pessoa, mas desterritorializada e descontextualizada da vida vivenciada na tessitura do cotidiano, pois ausentes o tempo histórico e o espaço social.

4. Considerações finais

Ao problematizarmos a narrativa autobiográfica a partir de testes de ancestralidade no contexto das culturas de consumo e tendo como *corpus* a comunicação referente aos testes genéticos do laboratório brasileiro, Genera, foi possível identificar três aspectos importantes na produção de sentidos: (I) a memória como elemento constitutivo da formação identitária, pois linhas narrativas do passado e futuro se entrecruzam e revelam traços “escondidos” no código de DNA; (II) a autogestão da vida, associada à possibilidade de reorganizar a narrativa autobiográfica; e (III) a otimização da vida, expressa na possibilidade de escolha e de auto maximização do corpo e suas capacidades, bem como os modelos, como “gene do samurai” ou “gene guerreiro”, para a formatação de narrativas autobiográficas.

A promessa de uma “reprogramação” ou

17 Disponível em: < <https://descubra.genera.com.br/caracteristica/genera-you/gene-guerreiro> > acesso em jun.2020.

“*upgrade*” de uma condição genética é parte fundamental do discurso das tecnologias da saúde. Como alerta Sibilia, “agora emergem outros tipos de corpos e outros tipos de subjetividades: **auto-controlados**” (2002, p. 206, grifo da autora). Os testes genéticos revelam a dimensão de produção de discursos sobre o corpo no cenário contemporâneo, denunciando uma biopolítica marcada pela tecnociência e pela compreensão da vida em nível molecular, bem como pela autogestão e maximização do corpo e suas capacidades, considerada em dimensão individual.

As narrativas autobiográficas possíveis no con-

texto das contemporâneas culturas do consumo promovem a autogestão da vida e a tecnologia como promotora de conhecimento sobre memória, história e cultura, a serviço da promoção da individualidade e da otimização da *performance*. Nesta perspectiva, a vida vivida parece perder relevância diante da possibilidade de controle de processos vitais. Um olhar atento para algumas interfaces comunicacionais, práticas de consumo e produtos/serviços de saúde, bem sugerem que, nos interstícios das informações genéticas, conforme atesta Rose (2013), a vida pode ser manipulada ao sabor de nossos desejos.

Referências

- CARVALHO, Bruno Maia et al. Mitochondrial DNA mapping of social-biological interactions in Brazilian Amazonian African-descendant populations. **Genetics and Molecular Biology**, v. 31, n. 1, p. 12-22, 2008.
- COULDRY, Nick. O Tempo e as Mídias Digitais: aprofundamento do tempo, déficits de tempo e configuração narrativa. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 63-74, 2015.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**: organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 27 ed. São Paulo: Graal, 2013.
- GASPAR NETO, Verlan Valle; SANTOS, Ricardo Ventura. Biorrevelações: testes de ancestralidade genética em perspectiva antropológica comparada. **Horizontes Antropológicos**, v. 17, n. 35, p. 197-226, 2011.
- GIDDENS, Anthony. *As Consequências da Modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.
- HJARVARD, Stig. *Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural*. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- ORLANDI, Eni. **Análise de discurso**: princípios & procedimentos. Campinas: Pontes Editora, 2010.
- ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs**: psicologia, poder e subjetividade. Petrópolis: Vozes, 2011.
- _____. **A política da própria vida**: biomedicina, poder e subjetividade no século XXI. São Paulo: Paulus, 2013.
- SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. Paulus, 2007.
- SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico**: corpo, subjetividade e tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- _____. *O eu dos blogs e das webcams: autor, narrador ou personagem*. **INTERCOM**, 2004.

