

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

**Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Comunicação**

MÍDIA E PRODUÇÃO DO SENTIDO CORPORAL

DIONE BAPTISTA DO AMARAL SARDINHA

ECO/UFRJ

Rio de Janeiro – 2004

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

DIONE BAPTISTA DO AMARAL SARDINHA

MÍDIA E PRODUÇÃO DO SENTIDO CORPORAL

Dissertação apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro para obtenção do título de Mestre em Comunicação do curso de Pós-Graduação *Stricto Sensu* (Área de Concentração: Comunicação e Cultura).

Orientador: Prof^a Dra. Nízia Villaça.

ECO/UFRJ

Rio de Janeiro – 2004

Ficha catalográfica

S244m

Sardinha, Dione Baptista do Amaral.

Mídia e produção do sentido corporal / Dione Baptista do Amaral
Sardinha. – Rio de Janeiro : [s.n.], 2004.
viii, 100f.

Bibliografia: 97-100.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal
do Rio de Janeiro - UFRJ, Escola de Comunicação - ECO, 2004.

Orientador: Nízia Villaça.

1. Comunicação não-verbal - Psicologia. 2. Corpo - Aspectos sociais.
3. Corpo - Aspectos simbólicos. I. Villaça, Nízia. (Orient.). II.
Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III.
Título.

CDD- 302.222

DIONE BAPTISTA DO AMARAL SARDINHA

Dissertação submetida ao corpo docente da Coordenação de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação e Cultura (MSc).

Dissertação aprovada em 18.10.2004

Banca Examinadora

Prof^a. Dra. Nízia Villaça - Orientadora
UFRJ

Prof. Dr. Carlos Alberto Messeder
UFRJ

Prof. Dra. Héris Arnt
Jornalismo UER

Rio de Janeiro, 18 Outubro de 2004.

Ao Geraldo, companheiro de lutas e sonhos e a Heitor e Nina, razão maior do meu orgulho e buscas.

AGRADECIMENTOS

A Deus, presença constante no meu caminhar e luz a me guiar pelas trilhas da vida.

À Faculdade de Filosofia de Campos, especialmente à Regina Coeli Sardinha Silva que, como diretora, premiou a comunidade campista com o Curso de Mestrado em Comunicação e Cultura pela UFRJ, transformando o sonho em realidade para os alunos de Campos dos Goytacazes.

Aos meus colegas do Curso de Mestrado pela força, apoio, troca de materiais e a certeza da conquista do título, nos momentos difíceis.

Aos meus pais por acreditarem que a cultura se faz presente na construção do saber.

À Dra. Nízia Villaça, orientadora e parceira das discussões que tanto nos enriqueceram e pela paciência com o nosso processo de descobertas.

À Evana pela colaboração na revisão ortográfica.

(...) Onde terei jogado fora meu gosto e capacidade de escolher, minhas idiossincracias tão pessoais, tão minhas que no rosto se espelhavam, e cada gesto, cada olhar, cada vinco da roupa resumia uma estética? Hoje sou costurado, sou tecido. Sou gravado de forma universal, saio da estamparia, não de casa, da vitrina me tiram, recolocam, objeto pulsante mas objeto que se oferece como signo de outros objetos estáticos, tarifados. Por me ostentar assim, tão orgulhoso de ser não eu, mas artigo industrial, peço que meu nome retifiquem. Já não me convém o título de homem. Meu nome novo é coisa. Eu sou a coisa, coisamente.

Carlos Drummond de Andrade

SARDINHA, Dione Baptista do Amaral. *Mídia e Produção do Sentido Corporal*. Rio de Janeiro, 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

RESUMO

Este trabalho buscou investigar o corpo como lugar que abriga a subjetividade ao longo dos tempos. Ele vem sendo alvo de múltiplas representações, presentes no imaginário social de cada época, refletindo culturas e visões forjadas nas relações sociais que fazem a história dos sujeitos. Verificou-se que o corpo é assim, espaço que reflete os desejos, anseios, visões e história de sujeitos que nas suas singularidades se espelham e refletem o que os atinge nas mais diversas dimensões do SER. A pesquisa percorre um trajeto diacrônico, enfocando a evolução do imaginário corporal para em seguida analisar, no discurso midiático, padrões contemporâneos de construção dos sentidos do corpo.

PALAVRAS CHAVES: corpo, imagem, mídias.

SARDINHA, Dione Baptista do Amaral. *Mídia e Produção do Sentido Corporal*. Rio de Janeiro, 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

ABSTRACT

The aim of this work was to investigate the body as a place that houses subjectivity through time. It has reflected multiple representations which are present at the social imagery, culture, built through social relations of each historical period. We have verified that the body is a space which wishes, desires, views and the individuals' history are mirrored. These individuals, in their own singularities, assimilate and reflect what affects them, in several dimensions of Being. The research follows a diacronic path, focussing on the evolution of the corporeal imagery, closing with an analysis of the media discourse, which conveys the contemporary pattern for the construction of body meaning.

KEY-WORDS: body, image, media.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 O CORPO NOS RECORTES DA HISTÓRIA	13
1.1 CORPOREIDADE E HARMONIA NA GRÉCIA	13
1.2 O CORPO CONDENADO NA ERA CRISTÃ	20
1.3 CONTROLES CORPORAIS NA MODERNIDADE	23
2 O CORPO NA DIMENSÃO CONTEMPORÂNEA	30
2.1 A PÓS-MODERNIDADE	30
2.2 O CORPO COMO CAPITAL CULTURAL	37
2.3 A PRODUÇÃO DO BELO NA IDENTIDADE FORJADA	41
2.4 O CORPO E SUBJETIVAÇÃO MIDIÁTICA: MODA E MEDO	47
2.5 FETICHE, CULTURA E ESTILO DE VIDA	54
3 O ESPAÇO DAS DIFERENÇAS E A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO CORPORAL	59
3.1 NARCISISMO PÓS-MODERNO: UMA CRIAÇÃO DA MÍDIA (PUNKS, MODELOS, HOMEM FEMININO, ETC.)	59
3.2 O CORPO MIDIÁTICO: MUDANÇAS DE GÊNERO E CICLOS EVOLUTIVOS DA VIDA	67
3.2.1 A Marca da Juventude	68
3.2.2 A Narração da Velhice	71
3.2.3 A Construção do Feminino	76
3.2.4 Subjetivações Masculinas	79
3.3 A FORMA, O INFORME E O DISFORME	81
3.4 O CÉLEBRE, O QUE ESTÁ NA MODA, O ANÔNIMO, O FUGAZ	85
CONCLUSÃO	93
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97

INTRODUÇÃO

“(...) se o homem é feito de ossos para servir-lhe de armadura, o mundo possui suas rochas que sustentam a terra. Se o homem tem nele um lago de sangue que deriva em veias, o corpo da terra possui o mar, que se ramifica em diversos rios....”

(Leonardo da Vinci)

A pesquisa busca refletir sobre a importância da representatividade do corpo e seu estatuto na produção da subjetividade contemporânea. O imaginário corporal será discutido tendo em vista, sobretudo, o par liberdade/controle na sociedade atual, caracterizada pelas transformações tecnológicas, comunicacionais e biológicas. Até que ponto somos donos de nosso corpo? Qual o sentido dos insistentes chamados do corpo para intervenção em seus limites?

A publicidade hoje, como campo que alimenta a mídia, exerce um papel central na configuração dos ideais corporais, pois traça com seus apelos, os corpos/modelos da moda, criando tendências e reproduzindo o que se definiu como padrão para cada momento. O sistema de comunicação e de informações em vigor está dominado pelas sociedades transnacionais, e o marketing torna-se uma estratégia que se generaliza na vida cotidiana.

O corpo é uma unidade bio-psico-sociológica que se constrói entre a corporeidade própria, os discursos e as instituições. Como um conceito cultural e uma linguagem que fala nas intencionalidades dos gestos, os movimentos nos ícones, símbolos e índices que apontam para releituras de todas as ordens, o corpo é hoje referência de todas as ciências. O corpo, seja ele o físico que envelhece ou mesmo matéria que é reformado pelos avanços da tecnociência;

o corpo sarado, na metamorfose dos atores que cultam como fetiche ou “simulacro” de desejos de afirmação, é sempre objeto da multiplicidade de visões, nas negociações do discurso midiático e o público.

Pensar o corpo nesses tempos contemporâneos, marcados por contradições, paradoxos e perplexidades é atribuir-lhe múltiplos sentidos e novas configurações, visto ser ele a presentificação das mudanças sócio-culturais e das representações da Pós-Modernidade. Nessa linha de reflexão, o corpo vivencia uma relação dialética entre o singular e o plural, o uno e o múltiplo, o local e o global, o “eu” e o “outro”, o real e o imaginado, o corpo e sua imagem. Esse processo não se dá de forma tranqüila, uma vez que a interferência de fatores externos faz do sujeito contemporâneo o alvo principal do consumismo, dos modismos, gerando uma espécie de esquizofrenia que a mídia alimenta e a virtualidade medeia.

Esse tema que tem o corpo como objeto de análise e que se revela desafiante e complexo, visto aqui sob a ótica da comunicação e da cultura, será tratado de forma crítico-reflexiva com ênfase nos tempos atuais.

Ressignificado na ótica desses saberes, o corpo carrega uma gramática metamórfica. Lugar de pudor, de sacralização o corpo deixa de alguma forma de ser concreto, passando pelo simbólico.

Dada a complexidade da constituição do corpo, simultaneamente sujeito e objeto, utilizamos uma metodologia que envolverá autores que discutem o que se detém na discussão de padrão e limite das interferências.

Michel Serres (2004) traz importante contribuição quando fala do corpo metafórico, mais que real, verdadeira potência de virtualidade.

Na contemporaneidade, às vezes predomina o discurso corporal em sua singularidade, outras o corpo se dobra ao controle das instituições. A unidade da matéria e da psiqué é indiscutível para Serres, quando ele comenta e compara-o se fazendo e refazendo na escalada

de uma montanha e compara ao corpo da escrita quando esta alcança qualidade.

Sobre a questão da disciplina e das formas de controle corporal, advindas o poder institucional, que impõe ao corpo traduções forjadas no terror, Michel Foucault (1987) foi a fonte principal.

Para o desdobramento dos capítulos que se ocupam dos paradigmas da modernidade, incentivados pela mídia e a discussão dos novos mecanismos de controle, as abordagens de Nízia Villaça (1999) referentes ao sentido do corpo na contemporaneidade, foram úteis. Os mecanismos de monitoramento, busca de perfeição e estéticas fora dos padrões com a denúncia da objetivação maquínica do indivíduo, oferecem pistas que pontuará a pesquisa.

No que toca a história do corpo, Richard Sennett (2001), partindo de um olhar sobre o cotidiano dos atores que circulam nos cenários das cidades, desde a Grécia Antiga até às cidades modernas, traça uma nova história da cidade através da experiência corporal, incluindo nessa leitura, aspectos físicos, necessidades, expectativas e ações.

Do corpo esculpido na estátua de Zeus à criação virtual do atleta em movimento, nas imagens dos Jogos Olímpicos de Atenas na atualidade, há uma distância que, aparentemente pequena, é enorme se levam em conta os valores que afastam estas imagens, como representação estética da realidade cultural de tempos diferenciados.

A propósito da subjetivação contemporânea, Denise Sant'Anna (2001) comenta que “nossos corpos nos pertencem muito menos do que acreditamos”, porque eles nos ultrapassam. Refletindo sobre o corpo como lugar de passagem dos fluxos que nos afetam. A autora se detém como exemplo bem evidente a intimidade do surfista, sua interação com a natureza pela qual se deixa atravessar. Seu pensamento se coloca em linha semelhante ao dos autores acima citados.

As contribuições de David Le Breton (2003) dão a dimensão de que o corpo é uma espécie de escrita viva no qual as forças imprimem “vibrações”, “ressonâncias” e cavam

“caminhos”. O sentido nele se desdobra e nele se perde como um labirinto onde o próprio corpo traça os caminhos.

Quanto ao aspecto metafórico do corpo seguimos as idéias de José Gil (1997) que, no estudo de Deleuze acentua o devir-outro de nosso corpo, visto como virtual, ou seja, como inconsciente, devir que é inscrição de desejo do outro.

Para melhor organização das questões levantadas na pesquisa, dividiu-se o estudo em partes, sendo que na primeira dela apresenta-se o corpo nos recortes da história, momento em que se retoma a visão do corpo no passado, destacando-se a concepção grega, o corpo condenado pelos valores de época e os controles corporais da modernidade.

Na segunda parte, discute-se o corpo na contemporaneidade, mais precisamente na Pós-Modernidade, quando são analisados temas ligados ao paradigma do corpo capital cultural; a produção do belo na identidade forjada; o corpo fetichizado pelo consumo.

Na terceira e última parte, o corpo é tratado no espaço das diferenças e da construção do sentido corporal, quando o enfoque está no narcisismo exacerbado, na transfiguração do adolescente, do velho, da mulher e do homem; a presença do hilário e no célebre, no fulgaz, no anônimo, como representações da efemeridade de um tempo que torna tudo líquido.

O corpo como “morada” dos homens terá nas discussões desse estudo o foco nos sentidos que são atribuídos pelos diversos pensares e olhares dos seres humanos de todos os tempos e, sobretudo, desses tempos contemporâneos.

1 O CORPO NOS RECORTES DA HISTÓRIA

1.1 CORPOREIDADE E HARMONIA NA GRÉCIA

“Seguir a Beleza mesmo quando ela vos leva à beira do precipício. E embora ela tenha asa e vós não tenhais asas, e embora ela passe além do abismo, segui-a, porque onde não há Beleza não há nada.”

(Gibran Khalil Gibran)

Lugar da visibilidade do ser humano, enquanto ser material cujas características externas são determinantes da identidade da espécie, o corpo é muito mais do que o físico exterioriza nos seus contornos e formas, uma vez que são suas representações que o configuram como objeto de múltiplas reflexões.

São muitos os estudos feitos sobre o corpo, ao longo da história da humanidade, fruto de leituras diversas, que incluem idéias, explicações, teorias, ideologias, visões de mundo, experiências e representações das mais simples às mais complexas. O corpo, metáfora do prazer, da tortura, das mazelas e luxúrias dos ideais humanos, refletiu no transcorrer da história, todas as utopias, desde a da liberdade total até a dos tiranos que sonharam com o aprisionamento do corpo, como forma de domínio do espírito.

Falar do corpo como abrigo da subjetividade humana em cada tempo, é desvendar as representações que historicamente acompanham-no, revelando os valores dos sujeitos sociais em cada etapa evolutiva da humanidade. Esses valores, tanto os positivos, quanto os negativos, refletem modos de pensar a realidade e conseqüentemente o corpo como dimensão da concretude dos homens, esses espécimes que pelo pensamento, pela linguagem e pela

capacidade de simbolizar vão sempre além do visível, projetando-se para o plano espiritual.

A retomada histórica dos múltiplos sentidos do corpo faz dos gregos os principais atores entre os povos antigos a visualizar a dimensão estética do corpo, que se torna o objeto da admiração de todos, pois um belo corpo é também motivo de orgulho para “a pólis”. O corpo do herói grego Ulisses, em a “Odisséia” de Homero, é um corpo saudável, cheio de músculos, soberbo que rescende suor e energia, porque é uma representação do poder pela beleza e pela força física aliada à força estética.

Sobre isto Faux¹ comenta que “na Grécia nascente, Ulisses dos mil truques e o impetuoso Aquiles, a bela Helena e a perigosa Medéia” representam os ideais do que é do belo e do seu oposto, porque para os gregos a beleza era acima de tudo harmonia das proporções, portanto uma questão de estética.

Mas, mesmo dentro do território Grego, o corpo ganha diferentes conotações, conforme a cultura das cidades, cabendo aqui acentuar que a “pólis” era um conceito fundamental, pois tudo girava em torno da cidade e do sentido coletivo que ela impunha aos seus cidadãos. Tanto era assim que para “os antigos habitantes de Atenas, o ato de exhibir-se confirmava a dignidade do cidadão”,² na medida em que “a democracia ateniense, no período de Péricles, dava à liberdade de pensamento a mesma ênfase atribuída à nudez “

Isto se dava porque o corpo é na verdade reflexo das categorias peculiares de cada tempo, ou seja, o corpo tornado idêntico à sua imagem vivida. Como acentua Villaça³ “constrói-se uma estética na linha de Foucault. Esse corpo, quando livre ‘da coisa em si’, ou seja, da sua roupagem metafísica, desvela-se como devir, como vida, não se prendendo mais nas aparências ou essências, mas naquilo que surge com sua corporeidade.”

Os gregos davam ao corpo um lugar de tamanho destaque que um dos locais mais

¹ FAUX, Dorothy Schefer. *Bezeza do século*. São Paulo: Cosak e Naify Edições, 2000, p. 31.

² SENNETT, Richard. *Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. 3. ed. São Paulo: Record, 2003, p. 30.

³ VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998, p. 44.

festejados como símbolo da pólis e do poder ateniense era o Parthenon, pois em toda sua área exterior tinha encravadas colunas de pedra, chamadas de “Mármore de Elgin”, que revelavam concepções sobre o corpo humano nu, que estava na origem da história grega, ao mesmo tempo que encorajavam as esperanças dos atenienses para as conquistas do seu povo.

Segundo o crítico Bordman:⁴ “no Parthenon, a imagem do corpo é mística e idealizada e nunca o divino foi tão humano e o humano tão divino”, ou seja, pela proximidade nas frisas de Fídias dos corpos humanos e dos corpos dos deuses.

Se em Atenas cultuava-se o corpo como representação do belo, valorizava-se o nu nas Academias, e o adestramento dos corpos além da força bruta, em Esparta, a preocupação era somente com o corpo e “os jovens de Esparta lutavam ferozmente uns com os outros, lançando-se com violência nos fossos, que cercavam os ginásios.”⁵

Um outro dado importante na relação dos gregos com o corpo está no fato de que o corpo do homem e da mulher era um “continuum” e que a “nudez” tanto nas academias como nos ginásios era vista como algo natural, o que permitia que os homens exibissem suas plásticas sem nenhum pudor.

Mas, a linguagem do corpo estimulava os antigos, dava forma aos deuses e criava um conjunto de idéias e pensares acerca do homem. Compreender o conceito de “physis” a partir do olhar dos gregos da antigüidade, facilita a compreensão do corpo como a condição da materialidade do ser humano. Conforme comentário de Silva,⁶ “a mitologia grega mostra a constituição humana vinculada à natureza assim como todos os demais seres que dela fazem parte”. Assim em cada ser há uma natureza, uma “physis”, uma essência que se mantém e que, ao mesmo tempo, produz uma identidade, uma espécie de irmandade com os demais seres.

⁴ BORDMAN, John. In: SENNETT, Richard. Op. cit., p. 42.

⁵ SENNETT, Richard. Op. cit., p. 43.

⁶ SILVA, Ana Márcia. A natureza da “physis” humana: indicadores para o estudo da corporeidade. In: SOARES, Carmem. *Corpo e história*. São Paulo: Autores Associados, 2001, p. 27.

É Aristóteles⁷ quem defende a tese de que o conceito de “physis” está ligado ao cosmos, ao universo, a todos os seres, contrastando com o conceito de “techné”, relacionado com tudo que pode ser criado pelo homem. A “physis” liga-se assim a uma idéia de harmonia entre a estética do sujeito, sua consciência e seus desejos, o que implicaria na natureza humana voltada para a autonomia e a liberdade, o que corresponderia hoje ao bem-estar total dos seres humanos, ou seja, um estado de felicidade.

Já Platão considerava o todo homogêneo, o uno como manifestação da “physis”, que almeja o bem, o justo, o belo, valores que fazem parte do amor, como conceito moral e epistemológico na busca da sabedoria.⁸ Nesse havia a impulsionar as façanhas gregas à utopia, mente e corpo como a dialética da “physis” aristotélica, do “uno” platônico, como partes de uma condição humana, que envolvia também o “logos” individual como parte de um “logos” mais amplo, ao qual a racionalidade subjetiva e seu aspecto mais instrumental deviam ser subordinados.

Nesse contexto, em que os filósofos gregos tentavam traçar o que caracterizava os gregos para a posteridade, o corpo tem lugar de destaque, sendo a visão do homem completo ligado ao ideal “mente são, corpo são”. Marilena Chauí⁹ é quem afirma:

Há que se destacar ainda que, assim como o corpo ou “soma” tem consideração na filosofia grega clássica, a alma ou “psiquê” era considerada um ser natural, fazia parte das “coisas naturais” submetidas à mudança ou ao “devir”, num contraste com a perspectiva da arte moderna.

Mas a antigüidade grega, que dá ao corpo lugar de destaque verá também, como na modernidade, o corpo sujeito às várias leituras, algumas delas carregadas do sentido mítico, bem característico dos gregos. Assim, não só os antigos filósofos, como os pré-socráticos e a

⁷ ARISTÓTELES. In: CHAÚÍ, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1995, p. 16.

⁸ PLATÃO. In: SOARES, Carmem. *Corpo e história*. Campinas, SP: Autores Associados, 2001, p. 29.

⁹ CHAÚÍ, Marilena. Op. cit., p. 31.

trilogia Sócrates, Platão e Aristóteles, como também os epicuristas, estóicos e os céticos, outros filósofos de correntes diferenciadas, deixaram para o futuro seus comentários sobre o corpo. O corpo foi assim sacralizado, vilipendiado, alvo de desejos ardentes no ritual da “Adonia”, formatado nos ginásios e discutidos nas academias espartanas, como se fosse um objeto a ser moldado pela racionalidade de técnicas bem aplicadas.

Conforme posição de Sennett:¹⁰

A cultura ateniense era formada por contrastes paralelos: quente versus corpos vestidos; homens nus versus mulheres vestidas; nus e espaços abertos versus os espaços escuros das covas e dos telhados noturnos; as exposições desafiadoras do “logon didonai” e o manto cicatrizante do mythos; o poder do corpo e sua freqüente perda de autocontrole; devido a força das palavras versus corpos oprimidos; unidos no compromisso ritual; eventualmente inarticulado; injustificado ou inexplicado.

Este recorte de “Carne e Pedra” de Sennett, oferece a dimensão do espaço do homem mediado pelo corpo, na vida comunitária, interferindo no modo de falar, de posicionar no espaço da “pólis”, de construir a identidade cidadã. O corpo era de um valor tão intenso na Grécia Antiga, que todas as demais formas de racionalização acabavam por sucumbir a ele, transformando o resto em “pedra”, metáfora do que estava longe das paixões e dos desejos por elas despertados.

Mas a Grécia conhece também as mazelas do corpo, quando ainda no governo de Péricles os gregos se fragilizam com uma epidemia da cólera, fragilizando o corpo e a política, levando os corajosos gregos e seus corpos maravilhosos às derrotas nas guerras e à humilhação, que fez o próprio Péricles como líder escrever e falar aos atenienses a “Oração do Funeral”, na qual ele exalta a força, a beleza e o senso comunitário do povo grego, conclamando-os a continuarem lutando e não sucumbir.

Mas, não só os gregos, como também os romanos, viam o corpo como categoria básica para a compreensão do mundo, só que de uma forma diferenciada, na medida em que Roma

¹⁰ SENNETT, Richard. Op. cit., p. 74.

não cultuava o corpo como os gregos, que viam na estética do humano um culto à beleza em seu sentido transcendente. O corpo em Roma traz a marca do domínio, do poder do Império e de seus representantes e tendo no “Phanteon” a sua grande representação conforme sinaliza Sennett¹¹ ao falar do edifício suntuoso erguido no ano 25 e que Adriano em 118 d.C. recupera, criando uma obra magnífica para homenagear os deuses pagãos, que colocados em nichos no novo prédio pareciam aprovar a corrida dos romanos para dominar o mundo, ao mesmo tempo que reverenciava os líderes e ídolo responsáveis por esta empreitada. Diz-se que o Pantheon correspondeu a um esforço, exercido na própria Roma, para que todos olhassem, acreditassem e obedecessem.

Na verdade, o olhar de gregos e romanos como representantes da Antigüidade Clássica eram bem diferentes, tanto que mesmo que os atenienses não ignorassem a escuridão e a fragilidade da vida humana, eles celebravam a força máxima dos músculos e dos ossos. Já os romanos não valorizavam muito o corpo no sentido de associá-lo à vida, que deveria ser vivida na sua intensidade, medida pelos prazeres dos corpos quentes. A “força física” para os romanos tinha, na verdade, um certo “ar fúnebre”, pois os homens romanos estavam muito mais próximos da guerra, e exposto à morte que, no caso das lutas por conquistas de territórios, era visualizada como algo comum. Dessa forma a força física tingia-se de escuridão e desespero. Para o historiador Barton:¹²

O despertar do desejo assustava os romanos pagãos e convertidos, pois eles o temiam tanto quanto a “esperança paralisante”, ainda que por diferentes razões, já que para os cristãos o apetite sexual desvalorizava a alma e para o pagão significava desrespeito as convenções sociais, dismantelamento da hierarquia, confusão de categorias, caos incontrolável e conflagração do universus interitus.

Logo, o romano buscava segurança nas instituições como o Império, o Senado, os prédios, enfim a cidade e a estética por ela representada na formas plásticas. A ordem visual

¹¹ SENNETT, Richard. Op. cit., p. 74.

¹² BARTON, Carlin. *The sorrows of the ancient romans; the gladiator and the monster*. Princeton: Princeton University Press, 1993, p. 61.

corporificava o espaço urbano. Segundo Sennett¹³

[...] um século antes de Adriano, o arquiteto Vitruvius demonstrava que a estrutura corporal obedecia a relações equivalentes de forma e dimensão, principalmente no que diz respeito às simetrias bilaterais dos ossos e dos músculos, dos ouvidos e dos olhos. Estudando essa harmonia, Vitruvius concluiu que poderia traduzi-la na arquitetura de um templo.

O próprio Adriano chegou a reconhecer que a experiência dos homens com o corpo não combinava com Roma, pois era conflitante.

Mas a relação dos romanos com o corpo não se deu simplesmente como uma relação pagã, mas sobretudo pela experiência do cristianismo, como concepção de mundo que chega para alterar valores de uma população que havia conquistado quase todo o mundo. Os cristãos romanos tinham como dado novo a fé que os fazia tentar vivenciar “o tempo nos corpos”, acreditando que quanto mais fervorosos no culto a um único Deus, menos os desejos os afligiam, como no exemplo de Santo Agostinho que dizia do horror de São João “a luxúria que entra pelos olhos”.

Uma questão nova surge com o cristianismo, o sofrimento físico, que confere à dor do corpo um novo valor espiritual, daí o corpo ser o primeiro alvo do sacrifício necessário, pois o abdicar dos prazeres carnis era uma das condições da conversão. Um dos fundamentos do cristianismo é a igualdade que não observa as diferenças sexuais, porque o corpo é matéria e o que importa é o espírito.

Mas o cristianismo busca também uma aliança ética com os corpos dos pobres, desamparados e oprimidos, transmutando para questões sociais as explicações religiosas. Para Michel Lowy¹⁴ “as maiores transformações impostas por valores de fora para dentro, deram-se em razão da concepção de mundo que o cristianismo representa na história da humanidade.” Por essa razão, os convertidos na época de Adriano, procuravam fazer suas

¹³ SENNETT, Richard. Op. cit., p. 82.

¹⁴ LOWY, Michel. As diversas concepções de mundo. In: CORTELLA, Mário S. *O espaço sociológico da educação*. São Paulo: Cortez, 1992, p. 35.

peregrinações de forma discreta, evitando perseguições, mas tapando o corpo, visto agora como o lugar do pecado.

Essa concepção de que o corpo tem que ser anulado por conta dos valores religiosos estabelecidos pela fé nas palavras de um único Deus, acompanhará o cristianismo no decorrer de sua expansão, tanto que a Igreja Católica, Apostólica, Romana institui, a partir do fim da Idade Média, a Inquisição, radicalizando o controle da igreja sobre os corpos de seus fiéis. Há relatos de historiadores brasileiros como o de Sodré¹⁵ que conta que no ano de 1753 quando da visita do Tribunal da Inquisição de Portugal a Ouro Preto, um padre homossexual entregou-se, sendo apedrejado em praça pública, até quase a morte. Ele acabou por se entregar, dividido que ficou entre a fidelidade a Deus e a sua igreja e o discurso insano dos representantes da mesma, chamando os hereges e infiéis para prestarem contas ao Senhor, seu Deus.

1.2 O CORPO CONDENADO NA ERA CRISTÃ

O cristianismo como mediação para o alcance dos céus, pelo sacrifício e suplícios do corpo que busca a redenção pela anulação dos desejos e prazeres, ganha dimensão gigantesca na Idade Média, período em que as cidades se rendem ao ambiente escuro e a uma forma de vida bastante despendida dos valores materiais. Por outro lado conviviam no cenário medieval, classes diferenciadas, com as elites religiosas, políticas, que cometiam verdadeiras atrocidades, enquanto uma massa pobre, que trazia no corpo as marcas das dificuldades de vida, rezava e sacrificava o corpo em nome da salvação e do medo do inferno.

Sobre isso Sennett¹⁶ comenta:

¹⁵ SODRÉ, Angelo. Os tribunais da inquisição no Brasil. *Revista da História*, São Paulo, USP, HUCIT, ano II, n. 3, 1998, p. 16.

¹⁶ SENNETT, Richard. Op. cit., p. 142.

Na Idade Média, palco de tantos tormentos e crueldades capazes de fazer corar os romanos que massacravam cristãos no Coliseu, esse novo “ethos” de compaixão introduziu, pelo menos idéias rudimentares de respeito pela dor infligida dos outros durante a tortura. Os espetáculos públicos de horror a que Paris assistiu, por volta de 1250, não eram casuais, como os que ocorriam antes; os carrascos tinham garantias eclesiásticas de que causariam malefícios aos demônios, não aos corpos das pessoas por eles possuídas.

Na realidade, a Idade Média manteve-se fiel à tradição, reproduzindo alguns mitos da antigüidade e investindo no atraso. A medicina via o corpo, no seu sentido biológico, como responsável inclusive pelos sentimentos das pessoas. A maior figura médica da Roma decadente, Galeno, que definia a Medicina como “conhecimento do que é saudável, mórbido e neutro”, e estava muito mais próximo de Hipócrates que da moderna fisiologia.

O corpo foi razão de muita melancolia na Idade Média, provocada por um sentimento de compaixão e comiseração à caridade que fazia dos pobres, sujeitos subjugados a um corpo que tinham que negar, por imposição da igreja, da sociedade, das instituições que alimentavam essa submissão.

Por outro lado, à proporção que novos valores surgiram, mudando a sociedade e uma classe de comerciantes, criaram-se suas corporações e trouxe dados diferenciados para um tempo que parecia não passar, tal a ausência de movimentos capazes de promover mudanças. Neste cenário, entre os grupos que vão se dedicar ao comércio, estão os judeus, povos que não tinham território e foram obrigados a viver em “guetos”, isolados dos demais habitantes das cidades européias, considerados cidadãos.

Esses dados são reveladores de que a identidade étnica, a religião e o corpo, em lugar de serem objetos de compaixão para os judeus passam a ser objetos de exclusão, de discriminação e cria-se em torno desse grupo que confronta-se com o cristianismo católico, um estigma moral, que atribui à religião judaica, todos os males da época.

De acordo com a historiadora Anna Foa,¹⁷ o aparecimento da sífilis na Europa, é atribuído aos judeus, considerados pela moléstia que assolou a Europa. É ela quem sinaliza: “os corpos judaicos pareciam abrigar uma miríade de doenças decorrentes de suas práticas religiosas”. Associada à lepra, a sífilis passa a ser considerada também uma doença do judaísmo. Na verdade, “o ataque veneziano contra os judeus estava ligado a essa reação contra a sensualidade corporal. Sífilis era um dos alvos do ataque, mas a maneira com que os judeus faziam dinheiro, também foi motivo de discussão e decisão”. Por outro lado, os judeus com a ascensão da burguesia passaram a emprestar dinheiro, por serem comerciantes, sendo taxados de “usura” que tinha conexão direta com os vícios do corpo.

Na verdade, essas visibilidades eram no século XV, uma marca das grandes cidades européias, que com ascensão do capitalismo passam a ver o corpo de uma outra forma, ou seja, o corpo que até então tinha sido alvo de “tabus”, “preconceitos”, “violações”, “sacralizações”, “mutilações” passa a ter um novo valor, o valor “produtivo”, com o fim do feudalismo e o advento do modo de produção capitalista, vai marcar uma era nova nas relações entre os homens, seus corpos e espírito.

A idéia de segregação como uma realidade que nasce de uma questão específica como a religião, a origem étnica, para tornar-se algo que discrimina grupos mais amplos, considerados minorias, passa a incorporar a ordem capitalista, que fará do corpo uma mercadoria, visto que a venda da força de trabalho nada mais é do que uma barganha por quem mais pode produzir.

Também as mulheres judias, marcadas duplamente no corpo, pela origem e pelo gênero, passam a ser alvo de discriminação, pois o gueto inclui essas mulheres no “espaço especial” porque são judias e, no segundo momento, porque as considerava “cortesãs”, que nada mais é do que um eufemismo para as prostitutas que viviam nos guetos europeus.

¹⁷ FOA, Anna. In: SENNETT, Richard. Op. cit., p. 189.

É essa visão que fará do período medieval um dos mais obscuros em termos de moralidade, pois os valores que se impunham sob o ponto de vista social eram rígidos, carregados de preconceitos e colocavam os homens como seres superiores diante das mulheres. Estas quase sempre eram criadas para a submissão, com o corpo tapado e para alguns grupos, até mesmo o olhar podia ser uma forma de pecar.

O corpo em vez do lugar da subjetividade, — que então nem era assim tratada —, ou seja, como o lugar da individualidade, da cultura dos homens, estava nesse tempo carregado de tabus, de desejos castrados e muitas mulheres morriam sem ter a consciência corporal, essencial para a construção, por exemplo da identidade de gênero. Os tempos medievais foram os do culto à santidade, ao corpo imaculado, coberto, ao corpo “fetichizado” como o escondido e sinônimo de “pura perdição”.

1.3 CONTROLES CORPORAIS NA MODERNIDADE

Quando abordam a questão da modernidade, os autores contemporâneos falam em vários momentos desse período que tem historicamente seu início no século XVI, com as primeiras manifestações do que viria a ser o modo de produção capitalista e que ao longo dos séculos XVII e XVIII se consolidará com as chamadas Revoluções Burguesas, nos principais países da Europa; a Revolução Industrial e as transformações científicas, legais, sociais, que darão origem a um sem número de mudanças no pensamento e nas ações humanas.

O corpo como categoria básica desse estudo vai ganhar nuances múltiplas, à proporção que a modernidade se consolida, pois vindo de um tempo marcado pela repressão da igreja aos corpos de seus fiéis nas sociedades pré-modernas, assume um antropocentrismo através de muitas lutas. Os indivíduos que inauguram a modernidade, vivenciam no corpo a transição entre a opressão da obediência aos dogmas religiosos e a volta ao prazer, ao homem como

centro do Universo. Essa ambigüidade e a necessidade de novos referenciais traça segundo Giddens¹⁸ a mudança. Sobre isso quem comenta é Hall,¹⁹ quando afirma:

As transformações associadas à modernidade libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas. Antes se acreditava que essas eram divinamente estabelecidas; não estavam sujeitas, portanto a mudanças fundamentais. O status, a classificação e a posição de uma pessoa na “grande cadeia de ser” — a ordem secular e divina das coisas — predominavam sobre qualquer sentimento. O nascimento do “indivíduo soberano”, entre Humanismo Renascentista do século XVI e o Iluminismo do século XVIII, representou uma ruptura importante que foi o motor que pôs em movimento o sistema social da Modernidade.

Todas essas transformações vão alterar os estatutos corporais, visto que o corpo submetido à ordem medieval, não é o mesmo corpo do pós-renascentismo.

Assim, se por um lado a Modernidade arranca os homens das mãos da tradição cristã, por outro, o joga em um mundo no qual as hierarquias de poder vão dar origem a um novo indivíduo, racional, soberano, social. É a racionalidade cartesiana que promoverá avanços importantes no campo científico, enquanto o homem social, cidadão de direitos e parte da coletividade, vai avançando através das influências de variadas linhas de pensamentos como os de Descartes, Locke, Rousseau, Beccaria e tantos outros. Le Breton²⁰ afirma que “a formulação do cogito por Descartes, prolonga historicamente a dissociação implícita do homem de ser corpo despojado de valor próprio”. Na verdade essa idéia diz respeito ao fato de que Descartes tem como modelo do corpo a máquina, se bem que, com suas singularidades. Nesse contexto as ciências da natureza farão vários estudos sobre o corpo como uma máquina maravilhosa.

Mas o racionalismo é apenas uma das influências das representações sobre o corpo, porque a modernidade que faz nascer a visão de “individualismo”, “racionalismo”, “cidadania

¹⁸ GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2002, p. 6.

¹⁹ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 8. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2003, p. 25.

²⁰ LE BRETON, David. *Adeus ao corpo: antropologia e sociedade*. Campinas, SP: Papirus, 2003, p. 18.

liberal”, também cria o corpo movimento para o trabalho, pois o processo de industrialização se faz com a dualização corpo/indivíduo, e o ser humano se vê pela primeira vez obrigado a trabalhar no que não gosta, a vender sua força de trabalho para sobreviver. O corpo torna-se assim, uma representação político-social da condição de classe.

Hall²¹ ao citar Raymond Willians comenta o sujeito moderno nas práticas e discursos da modernidade quando diz: “A emergência das noções de individualidade, no sentido moderno, pode ser relacionada ao colapso da ordem social econômica e religiosa medieval”. Entende-se que no movimento de oposição ao feudalismo houve uma nova ênfase na existência pessoal do homem.

Nesse novo cenário debate-se o indivíduo como ser racional, produtivo, que esquece o corpo para a morte, que a Igreja tanto propagou, para revelar-se um ser de livre iniciativa forjado na ótica de um novo mercado. É nos tempos modernos que surge o que Adam Smith chamou de mão invisível, o que de certa forma explica a dimensão econômica da modernidade, sobretudo no século XX. Também não se pode deixar de lado a importância da técnica científica nesse tempo, em que os corpos também são modelados pelo novo maquinário criado pela industrialização.

Nesse instante pode-se dizer que, em termos racionais, criou-se uma nova categoria de conhecimento, ou melhor dizendo, o “conhecimento instrumental”, uma forma de perceber a realidade, submetendo-a à lógica da mídia, conforme situam os filósofos da Escola de Frankfurt como Adorno, Marcuse, Hockihimer que viam na técnica um caminho equivocado para falar da arte geral e das criações humanas. Nessa perspectiva, o corpo de maneira geral não pode estar submetido a uma lógica que o violenta, mas acaba caindo na armadilha do tecnicismo, que com sua enorme força e poder acabou por destruir a criatividade. O corpo moderno desvela visões que mesmo condenáveis continuam exercendo papel importante no

²¹ HALL, Stuart. Op. cit., p. 28.

imaginário social.

Porém, com o passar do tempo e a consolidação de novas visões, inclusive as idéias introduzidas pelo marxismo, os homens vão convivendo com o individualismo e as formas coletivas e sociais, ao mesmo tempo, numa prova de que as sociedades estão se tornando cada vez mais complexas.

Na modernidade, o corpo já se apresenta desde o início multifacetado, pois o homem tende a ser representado física e espiritualmente nas mais variadas formas. O protestantismo ganha corpo, assim como muitas correntes diferenciadas de pensamento e uma nova estética toma conta das cidades e dos que nela habitam. Walter Benjamin²² comenta que a Paris do século XIX, capital da modernidade com sua constituição material e espiritual, seus personagens, seus ritmos, seus cheiros, a partir dos olhares de seus grandes literatos, sobretudo Charles Baudelaire. Carmem Soares²³ completa que “nesses ambientes de ferro, vidro e mármore estão as mercadorias e, atrás delas, nem que seja para fruição e, observá-las, os compradores, colecionadores, jogadores, prostitutas principalmente o ‘flâneur’.”

A autora complementa a visão de Benjamin, ao comentar que a modernidade traz consigo, no cenário das cidades e seus atores, uma espécie de “pedagogia” para o “flâneur”, onde os corpos são educados, na perspectiva dos novos sentidos corporais, que chocam porque já não traduzem a experiência que enquadrava a todos na mesma tradição. A modernidade na sua complexidade faz o homem ultrapassar os limites do corpo, ousando mais e buscando nesses passos alcançar algo, no qual os processos singulares de subjetivação predominam.

É a modernidade que dará espaço à Psicanálise, com as idéias de um médico que através de sua clínica irá descobrir que o corpo não é só o lugar da materialidade dos sujeitos,

²² BENJAMIN, Walter. *Os filósofos da escola de Frankfurt*. São Paulo: Abril Cultural, 1992, p. 110. (Coleção “Os Pensadores”).

²³ SOARES, Carmem. *Corpo e história*. Op. cit., p. 51.

da cultura que ele estampa no seu modo de ser e sentir, ele é também a casa do sujeito psíquico, que tem um inconsciente que interfere nas suas ações e ao qual nem ele próprio consegue traduzir. É o corpo que pela via da sexualidade faz-se lugar de desejos primitivos, da “libido” que é energia pulsional que leva os corpos às ações muitas vezes trágicas e inconscientes. A Psicanálise de Freud e Lacan, principalmente, terá na modernidade o papel de ruptura, de movimento que tenta apontar novas possibilidades e sentidos para o corpo.

Assim, à proporção que as novas idéias vão sendo desencadeadas, outros olhares se voltam para a construção/desconstrução do conceito “corpo”, que conforme sinaliza Giddens²⁴ “parece uma noção simples, particularmente se comparado a conceitos como ‘eu’ e auto-identidade. Ele é um objeto no qual somos condenados a ‘viver’.” Na verdade, os diversos tipos fazem com que certos modos de aparência e postura corporal simplesmente se tornem particularmente importantes com o advento da modernidade. Nas chamadas culturas pré-modernas a aparência era, em geral, padronizada em termos de critérios tradicionais, pois a forma como as pessoas se vestiam, se adornavam, dizia muito mais da sua identidade social do que propriamente de sua identidade pessoal.

O corpo passa assim por uma multiplicidade de representações nos tempos modernos e não há como esquecer-se das guerras, que nesses tempos adquirem sofisticação em razão dos avanços científicos e tecnológicos, que com “engenho e arte” criaram armas mais poderosas, em um processo de reengenharia que conferiu às empresas de armamento status de grandiosidade no mundo capitalista. As guerras desse tempo demarcado fazem surgir os corpos mutilados, pois com os avanços da medicina, tornaram-se possíveis maiores chances de sobrevivência do ser humano; a amputação de um membro do corpo; a restauração de parte da pele através de cirurgia; o uso de parafusos, próteses, silicones e outras modernas invenções como os “raios laser” para resgatar ou juntar o que restou do corpo atingido em sua

²⁴ GIDDENS, Anthony. Op. cit., p. 95.

estrutura física e biológica.

Em Marinetti citado por Berman²⁵ que se refere à mesma citação comentada por Walter Benjamin, o que traria para a humanidade uma espécie de êxtase, talvez na perspectiva desse estudo pudesse ter com o “princípio do prazer” de Freud, que mistura prazer e dor, a analogia ideal:

[...] a guerra é bela, porque graças às máscaras de gás, aos megafones assustadores, aos lança-chamas e aos tanques, funda a supremacia do homem sobre a máquina subjugada. A guerra é bela, porque conjuga numa sinfonia os tiros de fuzil, os canhoneios, as pausas entre duas batalhas, os perfumes e odores de decomposição.

Esse recorte aparece no imaginário de quem lê, efetivamente como uma visão onírica, ou seja, como um sonho ou mesmo uma cena de cinema. Contudo a guerra é real e a modernidade, nisso que Benjamin chama de estetização da política há todo um conteúdo ritualístico que parece um retorno ao primitivismo do homem, ou seja, um eterno retorno, que com uma nova capa, a civilizatória, dá aos corpos mutilados uma espécie de aparência heróica, o grotesco no contexto moderno.

O corpo é temporalidade, porque conforme diz Carmem Soares²⁶ “os corpos são educados por toda realidade, por todas as coisas com as quais convivem, pelas relações que se estabelecem em espaços definidos e delimitados por atos de conhecimento”.

Mas, entre as influências que são construídas no espaço-tempo da modernidade e que vão conferir-lhe o estatuto de um tempo marcado por múltiplas leituras, Hall²⁷ fala da Lingüística Estrutural de Saussure, na medida em que é ele quem afirma que “a língua é um sistema social e não um sistema individual”. As idéias do lingüista vão influenciar outros pensadores importantes como Derrida, Barthes, sem falar em Peirce, o sistematizador da Semiótica, a ciência dos signos, que ressignifica inclusive, o corpo, nas suas relações culturais

²⁵ BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Brasiliense, 1982, p. 25.

²⁶ SOARES, Carmem. *Corpo e história*. Op. cit., p. 110.

²⁷ HALL, Stuart. Op. cit., p. 41.

e nas suas representações antropológicas.

Já em pleno século XX, Foucault²⁸ dará à modernidade e ao corpo, uma importante contribuição, no instante em que passa a questionar as formas de “poder” presentes na história da humanidade ele diz que na modernidade a ciência e seus resultados tecnológicos contribuíram para que formas de controle e de torturas se sofisticassem, oprimindo os homens naquilo que eles têm de essencial, a sua humanidade.

Por fim, um número significativo de pensadores modernos comentam que o “feminismo” foi um grande fator de mudanças e rupturas nas sociedades modernas. O movimento permitiu que mulheres e homens (re)construíssem suas identidades a partir dos novos papéis sociais impostos pelo desenvolvimento das questões de gênero. É a partir dessas influências, que novas características vão dar origem à etapa que Giddens chama de “alta modernidade”, são os anos que alcançam a segunda metade do “breve século XX”. A modernidade, que nessa fase ganha na perspectiva temporal novos enfoques, verá o corpo como uma representação diferenciada, do início dos tempos modernos. Alguns pensadores contemporâneos chamam esse tempo de pós-modernidade, outros o consideram uma nova e muitas vezes indizível fase da modernidade, um tempo que por sua complexidade está permeado de paradoxos e contradições.

²⁸ FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000, p. 29-30.

2 O CORPO NA DIMENSÃO CONTEMPORÂNEA

2.1 A PÓS-MODERNIDADE

“O templo do consumo, como o ‘barco’ de Michael Foucault, ‘é um pedaço flutuante do espaço, um lugar sem lugar, que existe por si mesmo, que está fechado em si mesmo e ao mesmo tempo se dá ao infinito do mar’.”

(Zygmunt Bauman)

Ninguém melhor do que um historiador para esclarecer mudanças no comportamento, mentalidade e processos psíquicos dos seres humanos e, abordar o conceito de Pós-Modernidade, que significa, definitivamente, falar de permanências e rupturas nesse momento em que os valores e as características da “modernidade” propriamente dita, parecem estar relegados ao segundo plano.

Como um conceito polêmico, que recebeu na sua curta existência inúmeras nomenclaturas, a Pós-Modernidade vem se consolidando no âmbito das Ciências Humanas e Sociais, como um fantasma que toma corpo e, a cada dia, revela-se mais claro e nítido para novas leituras.

É, portanto, a compreensão de um historiador a escolhida para falar da Pós-Modernidade, situando-a no contexto das discussões contemporâneas, como afirma Jair Ferreira dos Santos:²⁹

Pós-modernismo é o nome aplicado às mudanças ocorridas nas ciências, nas artes e nas sociedades desde 1950, quando por convenção encerra-se o modernismo. Ele

²⁹ SANTOS, Jair Ferreira. *O que é pós-moderno*. São Paulo: Brasiliense, 2000, p. 8. (Coleção Princípios)

nasce com a arquitetura e a computação dos anos 50 e toma corpo com a arte pop nos anos 60, cresce ao entrar pela filosofia durante os anos 70, como crítica da cultura ocidental. Amadurece hoje, alastrando-se na moda, no cinema, na literatura, no cotidiano programado pela tecnociência, sem que ninguém saiba se é decadência ou renascimento cultural.

Essa visão da Pós-Modernidade traduz muito sinteticamente, um conjunto de mudanças que atingiram o movimento político/econômico/social/cultural, sobretudo nas últimas três décadas do milênio que acabou de passar. Ela vem associada a uma série de rupturas e conquistas que vão atingir os homens individualmente e coletivamente, alterando seu “modus vivendi” e abrindo diferentes perspectivas de sobrevivência e auto-regulação no intrincado caminho do desenvolvimento dos sujeitos sociais.

Tais transformações como não poderiam deixar de ser, vão atingir o corpo na medida em que ressignificam padrões estéticos, conferindo novos estatutos à aparência, aos comportamentos e as formas de agir nos espaços sociais. A Pós-Modernidade surge na esteira de um mundo que passa por mudanças radicais após a II Grande Guerra Mundial, e como diriam os vencedores, o mundo jamais seria o mesmo.

Entre essas mudanças encontram-se os novos modelos de regulação, com a passagem do Estado como elemento de controle da vida econômica e cultural, para o mercado não mais o mercado local, mas sim, o mercado global, que não vê fronteiras para o capital; o processo de globalização, um fenômeno diferenciado no momento atual que permite a movimentação internacionalizada desse capital em circulação e pode estar em qualquer parte do mundo; a tecnologia de última geração, que com o advento dos computadores, microcomputadores e democratização dessa tecnologia, fez com que o outro lado do mundo passasse a ser visto por todos; ao vivo e a cores; a tecnociência (ciência + tecnologia invadindo o cotidiano dos sujeitos, desde os alimentos processados até microcomputadores); a sofisticação e o massacre da mídia eletrônica e impressa, que estimula o consumismo de forma selvagem, fazendo com que o mercado ganhe vida e se torne um sedutor perigoso.

Pedro Salem³⁰ reforça as concepções da pós-modernidade quando comenta:

Na época pós-moderna, o indivíduo perdura como valor principal e, nesse sentido, seu direito de se realizar à parte do todo social mantém em curso a obra da modernidade. Não obstante, segundo o autor, a sua ruptura com o período anterior encontra eco na diferença entre os valores de produção e revolução, típicos da Modernidade, que se opõem ao domínio da informação e da expressão, indissociáveis da época contemporânea.

Na opinião de Lipovetsky, citado por Salem³¹

o processo de personalização e subjetivação contemporâneos, são impulsionados, não só pelo desenvolvimento da ideologia individualista ou mesmo do psicologismo, mas também pela aceleração dos meios de informação e consumo.

Nesse sentido a Pós-Modernidade é também um espaço-tempo caracterizado por signos, que em seu conjunto formam uma polifonia de vozes, fazendo do multiculturalismo uma tentativa de trabalhar com as contradições étnicas, ética, estéticas, culturais.

O corpo é uma categoria de análise dessa realidade nos diversos planos nos quais aparece, pois a África chega ao imaginário social global como o país de crianças esqueléticas e mortas de fome, com seus corpos esqueléticos, exatamente como a mídia passa aos telespectadores de todo o mundo, via televisão, ou seja, um recorte do real que passa a representar o todo cultural daquele país.

Já o que mais se focaliza no contexto atual é a obesidade dos americanos, gordos, ricos, comendo todos os dias as iguarias com as quais a África sonha. Pós-Modernidade, segundo Hall³² é isso; “contradições que (con) vivem e se (re) alimentam definindo traços culturais”.

Na realidade, essa concepção vai refletir-se no corpo, como lugar das representações sócio-culturais e como “habitat” das intencionalidades e não intencionalidades dos sujeitos

³⁰ SALEM, Pedro. *Do luxo ao fardo*: um estudo histórico sobre o tédio. Rio de Janeiro: Relume Damará, 2004, p. 108.

³¹ Idem, *ibidem*.

³² HALL, Stuart *A identidade cultural da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP & A, 2003, p. 33.

que estão no mundo. Os valores pós-modernos atingem os homens no que eles transmitem cotidianamente, ou seja, nos costumes e nas tradições, os quais novo contexto perderam sua razão de ser, fragmentados por necessidades urgentes e pelos apelos da mídia, para muitos a única forma de comunicação.

Uma notícia no Jornal “O Dia”³³ que diz textualmente: “Viúva aposentada, chegada de viagem à Europa, morre em apartamento do bairro “Jardins” em São Paulo, aos 68 anos, vítima de um rapaz de programa, com o qual costumava sair de vez em quando”.

O que fez uma senhora bem sucedida, quem sabe com os filhos criados, netos, boa condição de vida, abrir mão de uma vida em família para viver uma aventura perigosa? Por que um rapaz, que poderia ser qualquer um ou mesmo um conhecido entraria nessa aventura? E os seus valores? E a ética? Questões como essas demonstram que a solidão, em um mundo de muitos apelos, cria ilusões, fetiches e uma espécie de alienação do que é real. Olho o corpo no espelho e vejo o corpo que desejo, até porque alterá-lo com cirurgias tornou-se algo “normal”, naturalizado para as elites.

É Lipovetsky³⁴ quem comenta que

o momento pós-moderno [...] revela o processo da indiferenciação pura na medida em que todos os gostos, todos os comportamentos podem coabitar sem se excluírem, tudo pode ser escolhido conforme o gosto, tanto o mais operatório quanto o mais esotérico.

O autor ainda comenta que essa visão vale “tanto para o novo como para o antigo, a vida simples e ecológica e a vida hipersofisticada, num tempo desvitalizado sem referências estáveis”.

Na concepção de Lipovetsky³⁵ esse cenário remete ao tédio e à monotonia, como manifestações privilegiadas da indiferença pós-moderna, como se estas fossem mecanismos

³³ Jornal “O Dia”. 1º caderno. 04 jun. 2001. Reportagem de capa.

³⁴ LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio*: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Lisboa: Antropos, 1991, p. 39.

³⁵ *Ibidem*, p. 173-74.

de defesa dos sujeitos para vencerem a angústia, a solidão, a infelicidade, o deserto existencial.

O corpo é assim, o que vai refletir os caracteres da Pós-Modernidade, indicando as mudanças conceituais acontecidas no plano do pensamento e refletidas nas relações sociais e, sobretudo, nas interações homem-mundo. Se em outros tempos o homem tinha os pés no chão de seu lugar, já que conhecia seus vizinhos; conhecia os locais pelos quais passava para chegar onde queria; sabia como agiam e pensavam as pessoas de sua comunidade; seu corpo tinha identidade local, consciência do seu lugar; hoje, contudo, isso já não ocorre, porque a territorialidade ganhou o significado de “todos os lugares” e de “lugar nenhum”.

A idéia de “cidadão do mundo” pode ser representada pela Internet, a rede mundial que em conexão permite conversar com pessoas do outro lado do mundo. O corpo fica fixo, já não se movimenta, pois na era digital basta apertar botões com a leve pressão dos dedos.

Esse mundo recriado pelo virtual, conectado com o global e suas mudanças aceleradas, comprova a idéia de que esse processo não tem retorno e, que a tendência é que os corpos devem ser cada vez mais fragmentados, seja por novas influências e olhares, seja por uma espécie de “niilismo” que toma conta do ser humano com a (cons)ciência de sua humana impotência para lidar com a complexidade e o caos das situações do momento.

Enquanto os homens se (co)fundem em dilemas sem soluções imediatas, sob o ponto de vista filosófico, a Pós-Modernidade vai se consolidando, fazendo do corpo uma armadilha, que de tão fragmentada tende a se espedaçar, transformando o sujeito total em sujeito partido.

Para alguns pensadores da contemporaneidade, tais características não situam a Pós-Modernidade, mas uma modernidade diferenciada da que marcou a fase industrial do capitalismo e que recebe nomes múltiplos como “alta modernidade”; “modernidade tardia”; “pós-modernidade”. Boaventura Souza Santos³⁶ de certa forma tenta conceituar as mudanças

³⁶ SANTOS, Boaventura Souza. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1995, p. 42.

do que se entende como pós modernas, no instante em que afirma “a rapidez e a intensidade com que tudo tem acontecido se, por um lado torna a realidade hiper-real, por outro lado, trivializa-a, banaliza-a, transformando-a numa realidade sem capacidade para surpreender e empolgar”. Na verdade há uma mistura de espanto, auto-complacência, revolta, perplexidade, acomodação e impotência dos homens diante das contradições impostas pelos novos tempos e temas cotidianos.

Assim, o corpo na sua ressignificação pós-moderna apresenta múltiplos significados, conforme sinaliza Galeano:³⁷

A Igreja diz: o corpo é uma culpa
A ciência diz: o corpo é uma máquina
A publicidade diz: o corpo é um negócio
O corpo diz: o corpo é uma festa.

Na realidade, o corpo lugar onde os seres humanos são obrigados a viver, é também no contexto da contemporaneidade uma das dimensões humanas mais atingidas pelas características da atualidade. Para Giddens³⁸ é sobretudo no campo do “eu” e da “auto-identidade” que a aparência corporal mais influi. Do lado externo da corporeidade dos sujeitos — ou seja, nos modos de vestir e se enfeitar — que encontram-se as mudanças que mais afetam os jovens, como revelam as visibilidades que circulam no mundo.

O corpo nesse recorte temporal, espacial, mesmo sujeito a convenções construtivas da vida cotidiana e recebendo influências de todos os lados (TV, Rádios, Jornais e Periódicos) tem se revelado fonte de um hibridismo que se torna claro em uma simples observação da estética da cidade: o corpo como fonte das sensações de bem-estar e de prazer, mas também das doenças e das tensões.

³⁷ GALEANO, Eduardo. *As palavras andantes*. 4. ed. Porto Alegre: &PM, 1994, p. 138.

³⁸ GIDDENS, Anthony. Op. cit., p. 96.

Nessa perspectiva, a Pós-Modernidade é o espaço-tempo do corpo, pois ao supervalorizá-lo, o expõe e retira-lhe o mistério, que em outros tempos tinha a função de instigar a (des)coberta do corpo, lugar-esconderijo da sensualidade. Quando esse corpo passa a ser explorado, seja pela cultura consumista que o reparte em “mil pedacinhos” seja pelo significado desse esquiteamento de fundo econômico, destrói as possibilidades de um corpo comprometido com a vida.

O corpo é hoje um lugar no qual se realizam algumas das crenças da Pós-Modernidade, que acabam se transformando em mitos. Esses mitos tem suporte nas ciências, como por exemplo a “clonagem”, que no fundo se trata de uma representação que desvaloriza e diminui a subjetividade humana, com a valorização da cópia e não uma cópia qualquer, mas alguém que com todas as semelhanças do seu “sósia” ou “original”, nada mais é do que um “blefe” científico.

É nesse novo cenário que a estética do absurdo se instaura e, dentro dela, uma nova visão do corpo, muito mais próxima dos “clichês” que a mídia valorizará ou queimará de vez, ou mesmo de um corpo que inerte na frente da telinha se definhará pela sordidez da ausência de atividade física.

Afinal, mídia e corpo se afinam, da adolescente obesa, que em dado momento, se enfrentará consigo mesma, à vovó que luta como uma mocinha para preservar a parte física e mesmo a mulher do campo, com seu corpo cansado da luta diária sol a sol, que a anestesia subjugando-a a dura luta pela sobrevivência.

Estes corpos concretos não estão na mídia, porque cumprida a tarefa de direcionar para o mercado os corpos que dão IBOPE, o resto não precisa ser pensado, nem refletido, nem ressignificado pela valorização dos outros.

A Pós-Modernidade traz em si uma nova estética, presente na metáfora do caleidoscópio que a cada momento forma uma nova imagem. Ao homem é dada uma posição

secundária, alternativa à moral de todos os lugares. Esses sentidos dão vida ao social, nessa “metamorfose ambulante”, na qual transformou-se o sujeito social humano na sua multiplicidade e singularidade e, (des)umano no seu espanto consigo próprio, mutante permanente no eterno risco dos viventes.

2.2 O CORPO COMO CAPITAL CULTURAL

Como foi discutido, a Pós-Modernidade investe em novos valores culturais, desconstruindo a visão cristã do corpo como lugar do pecado, presente até pouco tempo no ideário da educação feminina, sobretudo. Mesmo que a idéia do pudico acompanhe algumas culturas, de forma geral, o corpo na perspectiva do mundo ocidental transformou-se em capital cultural de um tempo em que o fetiche da imagem substitui o corpo-vida, reificado em novas ressignificações.

A concepção de capital por si só já sugere uma visão de mercado que, por sua vez, vai levar a um olhar diferenciado sobre o “humano” e este perde sua característica antropológica e culturalmente ligada ao tempo–espaço da história de cada sujeito e das sociedades e grupos — para reverter-se em lucro, em mercadoria.

O capital cultural nesses tempos pós-modernos alimenta uma indústria geradora de bilhões de dólares, como comprovam as estatísticas do IPEA³⁹ ao afirmarem que só no Brasil as indústrias de cosméticos, diga-se (AVON, NATURA, BOTICÁRIO), figuram entre as que mais venderam com lucros, no último biênio (2000-2002), comprovando que o capital cultural investiu no “feminino” sem medo de errar. Na verdade, essa visão só é possível em razão do momento, das condições sócio-históricas que definem a contemporaneidade.

Mas, o mercado como espaço do capital cultural ganha corpo no início do século XX,

³⁹ Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

quando algumas descobertas e inventos técnicos transformam as concepções acerca do real e suas representações, mudando inclusive o conceito de beleza e a estética da modernidade, fazendo surgir um novo padrão de beleza, bem como novas formas de visualizar o “feminino”. Segundo Del Priori,⁴⁰ “nas primeiras décadas do século XX, todos sabiam que a fotografia, o cinema e a imprensa divulgavam padrões que deviam ser seguidos, excluindo aquelas que deles não se aproximassem”. Assim, a aparência passa a ser a vitrine dos novos produtos criados pela indústria para servir de aparato à beleza da mulher, bem no estilo “pigmaleão”. Compre o produto tal e diga adeus à feiúra, à mediocridade, ao anonimato. Diante da “*coquetterie*” (palavra francesa que traduz o novo “glamour” feminino), a tese era: só é feia quem quer. Um exemplo que ilustra tal comentário encontra-se presente na Revista Quinzenal “A Cigarra” de julho de 1920 e que Del Priori⁴¹ registra ao comentar:

A “*coquetterie*” é a qualidade mais admirável na mulher. Graças a ela muitas mulheres feias parecem bonitas, e as bonitas — encantadoras. É a “*coquetterie*” que acentua a graça aos cabelos que beijam a nuca ou sombreiam a fronte; é a “*coquetterie*” que imprime sorrisos de glória à linda curva do seio; por ela os olhos expressam languidez ou triunfo, os corpos com trajes artísticos fazem ressaltar a harmonia das formas. A “*coquetterie*” rodeia a mulher como uma *allure* graciosa ou grave segundo correspondia o seu tipo; ela rege às modulações da voz e à harmonia do corpo.

A partir daí as imagens femininas vão ganhar de vez o mercado, nessa etapa da modernidade, em que a moda apresenta-se como uma das articuladoras do novo ideal estético imposto pela indústria cinematográfica americana, que é na verdade a primeira grande investidora no mercado global, exportando suas estrelas como Greta Garbo, Rita Hayworth e um pouco mais tarde o estilo Marilyn Monroe, Jane Mansfield e outras louras, que representam o estereótipo da sensualidade e da beleza que seduz nos idos dos anos 50 do século XX.

⁴⁰ DEL PRIORI, Mary. *Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: SENAC, 2000, p. 72.

⁴¹ Idem, *ibidem*, p. 73.

Mas, como uma das marcas contemporâneas, o multiculturalismo cria um novo padrão de beleza, dessa vez definido pelo mercado consumidor, que estrategicamente trabalhado, constitui-se em espaço para todos, preservando as marcas étnico-culturais, mas ao mesmo tempo inserindo-as na identidade global, hegemônica, imposta genericamente sobre os chamados cidadãos do mundo.

O momento contemporâneo tem levado os homens “a viverem um embate entre o local e o global, entre o concreto e o abstrato, cuja resolução, na maioria das vezes, vem sendo efetuada por processos que estimulam a mistura, a hibridação, a indiferenciação, o glocal”, como ilustram os comentários de Villaça.⁴²

É também a partir do século XIX e com forte penetração no século XX que o corpo vai passar por uma divisão, de um lado o sujeito e de outro o objeto, no hibridismo complexo que coloca de um lado a carne e do outro a imagem, em um processo que desencadeia o eu e o outro, subjetivação e alteridade na busca da identidade.

Conforme afirma Bourdieu, através do conceito de “capital cultural”, os sinais das disposições e esquemas classificatórios que se revelam nas origens e travessias das pessoas, também se manifestam no corpo, em suas contraditórias representações. Como corpo é cultural, a utilização deste capital ganha na Pós-Modernidade novas e complexas nuances.

É como se a cultura imposta pelos meios eletrônicos que fazem a comunicação, pairasse acima do local, mas tivesse com eles uma relação estranha de aceitação muda. Diz-se muda, porque os mediadores que poderiam criar, a “contra-cultura” ficam atados diante da força e do poderio do capital cultural dos grandes canais de TV e hoje, de forma mais consistente, da Internet.

Nesse sentido até mesmo o conceito de multiculturalismo envolve paradoxos e compreender esta realidade significa conviver com incertezas.

⁴² VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred (org.). Obrigada pelos morangos no selo; do correio ao e-mail. In: *Nas fronteiras do contemporâneo*. Rio de Janeiro: Mauad, FUJB, 2001, p. 51.

Conforme ilustra Canclini,⁴³ nesses tempos em que a Indústria Cultural parece ter tomado conta de uma parte da realidade com seus produtos, “a prisão como último laboratório é uma realidade, pois não há outras saídas senão a submissão ao mercado, a ironia transgressora, a busca marginal de obras solitárias e a recriação do passado”.

O conceito de “racionalidade instrumental” teve como motivação às suas teorias críticas, o capital cultural em seu sentido econômico, ou seja, fazer da indústria do entretenimento, não uma arte, mas uma forma de usar as criações humanas singulares (filmes publicitários, roteiros, textos, programas, etc) em benefício de uma minoria privilegiada.

São muitos os exemplos que revelam o uso dos fatos “cotidianos”, do “grotesco” e até do “sórdido”, por criadores de opinião que formam a mídia. Esse aspecto da cultura contemporânea tem recebido críticas de alguns pensadores, mas concretamente, essas pouco importam aos interessados. Neal Glaber⁴⁴ comenta que

o circo montado pelos meios de comunicação por ocasião da morte da princesa Diana é apenas um exemplo da tendência que, para o historiador da cultura popular, traça as marcas do século XX, ou seja, a transformação da própria vida em uma forma de entretenimento.

No plano da cultura, são hoje raríssimas de serem encontradas as formas originais de danças, costumes e “modus vivendi”, que refletem a alegria, a emoção dos artistas desse momento de transição.

De certa forma, autores como Castells (1999), Thompson (1998) e Hall (2001), consideram que o processo de globalização teve importante papel na transformação do capital cultural, que nos últimos anos só fez por lucrar. Segundo Thompson,⁴⁵

⁴³ CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 1997, p. 89.

⁴⁴ GLABER, Neal. *Vida, o filme*. Com o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Cia. Das Letras, 1999, p. 15.

⁴⁵ THOMPSON, John B. *Mídia e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1989, p. 15.

globalização não parece se distinguir muito de expressão como “transnacionalização”. Com a globalização temos a sensação de que podemos estar sempre no mesmo lugar, ou seja, o viajante global encontra os signos e objetos com que está familiarizado em qualquer lugar do mundo.

É essa intimidade que faz com que a marca, já sedimentada no discurso popular, entre na vida dos consumidores com a maior naturalidade, embora sua preferência não seja aquela.

Assim o capital cultural, hoje com a garantia dos dólares que impulsionam o resto do mundo, e ao qual, os latinos-americanos sonham, assim como todos os países periféricos.

2.3 A PRODUÇÃO DO BELO NA IDENTIDADE FORJADA

O conceito grego do belo traduzia uma estética que ultrapassava o objeto em si, na medida em que penetrava no universo cultural, na concepção do “ethos”, enquanto condição original da humanidade, que o povo grego atribuía à harmonia das formas e do universo, no contexto de suas vivências.

Mesmo reconhecendo que a herança do conceito de “belo” para os gregos, tenha influenciado o imaginário social ocidental e as mudanças no cenário dos novos tempos, esse conceito transformou, e, em alguns casos, tornou esquizofrênica a visão do que seja a “beleza”.

A aparência, em manifestações diversas e imagens extremas, refletiu os processos de transformação pelo qual “o belo” atravessou e que segundo Schefer Faux⁴⁶ podem ser recortados, “no desconstrucionismo, na antibeza, no look heroína, nas influências multiculturais e globais, na androginia”. O que sempre moveu o homem nessa busca pela aparência foi o ideal de beleza, que na visão psicanalítica é a negação de si, inconsciente e reveladora da incompletude humana.

⁴⁶ FAUX, Schefer. *Beleza do século*. São Paulo: Cosac e Naifij Edições, 2000, p. 10.

Na verdade, a beleza tornou-se um conceito ligado à pluralidade, mesmo que se defina individualmente, pois a busca de si mesmo foi se tornando cada vez mais complexa com o passar dos tempos e, se na Idade Média, as mulheres com saias compridas, cores escuras, tecidos rústicos, cabelos presos, cara lavada, corpo coberto, correspondiam aos padrões de conjunto estético da época, hoje, tal visão feminina seria visto como algo grotesco.

Mas, ao longo da História, nunca houve uma única forma ou atitude ligada à beleza. Na verdade, as pessoas reverenciaram, desprezaram e abominaram o belo, como Platão que acreditava que a beleza tornava visível a espiritual. Para Platão, a beleza sensual imita a beleza pura, quando esta é vista como algo maior, à qual o ser humano comum não tem acesso. Assim, o filósofo explicava “o estranho poder da beleza, sua misteriosa capacidade de despertar a beatitude estética.”⁴⁷

Como diz Breton,⁴⁸ “a alma caiu dentro de um corpo que a aprisiona”, sendo aquela uma concepção que vem dos primórdios da humanidade em seu processo civilizatório. Mas, a trajetória da beleza como padrão cultural, encontra-se aprisionada às diversas visões de mundo que atravessam as diversas etapas históricas.

Soares⁴⁹ comenta que: “os ideais de pureza e perfeição do corpo e da alma do cidadão, preconizados por Platão em diferentes textos, há séculos vêm sendo relidos e interpretados em diversos tempos e locais”. Assim, desde que o fim da Idade Média marcou uma profunda mudança no campo dos valores, colocando em xeque os dogmas do cristianismo, muitas coisas mudaram na visão do belo.

O escritor russo Leon Tolstói⁵⁰ no século XIX escreveu:

Eu estava freqüentemente sujeito a momentos de desespero. Imaginava que não havia felicidade na Terra para um homem com um nariz tão largo, lábios tão grossos e olhos cinzentos tão minúsculos como os meus... Nada causa um impacto maior no

⁴⁷ PLATÃO. In: ETCOFF, Nancy. *A ciência da beleza*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999, p. 28.

⁴⁸ LE BRETON, David. Op. cit., p. 13.

⁴⁹ SOARES, Carmem. *Corpo e história*. Op. cit., p. 103.

⁵⁰ TOLSTÓI, Léon. In: ETCOFF, Nancy. Op. cit., p. 15.

desenvolvimento de um homem do que sua aparência, não tanto a aparência real quanto sua convicção de ser ou não atraente.

Esse depoimento revela que a aparência física quando contrastada com os padrões de beleza de cada cultura e de cada época, faz parte da construção da identidade dos sujeitos em sua trajetória histórica. Mas, a beleza, como conceito que envolve uma estética, não diz respeito somente à parte física dos homens mas a todo um cenário que serve de pano de fundo às ações humanas no contexto das sociedades.

Conforme sinaliza Soares,⁵¹ “as múltiplas faces das dobras visíveis do tempo são reveladas materialmente na arquitetura, no urbanismo, nos utensílios, no maquinário, nos objetos, mas sobretudo no corpo.”

Assim, é como se a cultura de cada tempo escrevesse sua história na estética da cidade e dos espaços, dando nome à arte, que a princípio não poderia ser taxada, mas como tudo está sujeita às contradições do tempo.

Segundo Etcoff:⁵²

Os dicionários definem a beleza como algo intrínseco ao objeto (cor, forma, atributos) ou simplesmente como o prazer que um objeto evoca no observador. Se seguirmos no tempo uma linha de idéias sobre a beleza, o pêndulo claramente oscila de uma direção a outra. Para os gregos, a beleza era como um sexto sentido. No século XX, quando Marcel Duchamp fez de uma privada tema de arte refinada, e Andy Warhol fez o mesmo com uma lata de sopa, a beleza passou a residir não no objeto em si, mas no olho que vê tais objetos e lhes confere beleza.

Isso demonstra que a experiência da beleza é única e intransferível e as emoções refletem esse estado que toma conta de todos, cujos olhares se voltam para a realidade pelas vias do imaginário.

Uma análise sobre a história da arte revela que no Renascimento os artistas procuravam resgatar valores da Antigüidade como a simetria e o equilíbrio. Já no Barroco,

⁵¹ SOARES, Carmem. *Corpo e história*. Op. cit., p. 109.

⁵² ETCOFF, Nancy. Op. cit., p. 17.

movimento que vem logo após, exploravam-se as curvas e os movimentos. Essas ilustrações de natureza histórica demonstram que a beleza está condicionada a diferentes critérios, conforme o tempo, o lugar, o sexo, a idade e o grupo social a qual pertence. Isso demonstra que apesar de serem apresentados como universais, a arte e o belo sempre estarão inseridos no cultural, no histórico, no temporal e no espacial.

Conforme afirma Cristina Costa:⁵³

Confie na emoção que as coisas, as paisagens, as palavras e os sons despertam em você e desconfie daqueles que se julgam capazes de definir pelos outros e de forma inquestionável, o belo e a arte.

Mas, as mudanças no conceito de belo tomam impulso após a II Grande Guerra Mundial, pois conforme palavras de Subirats⁵⁴

do sacrifício heróico da vida aos vínculos de companheirismo e solidariedade, passando pelos cartões de racionamento, a guerra abria novas formas e expectativas de convivência e comunitariedade que possibilitavam uma integração do sujeito particular mais plena e intensa do que este podia esperar da vida civil dos grandes centros do industrialismo.

Na verdade, é a guerra que vai influenciar na sua paradoxal natureza que é geradora de uma catarse emocional, várias manifestações artísticas e também uma nova estética, na qual um sentimento de angústia coletivo de angústia e mal-estar social se manifestava como realidade em busca de uma solução, sendo esta encontrada na tecnocracia.

Conforme sinalizam autores como Etcoff (1999), Subirats (1989), Costa (1999), um dos marcos dessa nova estética que assinalada pela Revista STIJL, que propõe uma nova concepção estilística e uma perspectiva diferenciada para a arte, influenciando os conceitos até então vigentes de arte, urbanismo, design e mesmo a arquitetura. Percebe-se nesse processo de rupturas que começa a surgir uma nova ordem da sociedade, fundada no global e

⁵³ COSTA, Cristina. *Questões de arte: a natureza de belo, da percepção e do prazer estético*. São Paulo: Moderna, 1999, p. 19.

⁵⁴ SUBIRATS, Eduardo. *A cultura como espetáculo*. São Paulo: Nobel, 1989, p. 135.

em um futuro, que como diz Giddens⁵⁵ “acitava com os sortilégios de uma cultura tecnocientífica, cuja racionalidade redefine a modernidade elevando-a ao seu ponto máximo a alta modernidade”.

Nesse novo contexto o belo ganhará espaços e configurações novas, ressignificado que é pelos valores que nascem dessa nova ordem cultural. Quando comenta o princípio da racionalização formal da sociedade, que se encontra presente à lógica da mercadoria, à constituição das instâncias administrativas e ao próprio desenvolvimento tecnocientífico, que Subirats⁵⁶ complementa afirmando que por sua vez implica um absoluto e acentuado deslocamento, assim como a anulação e abstração dos interesses materiais da existência humana e da sociedade.

Esta nova posição estética, ética e filosófica que vai configurar o que hoje denomina-se como Pós-Modernidade, ameaça de certa forma a visão do humanismo, como um conceito construído desde a Antigüidade Clássica e que mesmo sofrendo os revezes das desconstruções culturais, chega à modernidade, ameaçado nestes novos e imprevisíveis tempos.

Mas, o anseio da beleza, como algo que se busca inconscientemente permanece nesse horizonte do paradoxal como esperança, que só tem como caminho a transcendência. Por outro lado, há de se considerar que a perspectiva do belo nesse espaço-tempo contemporâneo tem como relógio a instantaneidade, a fotografia do agora, que contudo não é vista como memória do “vivido”, mas como passado morto, de uma estética passageira, que quase sempre vai como as fotografias — retratos sem valor, que terminam no lixo ou mesmo guardadas em gavetas, destinadas às coisas inúteis ou mesmo deletadas dos arquivos que perderam seu valor.

⁵⁵ GIDDENS, Anthony. Op. cit., p. 140.

⁵⁶ SUBIRATS, Eduardo. Op. cit., p. 136.

Jeudy,⁵⁷ quando aborda a idealização da beleza corporal, comenta que, na maioria das vezes, a representação do corpo imóvel, presente na escultura, como se esse corpo em repouso inspirasse uma apreensão estética mais poderosa do que em movimento, quer dizer que, a imobilidade sugere o movimento e leva ao êxtase e ao prazer contemplativo. É como Paul Schilder⁵⁸ afirma:

Retomamos sempre às posições intermediárias do corpo, posições de repouso relativo, ao passo que negligenciamos as posições intermediárias e mesmo o movimento enquanto atual. Para utilizarmos um exemplo da física, dizemos que nós não nos interessamos muito por aquilo que se passa no campo, no fluxo, mas nos interessamos mais ou menos pelos “quanta”, quer dizer pelas unidades cristalizadas do modelo postural. Contudo, devíamos perceber que nossa imagens corporais em repouso, são também imagens corporais em movimento. Mas a beleza é especificamente associada à imagem em repouso.

Contrariamente a essa visão, o corpo em movimento que a mídia contemporânea explora é a visão do “belo” no contexto atual. Assim, quando o jovem pula de uma altura imensa em um lago muito abaixo que vai desembocar em uma fascinante cachoeira, o pano de fundo majestoso é a natureza, mas o corpo em movimento é o foco, pois ele é a representação da beleza física e da sincronia dos músculos, do movimento, do corpo trabalhado que como imagem é algo extasiante.

Assim, ao constatar-se que o conceito de belo é cultural, é histórico e depende do olhar, há também que se constatar que existem padrões de beleza que entram para o imaginário social. A beleza clássica dos gregos, por exemplo, é algo que até hoje é cultivado pelos padrões ocidentais. A beleza negra, a beleza dos alemães na época de Hitler, representada na força dos brancos. A beleza de hoje, dos corpos sarados e esculpidos em academia. O “belo”, abstração que para cada sujeito social é um ideal a motivar as tentativas culturais de aprimoramento físico e das tentativas atuais de rejuvenescimento por ambos os sexos.

⁵⁷ JEUDY, Henri Pierre. *O corpo como objeto de arte*. São Paulo: Estação Liberdade, 2002, p. 59.

⁵⁸ SCHILDER, Paul. *A imagem do corpo*. São Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 279.

2.4 CORPO E SUBJETIVAÇÃO MIDIÁTICA: MODA E MEDO

Os discursos sobre o corpo carregam na contemporaneidade o peso das simbologias, dos mitos e símbolos que acompanham esse espaço-tempo. Sobre isto Peruzzolo⁵⁹ afirma:

O corpo e sua figuração circulam nos espaços culturais ora fazendo acontecer sentidos, enquanto se expressa pelos seus movimentos, pelas suas posturas, pelos seus gestos e por endossos outros, e ora inserindo-se em pacotes significativos, integrando o movimento de traços na produção de discursos. Os meios de comunicação social ampliam e, em muitos sentidos, criam os espaços de circulação do corpo na medida em que interpelam os diversos campos do saber de que se valem o corpo como linguagem.

O que se deseja discutir é o corpo sob o impacto do midiático, que lhe confere, no contexto da contemporaneidade, significados ambíguos e fundados numa teleologia que o coisifica, revestindo-o de roupagens ilusórias, que separam corpo e imagem, conduzindo essas dimensões do humano a uma luta que pode levar à perda da real identidade.

O papel dos meios de comunicação nesse processo de transmutação do corpo real em corpo ideal é preponderante, sendo o grande mediador o discurso midiático, que consolida uma cultura do consumo, na qual tudo que se vende passa a ter valor de uso agregado ao valor de compra. O corpo passa então a representar um aspecto inédito, ou seja, do capital cultural nele investido.

E a subjetividade? Essa questão é a que concentra em si toda a complexidade que envolve no momento atual as discussões acerca da identidade de crianças, jovens e velhos, assim como os discursos dos vários pensadores das ciências humanas sobre o corpo, como lugar da subjetividade, que a mídia hoje ajuda a construir.

No instante em que a mídia reflete os avanços tecnológicos, representando a síntese do poder que nasce de uma invenção que sabem responder aos desejos presentificados no mundo

⁵⁹ PERUZZOLO, Adair C. *A circulação do corpo na mídia*. Porto Alegre: UF. Santa Maria, Imprensa Universitária, 1998, p. 12.

atual, no qual a concepção de estética dos sujeitos, como harmonia e equilíbrio entre partes de um todo, perde o seu sentido original, para dar origem a uma nova estética presente no imaginário contemporâneo.

Quando fala da modernidade como um projeto liberal, Boaventura de Souza Santos⁶⁰ traça os paradoxos da modernidade quando diz que a sociedade capitalista de ordem liberal é caracterizada por uma tensão entre a subjetividade individual dos agentes na sociedade civil e a subjetividade monumental do Estado.

Assim, quando afirma que a modernidade tenta um equilíbrio entre regulação e emancipação, ele diz que

o pilar da regulação é constituído por três princípios: o princípio do Estado (Hobbes), o princípio do mercado (Locke) e o princípio da comunidade (Rousseau). O pilar da emancipação é constituído pela articulação entre três dimensões da racionalização e secularização da vida coletiva.

Esses pilares ou eixos, na verdade apontaram para o desequilíbrio entre regulação e emancipação, que vai culminar com o crescimento do mercado e a diminuição do Estado, logo após a decadência do Estado de Bem-Estar Social, a partir da ascensão do neoliberalismo, como nova forma e ordem de regulação do capital e conseqüentemente da vida dos sujeitos nos espaços sociais.

Assim o eixo da emancipação, que envolveria a ciência, a arte e a ética, se vê afetado por novas formas de controle, que não é a disciplina e a hierarquização de heranças positivistas da “ordem e do progresso”, mas, um novo tipo de controle, que Delleuze⁶¹ define como uma subjetivação que tem no corpo maquinímico, a metáfora da desconstrução do corpo na modernidade.

⁶⁰ SANTOS, Boaventura de Souza. Op. cit., p. 236.

⁶¹ DELLEUZE, Gilles; GUATARI, Félix. *Mil platôs, capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. v. 3, p. 25.

Confirmada a posição de Santos⁶² quando fala dos temas da modernidade, cidadania e subjetividade sob o ponto de vista dos paradoxos,

para além dos ideais de autonomia e liberdade, a subjetividade envolve as idéias de auto-reflexidade e de auto-responsabilidade, a materialidade de um corpo (real ou fictício) e as particularidades potencialmente infinitas que conferem o cunho próprio e único à personalidade.

Na verdade, com a crise da modernidade que tinha na racionalidade sua principal característica e o advento da mídia eletrônica, impulsionada pelos avanços da chamada tecnociência e por um imediatismo que se reflete na crise de valores, o corpo vai ganhar novas configurações tornando-se inclusive instrumento a serviço da própria mídia. Quando fala desse novo contexto, o sociólogo Boaventura Souza Santos⁶³ comenta: “os paradoxos que fazem parte destes tempos difíceis, encontram-se na raiz dos problemas da modernidade, que foram herdados pelo novo século e que marcaram a passagem para o milênio que vive seus tempos inaugurais”.

Uma reflexão sobre o corpo na atualidade e suas representações demonstra que as visões que dele se têm, são bastante diferentes das imagens humanísticas presentes na estética moderna, que valorizava a consciência e a razão. Pensar a arte como mediação de um mundo abstrato, no qual as hierarquias eram esquecidas aparentemente pela democratização do acesso aos meios de comunicação, passou a ser algo em desuso, pois a consciência crítica deixa de ser estimulada, por um mercado cada vez mais volúvel, que valoriza o descartável, o fragmento, o que pode ser mitificado virtualmente e fácil de mudar rapidamente.

Esta efemeridade, como categoria de um tempo que perde sua cronologia natural para relativizar-se por múltiplas significações, muitas delas abstratas e sem base no concreto, traduz um tempo de incertezas e paradoxos, balizados pela ausência de um projeto novo que

⁶² SANTOS, Boaventura de Souza. Op. cit., p. 236.

⁶³ Idem, ibidem, p. 20.

em nome da dialética entre o velho e o novo se configure como espaço de ressignificação humano/social do corpo.

O corpo como objeto cultural e, portanto, portador de sentidos, tem na mídia hoje, um dos principais depositários das visões e imagens no contemporâneo.

Conforme comentário de Peruzzolo,⁶⁴

o aparecimento de uma sociedade midiática, produzindo uma cultura embasada nas invenções industriais e no desenvolvimento tecnológico, tendo os meios de comunicação como uma de suas principais forças propulsoras, aliados à lógica da mercadoria é que vão imprimir uma dinâmica de circularidade nos valores de civilização, atingindo o corpo e seus sentidos.

Mas é Harvey⁶⁵ quem discute o contexto cultural no qual a mídia e os modismos aparecem como reguladores de um novo modo de ser e viver, quando diz que dentre as muitas conseqüências da aceleração generalizada dos tempos do giro do capital, encontram-se as maneiras pós-modernas de sentir e agir. Assim, a primeira conseqüência tradutora desses novos tempos está na “volatilidade e efemeridade” de modas, produtos, técnicas, processos de trabalho, idéias e ideologias, valores e práticas estabelecidas. A sensação de que “tudo que é sólido desmancha no ar”, raramente foi tão concreta.

Também no domínio da produção de mercadorias, o efeito deu-se nos valores e virtudes da “instantaneidade” e da “descartabilidade”. É a dinâmica da “sociedade do descarte” como confirma Harvey⁶⁶ ao falar nesse novo estilo de vida: comida rápida; pratos, talheres, embalagens descartadas; sexo rápido com camisinha e tantas outras comodidades que a tecnociência possibilitou.

O bombardeio de estímulos no campo da mercadoria e dos novos produtos do mercado, golpeou a experiência cotidiana do homem comum, transformando-o em uma

⁶⁴ PERUZZOLO, Adair C. Op. cit., p. 143.

⁶⁵ HARVEY, David. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1992, p. 258.

⁶⁶ Idem, *ibidem*, p. 259.

espécie de “ser sem memória” e sem futuro, preso ao momento, sobrevivente no mundo dos sons, das imagens, dos espelhos e longe da humanidade, que permanece escondida nos medos e na esquizofrenia que os novos tempos criaram.

Mas o corpo hoje passa por um processo de semiotização, que não é só uma questão de publicidade ou de mídia, visto tratar-se de todo um processo de estruturação de um campo imenso de sentidos, que se situam nos espaços sutis das mudanças valorativas nas sociedades contemporâneas.

Com base nessa visão Peruzzolo,⁶⁷ afirma que

o espaço midiático é a instância por excelência da passagem e circulação dos sentidos sociais e, também da constituição de novos. Nele, o corpo humano tem se tornado signo, símbolo e discurso em numerosos processos de significação desencadeados nos acontecimentos comunicacionais.

A mídia na verdade é um conceito abstrato que só adquire sentido na relação dos sujeitos sociais com o mercado e suas tendências. É como se a imagem que o sujeito representa estivessem em sintonia com seus desejos, daí dizer-se que o midiático espelha o que o sujeito acredita que é, porque a mercadoria reflete o “eu”.

Quando aborda o “bios midiático”, como vínculo do sujeito que vive em sociedade, com a sua realidade, Muniz Sodré⁶⁸ diz que: “de qualquer forma a mídia reduz o discurso do real histórico ao que é possível dentro da superfície do espelho. É nessa redução da substância à sua imagem que há a transformação do mundo”. O que o estudioso da comunicação quer dizer é que o espelho reflete e ao mesmo tempo encerra a imagem em sua superfície rasa. Não tem profundidade de vida, e esse estar encerrado numa superfície rasa é a condição do homem no mundo midiático.

⁶⁷ PERUZZOLO, Adair. Op. cit., p. 14.

⁶⁸ SODRÉ, Muniz. A forma de vida da mídia. In: *Pesquisa Fasep*, entrevista de Mariluce Moura. Ago. 2002, p. 78.

Também a mercadoria é uma imagem, mas não qualquer uma como acentua Sodré:⁶⁹

mas a imagem como forma mais perfeita e acabada de mercadoria, pois o que seduz nela não é o “valor de uso”, mas, o valor de troca social que adquiriu e que é sígnico, ou seja, uma mercadoria que é tanto mais sedutora, sob o olhar do(s) outro(s) que a valoriza(m), inseridos que estão no mercado.

Mas, diante de todos esses avanços, o corpo espelha também o “medo”, sentimento humano, fundante da luta dos homens pela sobrevivência e catalizador de emoções fortes que inibem ou tornam os sujeitos mais passivos, agressores em potencial.

Na relação corpo–medo, os sujeitos sociais sentem na pele a fragilidade da espécie e os paradoxos nascem desta realidade e seu hibridismo, porque a mídia diz “compre jóias H. Stern” e as elites ascendentes compram e guardam em cofres de banco, por medo de serem “roubadas”. O medo faz com que o prazer não esteja mais no uso, mas no “ter”, na contemplação prazerosa do “eu tenho algo de valor”, então, “eu tenho poder”.

Não há como separar no contexto da atualidade, a mídia do medo, sobretudo em uma sociedade marcada por desigualdades, pois o “tênis NIKE” dos vencedores como a mídia mostra, na realidade não é de todos, é para os privilegiados que podem pagar por ele. Mas, diante da esfera do “global”, esse produto massificado na mídia pela publicidade, é também o sonho de consumo do “menino de rua”, que não tendo recursos para obtê-lo, rouba-o.

O medo na Pós–Modernidade se sofisticou e se a violência é hoje globalizada, para reconhecê-la basta ligar a TV e visualizar os horrores da guerra entre os Estados Unidos e o Iraque, como demonstram as imagens de horror que chegam aos recantos mais longínquos do planeta.

Porém, o que mais desperta a atenção atual para o binômio mídia/medo e talvez o aspecto mais patético do consumismo e do uso do corpo pela mídia seja a relação do corpo com a doença e o envelhecimento. Afinal, a mídia investe no corpo do momento, nos modelos

⁶⁹ SODRÉ, Muniz. Op. cit., p. 78.

esculturais e não nos corpos que já sofreram a ação do tempo. O medo está também aí, na mulher de 40 anos que já não tem a “pele dos 20 anos”, mas a experiência de mais vinte anos, e que de repente sente-se ameaçada por uma garota de vinte anos. Os recursos hoje são muitos e vão desde os cosméticos de última geração às cirurgias e técnicas sofisticadas de rejuvenescimento.

Esse medo do corpo que sofre a deteriorização natural do tempo e é deixado de lado pela mídia, que só enaltece o “belo” forjado na imagem cultural, torna-se também fonte de doenças como a “depressão”, a “anorexia”, as “síndromes” que nascem dos traumas e mudanças que o espírito sensível não suporta.

O corpo causa e efeito do mal estar que a Pós-Modernidade gerou, porque é ele que é exposto, é ele que retrata a identidade, pois mesmo sujeito aos efeitos externos, o corpo é multidimensional e em suas performances refletem as dores, os medos, as angústias, os prazeres da carne e do espírito.

Há nessa conexão, que tem a mídia como eixo das discussões entre medo, moda e a própria visão midiática nesse tempo-espaço, a concepção de que a moda atual depende da mídia, como uma das dimensões fundamentais da Pós-Modernidade.

Quando diz que “as identidades coletivas tomam formas corporais e são fortemente expressas por meio de uma estetização da superfície do corpo”.⁷⁰ As roupas são assim um prolongamento da pele e apresentam o “eu corpo”, que representa as dimensões do cultural, suas tendências e variações.

Para a autora citada, “a escolha das roupas e as modas corporais no Brasil fazem parte de uma construção simbólica da feminilidade, estreitamente ligada a sua construção corporal, sem distinção de classe, uma vez que é encontrada tanto nas mais favorecidas quanto naqueles em que o poder aquisitivo é mais “reduzido”.

⁷⁰ MALYSSE, Stéphane. Em busca dos (H) alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, Miriam. *Nu e vestido*. São Paulo: Record, 2002, p. 107.

A referência ao filme “Funky Rio”, de Sérgio Goldemberg,⁷¹ em que as meninas da favela escolhem suas roupas segundo a lógica “quanto mais apertado mais sexy e sensual”, antes de sair para os bailes funks. O mesmo ocorre nas academias de ginástica com as roupas esportivas, compradas pelas elites que vivem fazendo do regime o caminho para entrar em roupas colantes e apertadas.

As roupas femininas nesses tempos paradoxais buscam acentuar o corpo e partes dele, sugerindo transparências, que moldam as silhuetas e entre os jovens, o charme do umbigo, com piercing aparecendo.

Segundo reportagem de Leticia de Castro⁷² para a Revista VEJA:

Os quarentões e cinquentões de hoje não se comportam como os de tempos atrás. Usam roupas descontraídas, praticam esportes radicais, consomem produtos de beleza, recorrem à ginástica e até à plástica. Sonham manter, pelo máximo de tempo, o corpo em forma. Pais e filhos usam o mesmo tênis e mães e adolescentes as mesmas roupas.

Essa realidade demonstra que o corpo é cultural e que os valores de uma sociedade em permanente mudança, acabam por alterar padrões comportamentais, atitudes frente a um mundo e estilos de vida.

2.5 FETICHE, CULTURA E ESTILO DE VIDA

O fetiche dentro de suas múltiplas significações é um termo cuja origem é bastante antiga, e adquire na contemporaneidade novos sentidos, devido à importância atribuída às imagens na sociedade do espetáculo. O corpo torna-se o lugar dos desejos mais hilários e da roupa, o acessório necessário às representações da sedução extrema, de pulsões que se

⁷¹ GOLDEMBERG, Sérgio; GOLDEMBERG, Miriam (org.). Op. cit., p. 111.

⁷² CASTRO, Leticia. A geração é outra. A roupa é a mesma. *Revista VEJA*, set. 2001, p. 83.

materializam externamente e configurando pensamentos conscientes e inconscientes em visibilidades.

Para Valerie Steele,⁷³ “a palavra fetiche tem um duplo significado, denotando um encanto mágico e também uma fabricação, um artefato, um trabalho de aparências e sinais”. O discurso original sobre fetichismo era na verdade religioso e antropológico e no início do século XIX, o emprego do termo “fetiche” era empregado para qualquer coisa que fosse irracionalmente adorada, a exemplo das religiões bárbaras, de pessoas que adoravam “ídolos de madeira e barro”.

Também Karl Marx contribuiu para a interpretação da palavra “fetiche” ao usar a frase “fetichismo de produto”, analisando conforme sinaliza Steele⁷⁴ “como falsa consciência e alienação, que encontra gratificações espúrias no consumo”. Segundo a autora, Alfred Binet⁷⁵ é o primeiro a usar o termo no seu sentido psicológico moderno conectado às práticas do “sadismo”, “masoquismo” etc.

Hoje, concepções variadas, alteram e ganham novas significações e ressignificações, nos seus cruzamentos. No momento contemporâneo, o “fetiche” tem ganho destaque na construção cultural da sexualidade, fazendo do corpo o lugar da representatividade de desejos muitas vezes inconscientes, que aparecem na vida dos sujeitos em “insights” que vão dar o tom, do estilo de vida.

Por fim, no que se refere aos aspectos conceituais, Steele,⁷⁶ ainda cita um conceito datado do século XIX de Richard Von Krafft-Ebing, o fetichismo pode ser visto como “a associação de desejo ardente com a idéia de certas partes da pessoa feminina, ou certos artigos do vestuário feminino”. Logo, assiste-se hoje aos fetiches, como o dos homens que são

⁷³ STEELE, Valerie. *Fetichismo: moda e poder*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p. 27.

⁷⁴ Idem, *ibidem*, p. 15.

⁷⁵ BINET, Alfred. In: STEELE, Valerie. Op. cit., p. 197.

⁷⁶ STEELE, Valerie. Op. cit., p. 19.

atraídos por pés, sapatos altos, unhas vermelhas, pernas com meias finas e outros mais hilários.

É como se o fetiche desencadeasse uma onda de desejos latentes e prazer, só no olhar, na imagem que se comunica automaticamente com a “libido” que significa a energia sexual que move os desejos humanos e a própria vida.

Mas é nesse espaço-tempo denominado de “Pós-Modernidade” que o fetiche aparece como objeto de investigação ligado à comunicação, pois à época dos libertinos, o fetiche faz parte de um tempo espaço cerimonial.

A velocidade da comunicação contemporânea efetua uma fetichização da imagem, dos objetos que substituem todo um processo de significação. Compra-se a marca, compra-se um valor, um estilo, um sentido. Tal leitura segundo Villaça⁷⁷ não precisa entretanto ser necessariamente negativa, podendo suscitar pelas negociações lúdicas, os objetos que se identificam com diferentes grupos e desejos, um reencantamento de cunho antropológico.

A autora, ao abordar a moda nesse novo contexto cultural, fala do cenário pós-moderno, como lugar dos fetiches.

A velocidade da circulação das imagens hoje provoca discussões sobre a crise da representação, das crenças, dos projetos e dos fundamentos, e a valorização do corpo e seu modo de se apresentar na busca de uma identidade social neste momento de comunicação global. A moda surge como fator determinante de aceleração das imagens. Torna-se veículo, por excelência, do prognóstico que Calvino sugeriu para o próximo milênio: leveza, rapidez, exatidão, visibilidade, multiplicidade. Num incessante deslocamento de valores, esta capacidade de tudo transformar em objeto de consumo faz com que mercado e moda estejam sempre mais ligados.

O fetiche tem assim, sua própria moda, com espartilhos, sapatos altíssimos, cores preta e prateada, acessórios os mais exdrúxulos como correntes, chicotes, acompanhando as roupas que sofrem alterações, conforme o gosto e a ousadia de seus usuários. A idéia é sempre de

⁷⁷ VILLAÇA, Nízia. *Em pauta: corpo, globalização e novas tecnologias*. Rio de Janeiro: Mauad/CNPQ, 1999, p. 57.

natureza sexual, provocar prazer, seduzir pela imagem, criar ilusões, que refletem fantasias inconscientes.

Quando Baudrillard⁷⁸ comenta que “a moda é uma construção que compete com o corpo”, de certa forma em sentido metafórico representa a “morte do corpo original” e a imposição do seu revestimento substituto, a moda. Esse dado é interessante porque traduz a visão que se tem hoje do “fetiche” e de sua presença nos meios de comunicação que lançam mão do jogo virtual das imagens para atrair os consumidores. A idéia de “fetiche” como reafirma Villaça⁷⁹ “enquanto substituição do corpo, enquanto anulação do corpo, coisificação, é amplamente usada pela mídia e as novas tecnologias que a produzem”.

Na verdade essas tecnologias que produzem uma “arte” bastante discutível, mas que independentemente das posições críticas, refletem a criatividade dos novos arquitetos das imagens na pós-modernidade, não podem ser negadas como cultura desses novos tempos. Quem não se encanta com os detalhes dos corpos nus, dos detalhes fragmentados de pernas e braços, posições sedutoras, das múltiplas aberturas dos programas e novelas por Hans Donner? Observando muitas delas, sobretudo as que usam acessórios, são puro fetiche.

É comum nas propagandas publicitárias, a presença do erotismo e o apelo aos fetiches com um toque de mistério voyeurismo nas imagens.

Um pé de sapato com uma mulher calçando bem devagar uma meia preta e, com a câmara em foco nos seus pés e parte da perna, sem contudo ver-se o rosto, traduz o “fetiche”, usado como forma de sedução para o consumidor.

Freud dizia que o fetiche é positivo quando facilita o trânsito com o corpo total do outro. Ora o que se é hoje é muito mais o fragmento pelo fragmento e a câmara do publicitário e dita partes do corpo, elementos que criam peças de sedução.

⁷⁸ BAUDRILLARD, Jean. In: VILLAÇA, Nízia. Op. cit., p. 65.

⁷⁹ VILLAÇA, Nízia. Op. cit., p. 57.

Quando fala do exemplo do pintor Volodia, que se fazia substituir por objetos-fetiche e personagens que entravam em seu ateliê, Villaça⁸⁰ comenta que “a relação indicada pelo corpo do outro inaugura uma diferença irreduzível entre o que se mostrava e o que se escondia.” Era este processo de encobrimento e desvelamento” que Anne Walter⁸¹ narra como processo masoquista: “o encanto das metamorfoses — torno-me outra pessoa nestes quadros: vista por dentro, meditada, amada. Eu não sei quem sou, Volodia o descobre pouco a pouco.” Nesse caso é a arte que realiza a passagem entre o interior e o exterior de um corpo.

O fetiche revela-se como uma mediação para a consecução de desejos inconscientes, usado de forma singular pela mídia que tem em comum com os fetiches, a intenção de seduzir e dar prazer ao outro.

⁸⁰ VILLAÇA, Nízia. *O sadomasoquismo em dois tempos*. Lugar Comum: estudos de mídia, cultura e democracia. NEPCOM/CNPQ, set/dez. 2000, p. 36.

⁸¹ WALTER, Anne. In. VILLAÇA, Nízia. *Idem*, ibidem, p. 36.

3 O ESPAÇO DAS DIFERENÇAS E A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO CORPORAL

3.1 NARCISISMO PÓS-MODERNO: UMA CRIAÇÃO DA MÍDIA (PUNKS, MODELOS, HOMEM FEMININO, ETC.)

*“(...) no espelho amargo
Que demônios, com sua manha sutil
Erguem diante de nós ao passarmos (...)
Pois tudo recai na esterilidade
No espelho opaco por demônios erguido.
O espelho do fastio das exterioridades
Criado quando Deus dormia em tempos idos”.*
(W. B. Yeats “The Two Trees”)

Analisando o capítulo anterior, a cultura do fetiche na comunicação contemporânea relacionando à produção do sentido corporal passa-se a discutir o processo de esvaziamento semântico no narcisismo contemporâneo. Será feito um percurso que inclui o sentido corporal na atualidade indo em direção da dinâmica diferença/alteridade no momento contemporâneo.

A epígrafe em destaque refere-se ao mito de Narciso, bem como à sua rendição aos demônios da auto-contemplação, da exterioridade refletida no espelho que transforma o “eu” em “eu patológico”, a admiração de si, em não-visibilidade do outro, alcançando na pós-modernidade configurações variadas, que refletem as relações entre o “eu” e o “meio”, tendo por mediação na construção dos sujeitos, na mídia como construção dos meios de comunicação de massa.

Diversos autores tratam do tema narcisismo ligado à questão do objeto de estudo desse trabalho, o corpo, tendo em vista que esses tempos do agora, traduzem as representações de um individualismo exacerbado, bem diferente do cuidado em si de estilos de vida que estão historicamente presentes em épocas recentes.

Santaella⁸² fala do mito de Narciso, de seu processo de sedução pela imagem, visto que ele não consegue ver na sua imagem, o outro, mas sim, a si mesmo, (co)fundindo a representação com ele próprio. É ela quem diz:

Narciso se esquece de si porque confunde sua imagem, um signo do “eu”, com o próprio eu. Aliena-se no signo, toma a imagem por realidade e desvanece como objeto, isto é, como realidade que, fora da imagem, determina a imagem. Logo, não consegue descobrir a brecha da diferença entre o próprio eu, este que avança no fluxo da vida, e a imagem (representação).

Assim, na leitura de Santaella fica claro, que Narciso se perde em si mesmo, por não conseguir perceber a imagem como outro “eu”, isto é, fragmento especial e incompleto que, como toda imagem, pode estar no lugar do “eu” substituí-lo, representá-lo, sem que no entanto possa ser o “eu”.

O mito de Narciso remete a um texto clássico da literatura, “O Retrato de Dorian Gray”, de Oscar Wilde, que conta a história de um jovem que faz um pacto com o diabo, para manter a beleza e a juventude, e cujo retrato vai registrando as marcas viciosas de sua vida. Assim, mantinha a aparência, que lhe dava a exterioridade da beleza, da imagem projetada, enquanto apodrecia por dentro. Assim como Narciso, Dorian Gray sustentava sua identidade na imagem, representação e não realidade.

Esforços em torno do capital cultural corporal tem sua base na identificação narcísica. Se Narciso morreu bêbado de sua beleza, hoje se move pela beleza do outro, que cada um antecipadamente se torna. Há nesse contexto um apagamento tanto do eu quanto do outro, que

⁸² SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996, p. 63.

segundo Frank pode encontrar uma saída na dialética eu/outro, pelo conceito de corpo comunicativo.

Villaça,⁸³ esclarece essa visão frankiana quando diz:

A formação da auto-imagem por meio do consumo, como acentuam Featherstone, Giddens ou Canclini, não implica necessariamente uma passividade, nem o apagamento da vida coletiva e pode propiciar o aparecimento do que Frank nomeia corpo comunicativo.

Entre os autores que tratam do narcisismo na contemporaneidade, pode-se citar Sennett⁸⁴ quando este diz que “o narcisismo é uma preocupação com o “eu” que impede o indivíduo de estabelecer fronteiras válidas entre o “eu” e os mundos exteriores.”

Sennett defende ainda a tese de que a difusão do narcisismo é uma decorrência da morte do espaço público, ocupado atualmente por uma cultura urbana, pelo capitalismo que cria consumidores, que têm necessidades diferenciadas e cultivadas pelo mercado, através de suas estratégias de estimulação que afetam de imediato as sensações e as percepções. Assim, a personalidade em seu sentido freudiano, substituí como comenta o autor, o caráter natural, antiga crença iluminista.

Críticas à parte, as contribuições de Sennett se aproximam das de outro autor, no caso Christopher Lasch,⁸⁵ que de certa forma radicaliza sua posição ao relacionar o narcisismo à vida pós-moderna, comentando que as pessoas diante do caos da vida contemporânea tendem por uma questão de sobrevivência a privatizarem-se, buscando o auto-aperfeiçoamento psíquico e corporal.

No momento em que co-relaciona as idéias de Sennett e Lasch, Giddens⁸⁶ afirma que “ambos consideram que o narcisismo se refere tanto ao auto-ódio, quanto à auto-admiração”,

⁸³ VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998, p. 51.

⁸⁴ SENNETT, Richard. A decadência do homem público. In: GIDDENS, Anthony. Op. Cit., p. 158.

⁸⁵ LASCH, Christopher. *The Culture of Narcisism*. Londres: Abacus, 1980.

⁸⁶ GIDDENS, Anthony. Op cit., p. 159.

tecendo algumas críticas a esses autores, cujas posições ele considera de certo modo, reducionistas da concepção que se tem hoje, da relação entre o “eu” e o corpo. Para Giddens⁸⁷ a história de Narciso diz respeito “à sua admiração por sua própria aparência, e na maioria das discussões do narcisismo como traço ou tipo de personalidade a relação do indivíduo com a aparência corporal tem sido, apropriadamente vista como fundamental.”

Assim, como completa Breton⁸⁸ a relação do indivíduo com seu corpo ocorre sob à égide do domínio de si. O homem contemporâneo é convidado a construir o corpo, conservar a forma, modelar sua aparência, ocultar o envelhecimento ou a fragilidade, manter sua saúde “pretencial”. Na verdade é pelo corpo que os sujeitos desse tempo-espaço pós-moderno são julgados e é em nome dele que se cometem grandes auto-violações, daí Breton⁸⁹ concluir que “o corpo tornou-se um empreendimento a ser administrado da melhor maneira possível no interesse do sujeito e de seu sentimento de estética”, sendo possível uma forma de narcisismo positivo, pela expressão foucaultiana do “cuidado de si”.

Os “punks” conforme comentário de Castilho e Galvão⁹⁰ surgiram “inspirados nos bikers e nos rastafaris, especialmente na música de David Bowie, que freqüentemente se reportava ao tema da decadência social, grupos roqueiros londrinos, frustrados com os sistemas de tradição cultural inglesa, apareceram em cena em janeiro de 1976 no The New York Express.

O que caracterizava esses jovens que iniciaram o movimento que tomou conta do mundo, inicialmente como uma manifestação rebelde contra os padrões vigentes, é o fato de que eles adotavam uma atitude pervertida e ao invés de cantar, cuspiam, gritavam e profanavam imagens religiosas daquela cultura.

⁸⁷ GIDDENS, Anthony. Op. cit., p. 164.

⁸⁸ LE BRETON, David. Op. cit., p. 31.

⁸⁹ Idem Ibidem, p. 32.

⁹⁰ CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. *A moda do corpo, o corpo da moda*. São Paulo: Editora Esfera, 2002, p. 184.

Porém, o que mais chamava a atenção era a apresentação corporal: vestiam veludo preto, luvas, correntes e anéis em proporções exageradas, jóias de prata à moda de drácula roupas de couro escarlate ou emborrachada, rasgadas, pintadas, desbotadas e adornadas com fotos de líderes ativistas e símbolos de ideologias políticas. Cabelos descoloridos ou supercoloridos, pintados em forma de aura ou estrela.

Para completar esse visual, os “punks” faziam queimaduras com cigarro no corpo, pinturas na cabeça, tatuagens em excesso, muitas delas com caveira e imagens obscenas. Na verdade, ao produzirem formas de adorno corporal não convencional para a época e violando tabus sexuais e religiosos, esses jovens buscavam fazer a crítica da moral, da ética e da estética, numa espécie de controle sobre o corpo e desfiguração da corporeidade natural; como forma de protesto contra a sociedade burguesa e seus padrões.

Como um projeto auto-reflexivo de identidade, o corpo hoje ganha novos sentidos, sendo o corpo narcísico, um desses aspectos mais evidentes, uma vez que a mídia, com suas representações estereotipadas exerce sobre os homens, uma pressão muitas vezes inconsciente, da qual ele não se dá conta, em razão, da “roda-viva” da vida contemporânea. Isto faz na verdade, com que o termo narcisismo adquira também novos contornos, pois visto em alguns momentos como uma patologia, ele é também um mecanismo de auto-defesa contra um mundo que enquadra a tudo e a todos. Ser diferente ou acreditar-se diferente, é também sentir-se igual aos demais, em tempos de niilismo, no qual o que vira moda para todos, tende a ser rompido pelo novo. Conforme sinaliza Giddens⁹¹ “a dinâmica central do narcisismo, pode ser a vergonha no lugar da culpa”, por isso os sentimentos alternados de impotência e desimportância com que o narcisista precisa lidar, soam como respostas a uma auto-imagem frágil, suscetível de esmagamento pela vergonha.

⁹¹ GIDDENS, Anthony. Op. cit., p. 165.

Assim, é a menina que cedo sente-se alvo do preconceito por fugir aos padrões culturais em voga, seja por questões econômicas ou mesmo religiosas e que muitas vezes forja uma identidade falsa, para sucumbir aos demônios da mídia. A Pós-Modernidade tem hoje, uma avalanche de meios, estratégias e procedimentos que incutem, seduzem, estimulam exterioridades que na visão narcísica satisfazem os: “eu(s)”, carentes de afirmação e de estabilidade estético-corporal em um mundo de “incertezas” e “descartes”.

Um exemplo desse narcisismo pós-moderno está nos “body-builders” que formam um grupo cada vez maior de homens em maior número e também representantes do gênero feminino, que se voltam para o próprio corpo, fazendo do “corpo” musculoso e aparentemente forte, o retrato de um “estilo de vida”. Conforme comentário de Sant’Anna⁹² “os body-builder” destacam-se por sua forma de andar: braços afastados, cabeça enfiada no pescoço, peito abaulado, rigidez, balanço mecânico. Ele não anda; ele conduz seu corpo exibindo-o como objeto imponente. O músculo marca, impõe uma identidade, que traz em si uma área de poder. Sua presença nos Estados Unidos é o exemplo de um mercado que cria a mídia e se sustenta economicamente através dela.

O “eu” narcísico desse personagem da contemporaneidade revela de certa forma a tese de Giddens de que a fragilidade como traço de subjetivação, gera seu oposto na busca da auto-identidade.

A marca da desconstrução na pós-modernidade, que faz com que os sujeitos históricos percam suas identidades quando os valores de um tempo no qual se constituíram, começa a deteriorar, afetando sobretudo a auto-imagem dos sujeitos. Nesse sentido, o narcisismo, em seu aspecto de positivação da identidade, tem sofrido múltiplos reveses, principalmente em razão desse processo de desconfiguração do(s) eu(s) nesse tempo-espço.

⁹² SANT’ANNA, Denise Bernuzzi. *Políticas do Corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 85.

Por outro aspecto nesse tempo de paradoxos, resgatar o sentido positivo do mito de Narciso tem sido a saída, mas os perigos da opção por um caminho que leve à exacerbação narcísica gerando uma patologia, acaba por criar situações, como aquelas vivenciadas pelos que adoecem de anorexia.

Uma decepção amorosa, uma mudança de emprego, a ausência de opções diante do desemprego, um sentimento de rejeição, podem levar às mais diversas reações, visto ser esse sujeito complexo, uma identidade que no contexto atual pode desintegrar-se e integrar-se. Essas situações concretas que atravessam os homens nesses tempos de pós-humanismos, tem muito de narcisismo e como comenta Pierre Jeudy,⁹³ a tecnociência e seus brinquedos eletrônicos “o prazer narcísico não tem mais a mesma finalidade de quando se ligava ao jogo espetacular dos desdobramentos e das reduplicações corporais, que hoje, já não tem mais sentido, tornando-se exclusivamente experimental.” O autor questiona o fato dos jogos das imagens digitais e a criação de realidades virtuais, se constituírem na própria negação do fundamento do narcísico?

Jeudy comenta que uma nova ordem tecno-científica-espetacular se impôs, levando ao abandono do sentido original do mito. Na verdade, surge uma nova forma de idealização, abstrata sem referência com o corpo real que se deteriora, adocece, envelhece. Narciso, como bem diz Caetano “acha feio o que não é espelho”, mas a desconstrução do mito reverte as palavras do poeta, que na paráfrase diria “Narciso acha feio, o que é espelho”, que reflete suas rugas e sua melancolia, sua humanidade. Hoje, ele preferiria o ideal à imagem perfeita, refletindo-se nela, iludindo-se e para alguns vivendo a mentira desses tempos que de certa forma obrigam os sujeitos a forjarem imagens e criarem outros “eus”, como forma de sobrevivência no mundo em que a estética está nas metamorfoses corporais.

⁹³ JEUDY, Henri-Pierre. Op. cit., p. 169.

Mas é Serres⁹⁴ quem realiza uma leitura diferenciada do Narciso, quando diz que a consciência de sua humanidade, é a desgraça que anuncia o seu fim, afirmando: “O esquecimento alivia o que a consciência torna inflexível. De tanto olhar para si mesmo, Narciso isola-se, ou seja, diminui seus movimentos, e se torna mentalmente melancólico. Eduquem os que são considerados ineptos para que percam a consciência.”

De certa forma as palavras de Serres levam à reflexão do que os meios de comunicação de massas fazem hoje com os homens e, sobretudo com os jovens, levando-os a inconsciência de seus próprios corpos, para levar até eles a imagem perfeita, ou seja, àquela que alimentará o “eu” dos consumidores, que tudo farão para alcançar esse ideal.

Villaça⁹⁵ ao comentar a metáfora das tribos, aos quais os jovens do mundo atual se integram em busca de uma identidade, que é porta de entrada para o mundo pós-moderno, cita Maffesoli quando este

combate a idéia do individualismo contemporâneo, seu desdobramento, narcísico ou o fim do espaço público a partir do desaparecimento dos grandes ideais, acentuando o aspecto indefinido e confusional da “socialidade” pelo qual as tribos aparecem como nebulosas de pequenas entidades locais.

O hibridismo aí se manifesta, no mito de Narciso, que hoje busca espelhar-se em novas imagens, visto que a sua, não lhe basta, em razão da cultura desses tempos pós-modernos, desconstrutores por sua própria natureza. Assim os punks, com sua postura e aparência que promovem rupturas com o modelo-padrão dos jovens, pois ao se tatuarem, pintarem os cabelos arrepiados e com cortes assimétricos, vestirem-se diferentemente das tendências do seu tempo, eles estão cumprindo o ritual, podendo ser comparados aos rituais originais e por quê não narcísicos, de povos ancestrais que a Antropologia, estuda.

⁹⁴ SERRES, Michel. *Variações sobre o corpo*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004, p. 43.

⁹⁵ VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Op. cit., p. 151.

Desta forma ocorre é o processo de desconstrução do machismo, pelo viés do feminino, pois cada vez mais os homens vão às academias, cuidam do corpo, usam cosméticos, redefinem suas posturas, criando em torno do masculino uma nova estética, sem que isto signifique a perda da virilidade masculina.

Nessas metamorfoses, o “eu” narcísico se faz presença na auto-admiração, nas performances, na busca de ideais corpóreos, provisórios como a vida, os valores contemporâneos, as alianças. O que esse tempo tem de instigante é a possibilidade de não se ter que morrer contemplando a imagem do espelho e quem sabe forjar uma imagem que una o real e o ideal imaginado, dando-lhe um sentido de felicidade no contemplar-se a si mesmo.

3.2 O CORPO MIDIÁTICO: MUDANÇAS DE GÊNERO E CICLOS EVOLUTIVOS DA VIDA

As abordagens culturais sobre o corpo, envolvem no contexto contemporâneo as formas de comunicação, seus instrumentos, suas mediações, suas tendências e avanços. A mídia ou mídias são os conceitos que melhor representam a força dos veículos de massa, com sua linguagem imediata, para atingir os consumidores de forma incontestável.

Quando fala em mídia Santaella⁹⁶ afirma que o termo no Brasil construiu-se a partir de ambigüidades e que: “a origem do termo é latina, *medium* (singular) e *media* (plural) que querem dizer meio, meios. Em inglês, os termos são usados para designar um meio (*medium*) e os meios (*media*) de comunicação, pronunciando-se ‘*midium*’ e ‘*midia*’ ”. Nos dias atuais, o uso de “mídia” ou “mídias”, diz respeito ao produto dos chamados meios de comunicação de massa, que através do intercâmbio, fricções e misturas entre os meios que produzem valores, crenças idéias, modos e estilos de vida, visões, representações variadas que correspondem a uma cultura informacional e/ou midiática.

⁹⁶ SANTAELLA, Lúcia. Op. cit, p. 24.

É a mídia com seu apelo comunicacional que vai possibilitar as ressignificações das concepções já cristalizadas, promovendo rupturas e dinamizando no sentido de atualização, idéias e conceitos que o espaço-tempo contemporâneo criou através do processo de transformação. É a partir desse movimento que as narrativas midiáticas vão apresentar o adolescente, o velho, a mulher, o homem sob o ponto de vista cultural, do corpo e dos seus significados.

Hoje, segundo Durand,⁹⁷ existe “um cruzamento paradoxal de duas linguagens que influenciam sobremaneira as narrativas das mídias: a racionalista, com um viés tecnológico e a explosão das imagens”, que ele vê como efeito perverso da ciência. Villaça⁹⁸ vai um pouco além das palavras de Durand, quando diz que

o hábito da alteração do corpo, comum a várias culturais atinge hoje seu ápice, desestabilizando categorias tradicionais como homem/mulher, tornando o ser humano um ser mutante, um corpo virtual, e interferindo até mesmo em sua estrutura química.

3.2.1 A Marca da Juventude

Dentro desta tendência metamórfica estão as considerações e os propósitos do mundo do adolescente. No contexto da comunicação contemporânea, no âmbito da sociedade de consumo o adolescente é o alvo.

Entre as estratégias de construção do imaginário, o jovem contemporâneo apresenta uma intimidade com as novas tecnologias e, portanto, com as mídias eletrônicas. Sobre isso, edição especial sobre “Jovens” da Revista VEJA,⁹⁹ em seu editorial oferece aos leitores um retrato da juventude dos tempos pós-modernos:

⁹⁷ DURAND, Gilbert. IN: VILLAÇA, Nízia. *Em pauta: corpo, globalização e novas tecnologias*. Op. cit, p. 32.

⁹⁸ Idem, ibidem.

⁹⁹ KOSTMAN, Ariel. A Geração Z. *VEJA ESPECIAL JOVENS*. São Paulo: Abril Cultural, ano 34, n. 38, 2001, p. 15.

Os adolescentes da metade dos anos 90 eram consumistas, mas não de roupas, e sim de traquinagens eletrônicas. Agora, começa-se a falar na Geração Z, que engloba os nascidos em meados da década de 80. A grande nuance dessa geração é zapear. Daí o Z. Em comum, essa juventude muda de um canal para outro na televisão. Vai da Internet para o telefone, do telefone para o vídeo e retorna novamente à Internet. Também troca de uma visão de mundo para outra, na vida.

Todas essas novas experiências acabam por refletir-se no corpo, nas suas mais variadas representações, pois se os jovens hoje estão mais conscientes da realidade, conforme revela a pesquisa da VEJA, a mídia fez com que a visão do corpo passasse a ser associada à moda, a um estilo de vida, que na multiplicidade dos modelos apresentados, cria um novo perfil, no qual a imagem corporal tem papel fundamental na inserção do jovem na “turma”, no meio, ou seja, na sua classe social, assim como na formação da auto-imagem, que vai fazer a ponte para a construção da imagem.

O corpo do adolescente refletido nas mídias assim como estas que são influenciadas pelos adolescentes, interage revelando novos contornos corporais, que sob o olhar da Comunicação espelham o espaço-tempo e tudo que o atravessa na contemporaneidade.

As marcas globais de certa forma forjam o mercado, impedindo muitas vezes que o adolescente crie seu próprio estilo, mas como afirma Tânia Zagury¹⁰⁰ uma especialista no estudo dos jovens, “pelo momento em que vivem, eles sempre encontram uma brecha para romper com o padrão e adaptar o modismo as suas necessidades, interesses, desejos, classe social”. Contudo, não há como negar que tratando-se do corpo adolescente, os exageros são inevitáveis. Técnicas publicitárias trabalham freqüentemente em controle sutil que podem levar o jovem a violentar seu próprio corpo.

Doenças raras até bem pouco tempo, atualmente constituem-se em praticamente um problema de saúde pública, como são os casos de anorexia e bulimia, cada vez mais intensas entre os jovens, conforme sinaliza o psiquiatra Táki Cordás em reportagem da VEJA

¹⁰⁰ ZAGURY, Tânia. *Quem ama, educa*. São Paulo: Record, 2002, p. 53.

Especial,¹⁰¹ acrescentando que hoje o número de jovens que se submetem a cirurgias de busto, lipoaspiração e outras ampliou-se.

Mas, o contexto no qual os jovens vivem atualmente é também determinante na construção da auto-imagem, o coração bate, o corpo fala uma linguagem subjetiva, significada pela leitura do outro, a mente falha diante de sensações fortes demais, para serem bloqueadas pela razão. A Pós-Modernidade ao fragmentar o corpo, desumaniza-o e o viola com seus padrões e estereótipos, fazendo da imagem o carro chefe da ascensão ou queda dos sujeitos sociais nas cadeias sem grades que é a metáfora da vida dos adolescentes nas grandes cidades.

Com a perda do espaço público, diante da violência e do aprisionamento na privacidade do lar, muitas vezes um minúsculo apartamento ou casas em condomínios fechados e até casebres nas favelas, onde vivem assustados ou tentados pelo tráfico, os adolescentes da cidade grande, de certa forma vivem confinados, em um mundo no qual a tecnologia através da rede mundial, a Internet, cria um espaço social novo, chamado de ciberespaço, virtual e que preenche de forma diferenciada relações que não se dão face a face.

Consumidor da mídia que apresentam o corpo ideal, o homem preocupa-se de forma exagerada com o corpo que reflete a sociedade que tem no “mercado” sua referência e, de acordo com Breton,¹⁰² de novas realidades que fazem com que “o extremo contemporâneo erige o corpo como realidade em si, como simulacro do homem, por meio do qual é avaliada a qualidade de sua presença e no qual ele mesmo ostenta a imagem que pretende dar aos outros.” Breton complementa “é por seu corpo que você é julgado e classificado”, diz o discurso das nossas sociedades contemporâneas.

Para o adolescente que vive um processo de busca de identidade, os “ícones corporais” veiculados pela mídia como padrões de corpo ideal, acabam por impor um parâmetro que

¹⁰¹ CORDÁS, Táki. A paranóia do corpo, reportagem de CASTRO. In: VEJA ESPECIAL JOVENS, São Paulo: Abril Cultural, ano 34, n. 38, set. 2001, p. 71.

¹⁰² LE BRETON, David. Op. cit, p. 31.

passa a ser buscado a qualquer custo, seja por meio de artifícios — acessórios estranhos e primitivos como o peircing — ou por meio de invasão, com cirurgias reparadoras.

O corpo é para o jovem um ponto de identidade, uma referência para as demandas da sociedade complexa e midiática, que pretende formar consumidores para o futuro próximo. Assim, na busca de uma nova significação, o corpo acaba por representar as fragmentações que cria, através das mediações comunicacionais desse novo tempo-espço, o cenário de uma realidade simbólica, que tem um duplo aspecto, ou seja, sua face alienante e sua face de possibilidade de um novo olhar, que abre espaços para uma rehumanização.

3.2.2 A Narração da Velhice

Não só os jovens, como também os velhos, e, talvez aqueles muito mais convivem com as agrúrias do corpo que se transforma no tempo-espço das culturas e das tendências filosóficas, sociológicas, lingüísticas e suas imagens e narrativas. Porém, nesse tempo histórico em que o medo da morte é latente, a velhice significa a proximidade da morte, ou seja, a trágica condição de que o tempo é inexorável nas marcas que deixa no corpo, imagem de uma escrita sem retorno e, que apesar dos artifícios científicos e tecnológicos, continua sendo registrada no tempo.

Essa imagem que tem um enorme valor na contemporaneidade reflete-se na mídia gerando um duplo olhar: o velho como representação da experiência, com suas marcas que excluem e o velho, como consumidor de produtos de rejuvenescimento, que vão dos cosméticos, passando pelos remédios e pelos produtos alimentícios. Conforme sinalizam alguns teóricos pós-modernos,

envelhecer é doloroso em uma sociedade que associa o sucesso à juventude, ou seja, que vê no “corpo perfeito”, mesmo que impossível mas como “ideal”, a possibilidade de “felicidade”, “sucesso”, prazer, deixando de lado a experiência de vida, como valor que só serve para quem já perdeu a juventude.

Villaça¹⁰³ quando comenta as categorias que explicam em parte, a velhice, fala de uma hierarquia simbólica que se apresenta em primeiro plano pela categoria dos velhos que transitam nos corredores dos hospitais em busca de remédios inexistentes daqueles que jazem catatônicos em asilos e daqueles cuja discriminação, mais sutil, se expressa pelo isolamento no próprio ambiente familiar.

Esses velhos correspondem “no plano do corpo social macro aos exorbitados da produção e do consumo que já não constituem nem o 3º mundo, mas são resto e lixo”.¹⁰⁴

Quanto à segunda categoria, refere-se aos velhos programados, sendo própria da sociedade de consumo. Eles correspondem aos aposentados com boa renda, público alvo de uma série de campanhas, como a dos remédios contra a impotência, a calvice, os males do coração, assim como energéticos de todos os tipos. Esses velhos programados, constituem um importante segmento para o mercado.

A terceira e última categoria apresentada por Villaça é a dos velhos autogerenciados, caracterizados como aqueles que “buscam uma negociação entre as imposições da sociedade de consumo para a terceira idade e os movimentos de discriminação dos velhos em locais fechados.”¹⁰⁵

Na verdade, o que se percebe atualmente na sociedade brasileira é a tendência a novas subjetivações da velhice, ou seja, um outro lado no qual o velho vai ganhando espaço social, pelos movimentos sociais de 3ª idade, até pouco tempo atrás inexistentes. Programas assistenciais, ONGs e até mesmo grupos comunitários investem na velhice, reconhecendo que é necessário negociar com o idoso, em benefício da paz social.

O universo semiótico produtor de subjetividades, tem ainda pela frente um grande desafio que é o de encontrar signos que, não só criem a ilusão de juventude, mas preparem os

¹⁰³ VILLAÇA, Nízia. *Em pauta: corpo, globalização e novas tecnologias*. Op. cit, p. 77.

¹⁰⁴ Idem, *ibidem*.

¹⁰⁵ Idem, *ibidem*.

seres humanos para a aceitação de sua condição essencial, de finitude e temporalidade; enfim para prepará-lo para a única certeza da espécie humana, a morte.

Gabriel Garcia Marques, o escritor colombiano, representa o drama da velhice em “O Outono do Patriarca”, quando o velho rei passa a refletir sua existência diante do inexorável, a perda de energia, de poder e o processo de humanização que a consciência da velhice instaura.

O corpo é um texto e como dizem os poetas, não há “como esconder do olhar dos velhos o cansaço que a alma carrega,”¹⁰⁶ por isso de nada adiantam os subterfúgios das técnicas de rejuvenescimento, quando o tempo se revela implacável com seu texto original.

Henri-Pierre Jeudy¹⁰⁷ comenta a esse respeito:

Que a pele do corpo possa tornar-se um texto confirma o fato de uma exibição involuntária. As proezas desenvolvidas para disfarçar essa fatalidade de uma revelação provam que esse modo de exibição não é procurado, que ele se impõe ao olhar e parece dizer sempre demasiado em relação ao que imaginamos ser.

Assim sendo, a pele como parte desse texto que é o corpo, trai, porque desvela-se ao outro, no seu processo de decadência corporal, na sua obscenidade, que para os padrões pós-modernos surge como sinônimo do que é o oposto ao belo. Essa estética que caracteriza a velhice, no mundo midiático é algo que gera as mais diversas reações, pois na sociedade que cultua o belo forjado, muitas vezes pelo bisturi, ficar velho na aparência externa, tornou-se quase que praticamente uma opção pessoal.

Mas, sob o ponto de vista das representações sociais, a velhice revela-se na contemporaneidade como uma espécie de “peso”, pois há no imaginário social, uma tácita negação, representada em seus múltiplos sentidos, pela complascência, pela inevitável aceitação, por um sentimento que é mistura de compaixão e solidariedade por aqueles que um dia foram jovens. Que outra etapa da evolução da vida obriga legalmente as pessoas a cuidarem dos seus parentes consangüíneos? A velhice na verdade, é um momento difícil nos

¹⁰⁶ PRATA TAVARES. *Passo a passo*. Campos dos Goytacazes: UNIVERSO, 1992, p. 2.

¹⁰⁷ JEUDY, Henri-Pierre. Op. cit., p. 84.

dias atuais, no qual o mercado de trabalho, a vida social, os valores consumistas se voltam para os jovens ou para aqueles que escolheram a camuflagem da velhice, com plásticas, cirurgias como a lipoaspiração e estetização com aparelhos. É como afirma Villaça¹⁰⁸ quando diz que “com as transformações por que passa o contemporâneo, o homem assume a condição paradoxal de ser muito jovem e muito velho”, considerando uma média de vida de 80 anos.

Mas, o que realmente faz com que os velhos sejam marginalizados nesses novos tempos, é o culto à “inovação”, pois tudo que é novidade interessa ao mercado, que, cada vez mais competitivo, vive em busca do grotesco, do hilário, do diferente. Envelhecer nesse mundo é dessubjetivar-se, pois muitas vezes cabe aos idosos, em nome da vida vivida, submeter-se às inconseqüências dos jovens. Talvez esse seja o aspecto mais trágico da velhice.

Giddens,¹⁰⁹ ao criticar as classificações sociológicas que segmentam o mercado e formam as novas mídias, fala de como a publicidade exclui o idoso, só o vendo como provável consumidor de remédios ou de atenuantes à doença, ao desconforto à perda de energia. O paradoxo está no investimento no jovem, no risco e se sobrar tempo, adie a morte, dos que dela estão próximos:

As necessidades individuais de autonomia pessoal, autodefinição, vida autêntica ou perfeição pessoal são todas traduzidas na necessidade de possuir e consumir bens oferecidos no mercado. [...] o abismo entre as necessidades humanas e os desejos individuais é produzido pela dominação do mercado; o abismo é, ao mesmo tempo, uma condição de sua reprodução. O mercado se nutre da infelicidade que gera — os medos, ansiedades e sofrimentos da inadequação pessoal que induz e liberam o comportamento consumidor indispensável à sua continuidade.

Nessa análise, o corpo do velho acaba sendo um corpo para a morte na cultura do hoje, havendo uma estranheza em relação aos idosos que ultrapassam as barreiras

¹⁰⁸ VILLAÇA, Nízia. *Em pauta: corpo, globalização e novas tecnologias*. Op. cit. p. 75.

¹⁰⁹ GIDDENS, Anthony. Op. cit, p. 183.

inconscientemente impostas, muitas vezes, pelas pessoas que os rodeiam. É comum ouvir, no senso comum, recortes de falas do tipo “isso não é para velhos”; “a senhora não vai querer pagar mico”, “é melhor o senhor ficar em casa, porque só vai ter gente jovem na festa”. Essa forma de falar tornou-se lugar comum entre a maioria dos jovens, por ser uma representação do lugar que lhe foi destinado pela cultura e pela indústria cultural e as mídias.

Nos tempos atuais, a subjetividade dos idosos é algo que merece reflexão, sobretudo diante dos paradoxos que se apresentam as dimensões da velhice, pois diante das descobertas científicas, a vida dos homens contemporâneos foi de certa forma prolongada. Se isso não bastasse, os idosos tendem a ser a população que mais cresce em todo o mundo, sobrepunhando o número de jovens. Logo, eles necessitam de espaços para reconstruírem suas relações, renovarem sonhos e esperanças e vivenciarem a alegria de quem já viveu o suficiente para permitir-se ser feliz.

No texto “O rosto em erosão”, no qual traça os contornos da subjetividade, Rosane Preciosa¹¹⁰ em um fragmento, diz que o rosto revela as mudanças da pele e das expressões:

Um rosto existe para ser desvendado. Há sempre uma expectativa de que ele fixe uma forma, amolde feições, seja formulável. Para onde teria escapado aquele rosto? Mas algo se produzia, desconcertantemente de outro jeito, eu sentia isso e não encontrava um modo de dizê-lo. Talvez requisitasse de mim um olhar desarmado. Quem sabe, eu não devesse adequá-los aos meus horizontes anestesiados. Aquele rosto parecia pedir uma outra atitude para abordá-lo. Foi quando inadvertidamente me virei na direção do espelho e percebi assustada a textura mudada do meu próprio rosto. Era um rosto irrigado de emoções.

Esse texto revela a tomada de consciência do envelhecimento, em um mergulho subjetivo, no qual a única certeza é a do tempo e o que foi feito do corpo. Cecília Meireles, em um de seus lindos poemas “Retrato”, escreve no verso final “Em que espelho ficou perdida a minha verdadeira face?” Se toma-se por base a metáfora lacaniana do espelho, em que a criança olha-se pela primeira vez e não consegue perceber que o reflexo é dela mesma,

¹¹⁰ PRECIOSA, Rosane. O rosto em erosão. In: CASTILHO, Kathia. *A moda do corpo, o corpo da moda*. São Paulo: Editora Esfera, 2002. p. 87.

já que seu pensamento é indiferenciado e só com o tempo se verá ali representada, assim também é o velho, quando muitas vezes de forma cruel, via preconceito ou exclusão, toma consciência do que o tempo fez com seu corpo, ao ver-se no espelho.

Esse desvendar é sofrido e conforme a história de cada velho, a consciência da decrepitude do corpo pode adoecer e até matar. Mas tudo isso, advém de forma contundente e com mais visibilidade, desses tempos pós-modernos, em que a mídia investe no jovem, no sofisticado, no corpo que transpira sensualidade, esquecendo-se muitas vezes de que as histórias mais profundas e as experiências mais ricas se escondem nas rugas, marcas corporais de “vividões existenciais”, que não podem e nem deveriam ser descartados.

A experiência transmitida pela mídia é parte fundamental nas representações da velhice, na medida em que os meios de comunicação de massas rotineiramente apresentam modos de vida aos quais todos devem aspirar. Nesse contexto, os idosos passam a ser um caso à parte, ou seja, adaptados por força das contingências, a uma realidade que sequer reverencia à memória daqueles que têm uma história. Só há uma saída, ou a adaptação aos novos tempos ou a morte em vida. Mas na resignificação da velhice, existe como atenuante a sabedoria de quem viveu as passagens do tempo, em outros tempos, nos quais o controle das subjetividades vinham naturalmente, sem a sofisticação implacável das mídias eletrônicas.

3.2.3 A Construção do Feminino

A mulher, representante do gênero mais afetado pelas mídias, vive no contexto pós-moderno, os sentidos do corpo em sua polissemia real. Bombardeada pela publicidade das mídias, ela é efetivamente o objeto preferido do mercado da moda, dos cosméticos, das fórmulas salvadoras, da literatura de auto-ajuda, enfim da indústria cultural e da indústria propriamente dita.

Cada vez mais autônoma, independente financeiramente, assumida em suas escolhas, livre da dependência masculina, a mulher desses tempos pós-modernos é uma consumidora no sentido amplo da palavra e em conformidade com a cultura do seu tempo-espaço, presa fácil para o mercado dos supérfluos. Por outro aspecto, ela, em suas múltiplas representações, ainda é vista como símbolo do pecado, da sedução e do desejo.

Quando diz, citando Baudrillard, que “a lógica da publicidade é a da crença e a da regressão”, Severiano¹¹¹ vai além, complementa que

ultrapassando os motivos racionais, a publicidade se desenvolve majoritariamente através de uma regulamentação ao nível do imaginário, satisfazendo-o em sua fragilidade e incompletude por meio de objetivos fetichizados — símbolos de pertinência social, poder e personificação.

É como se os sujeitos fossem conquistados de forma sutil, favorecidos por uma “absorção espontânea” dos valores e códigos que os seduzem, naturalizando o processo que envolve sedução, desejo, satisfação no ato da compra.

A segmentação do mercado desmassifica a produção, mas homogeneiza segmentos específicos, no sentido de dar individualidade ao consumidor, criando uma falsa personificação. Assim, as grandes empresas de cosméticos criam uma linha de produtos para as adolescentes, como o fazem grandes empresas multinacionais e nacionais que, ao segmentarem o mercado, elaboram produtos para clientes diferenciadas tais como cremes hidratantes até 35 anos e rejuvenecedores para quem se encontra acima dos 50 anos.

É como afirma Lipovetsky:¹¹²

Consumimos, através dos objetos e das marcas, dinamismo, elegância, poder, renovação de hábitos, virilidade, feminilidade, idade, refinamento, segurança, naturalidade, umas tantas imagens que influem em nossas escolhas e que seria simplista reduzir só aos fenômenos de vinculação social quando precisamente os gostos não deixam de individualizar-se.

¹¹¹ SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *Narcisismo e publicidade: uma análise psicossocial do consumo na contemporaneidade*. São Paulo: Annablume, 2001. p. 25.

¹¹² LIPOVETSKY, Gilles. Op. cit. p. 173-74.

É essa individualização que vai levar ao narcisismo, assim como suas formas patológicas que faz com que as mulheres, por força da mídia e dos estilos de vida e modismos cristalizados na cultura pós-moderna, queiram alterar o corpo, seja usando peircings, seja tornando-se anorexas para poderem caber nas roupas que as manequins apresentam como ideal da moda atual.

É esse mesmo processo de criar uma imagem que deixe uma sensação de felicidade e possibilite consumir o que o mercado demanda, porque está nas mídias, que leva algumas mulheres a realizarem plásticas, lipoaspiração, aplicações em aparelhos e outras extravagâncias, em nome de uma imagem que, apesar de não ser a autodesejada é a que melhor se aproxima da representação social ditada pelas mídias.

A mulher, com sua sensualidade explorada pela publicidade — nudez, formas fetichizadas que revelam pés, joelhos, andar bamboleante, saltos olímpicos, movimentos corporais insinuantes, formas do corpo etc. — acaba tornando-se um estereótipo a ser seguido, visto que as campanhas publicitárias priorizam, em sua maior parte, padrões de beleza, seja a loura sensual, a morena de beleza natural, a dona de casa, a jovem que escala beleza e juventude. Na realidade é a mulher sempre representando um ideal feminino. As mulheres trabalhadoras, sofridas, as que trabalham no interior ou as da periferia, só são personagens de documentários de cunho social e acadêmico.

A mulher é, portanto, não só o principal objeto das campanhas publicitárias nos dias atuais, como também a principal estrela dessas campanhas. Descaracterizada de sua naturalidade como gênero, hoje são representadas como liberadas, bem sucedidas, bonitas e sedutoras. Elas, diante do novo “status”, surgem como principal alvo das mídias, estrelas de um discurso midiático, que sabe que em termos de consumos, constituem-se o principal segmento do mercado. Em nome do sucesso, da aparência, da aceitação, do prazer, como Dorian Grey de Oscar Wilde, muitas venderiam a alma ao Diabo, se bem que haja exceções.

3.2.4 Subjetivações Masculinas

Assim, como a mulher se emancipou e ganhou novos espaços no mundo, a partir, sobretudo, do movimento feminista, também os homens foram afetados pela crise de valores que se instaurou na contemporaneidade e, de certa forma, fez ruir certezas e dogmas que perduraram durante séculos. Porém, a visão do homem “macho” ainda se mostra muito forte, se bem que as rupturas começam a acontecer e as subjetivações masculinas hoje já não trazem em si o peso do passado recente, dadas as transformações acontecidas nas últimas duas décadas nos campos econômico, político, social, cultural.

Mas, a mídia ainda passa, como afirma Mário Queiroz,¹¹³ a visão da cena: “um homem, de expressão séria, está encostado na parede de braços cruzados. Usa uma camiseta branca justa que contorna os músculos definidos. A calça jeans insinua o sexo e aperta as coxas.” Paralelamente a essa imagem do protótipo do macho, bem no estilo do “cawboy americano”, que foi já há algum tempo substituído pelo “body building”, ou seja, termo que passou a descrever a construção da massa muscular, desligada da idéia de força e de saúde, pelo uso de pesos e exercícios com máquinas. Esse ideal de perfeição, de certa forma começa a ser desintegrado, quando se sabe que “essas máscaras de músculos” envolvem muitas vezes altas doses de hormônio, silicone e outras substâncias proibidas aos atletas por fazerem mal à saúde.

No que se refere à relação corpo/imagem masculina, Villaça¹¹⁴ fala do “body modification” que envolve a capacidade que os homens têm hoje de modificar a imagem física através de cirurgias, piercing, tatuagens, passando pela química dos esteróides, numa alucinante mistura de técnica, arte e denúncia, que desestabiliza a compreensão, como no caso

¹¹³ QUEIROZ, Mário. Moda e corpo – visões do masculino nos últimos dez anos. In: CASTILHO; GALVÃO (org.). *A moda do corpo, o corpo da moda*. São Paulo: Esfera, 2002, p. 57.

¹¹⁴ VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Op cit. p. 63.

de Michael Jackson, hoje um andrógono que não define a raça, a etnia, sua identidade original, escondida em uma máscara fantasmagórica.

O que se percebe nesses novos tempos é uma espécie de ressignificação do masculino pelo corpo, pois este é desviado de seu estado “in natura”, praticamente em todos os tempos e espaços, por todas as culturas do planeta, sendo que no momento contemporâneo ele é transformado por uma cultura que fragmenta e transforma a corporeidade, como identidade próprias dos sujeitos.

Sobre isto Castilho e Galvão:¹¹⁵

A ritualização do corpo é camaleônica: espicha-se o pescoço, encolhem-se os pés, inserem-se metais, aros, tatua-se a pele, extirpam-se partes, maquia-se o rosto, injeta-se silicone, adicionam-se próteses. O corpo é vestido e desnudado atendendo-se ora à tradição, ora às funções básicas como proteção, pudor e decoração ou simbólicos jogos de sedução.

Nesse sentido, os homens também foram afetados, tanto que hoje, a figura do machão vai dando lugar a uma juventude, que ao contrário de seus avós e até de seus pais, cria um novo estilo de ser masculino, como diz Pepeu Gomes em sua música “Ser um homem feminino, não fere o meu lado masculino”. Tanto isso passa a ser uma verdade, que no momento, já se discute um novo conceito, o dos “homens metrossexuais”, que são aqueles que mesmo bem casados, com filhos, másculos, pintam as unhas, usam jóias como brincos, tingem os cabelos, mas continuam sendo homens.”¹¹⁶

Na verdade, esse novo conceito de masculinidade traduz mudanças significativas no conceito de homem e elimina as discussões acerca dos gêneros, pois no momento em que as mulheres entram no mercado de trabalho com força e são a maioria da população em um país em desenvolvimento como o Brasil, os homens precisam efetivamente criar novas subjetivações, buscando novas posturas e posições nesse mundo de mudanças.

¹¹⁵ CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. Op. cit. p. 76.

¹¹⁶ CARELLI, Gabriela. O fim do maridão perfeito. *Revista Veja*, São Paulo. Abril Cultural. Edição 1850, ano 37, n. 16, abr. 2004, p. 87.

3.3 A FORMA, O INFORME E O DISFORME

A literatura com inúmeros exemplos do corpo mutilado minimalizado, transformado por experimentos da medicina, transformadores da figura original; oferece um campo dos mais vastos para o estudo do corpo na perspectiva do obscuro, do hilário, da valorização da diferença que assusta por exceder os padrões da “anormalidade”.

Como o belo atraiu e levou Narciso à morte, o feio, como seu oposto, também exerce uma espécie de atração para o homem, que mesmo de forma inconsciente, se vê na transgressão. Sendo assim, o monstruoso está no imaginário dos homens, seja pelo medo da diferença que apavora, seja pelo sentimento de falta, de mutilação que acompanha o processo de humanização dos sujeitos sociais. Sobre essa literatura do tipo “O médico e o monstro”, “A bela e a fera”, “As mãos de Orlac” e tantos outros, Denise Bernuzzi Sant’Anna¹¹⁷ comenta:

Essas obras falam do medo nascente diante do desconhecido, da abertura da caixa de Pandora, que é aqui o corpo humano. A angústia atravessa a escrita, e o desamparo que atinge os médicos aprendizes de feiticeiros está à altura de sua transgressão.

O comentário demonstra que esses personagens, por sua aparência, que na maioria das vezes foge ao humano, são criações que carregam em suas representações a idéia da morte, do fracasso, da impotência da condição humana, refletidos no que o sujeito tem de maior visibilidade, o corpo.

Mas a realidade tem revelado que esse medo do obscuro, do hilário não é um sintoma de esquizofrenia generalizada, ao contrário, é fruto de uma relação do homem com seu próprio corpo e com outros corpos, no espaço social no qual vive e convive com seus semelhantes. É como afirma Breton:¹¹⁸

nas culturas ocidentais, o corpo é o vetor de individuação, estabelece a fronteira da identidade pessoal. A igualdade do homem consigo mesmo, sua identidade própria,

¹¹⁷ SANT’ANNA, Denise Bernuzzi. *Políticas do Corpo*. Op. cit, p. 56.

¹¹⁸ LE BRETON, David. *Adeus ao corpo: antropologia e sociedade*. Op. cit, p. 86.

implica a igualdade com seu corpo. Tirar-lhe ou acrescentar-lhe algo coloca esse homem em posição intermediária, ambígua, rompe as fronteiras do simbólico.

Na verdade, as pessoas que sofrem de algum tipo de deficiência física nunca se sentem inteiras, pois o corpo é a identidade que espelha no outro e o olhar do outro é que traduz o seu próprio olhar. Quando a diferença leva ao espanto, à interrogação, ao questionamento, a consequência é quase sempre um olhar piedoso, a compaixão, que no plano das subjetivações dá origem a um sentimento de exclusão pela diferença. Nessa perspectiva, a deficiência adquire uma noção de destino, de algo natural e não de uma aquisição que foge à essência do humano.

É Breton¹¹⁹ quem ainda acentua o fato de que “a alteração do corpo remete, no imaginário ocidental, a uma alteração moral do homem e inversamente, a alteração moral do homem acarreta a fantasia de que seu corpo não é apropriado e que convém endireitá-lo.” Assim diz-se que os limites do corpo esboçam, em sua escala, a ordem moral e significativa do mundo.

Diante dessa realidade, o medo de que o corpo revele um desvio da sua representação normal é algo que acompanha o ser humano, pois o hilário das deformações corporais é tratado como o exótico, como o cômico, como revelam os exemplos históricos, a exemplo da família Gonsalvus ou Gonsalus, cujo chefe, “Petrus Gonsalvus, nascido em Tenerife, nas ilhas Canárias, padecia de uma doença de pele chamada *hypertrichosis universalis congenita* que fazia o pêlo crescer por todo o corpo, inclusive nas mãos.”¹²⁰ Quando criança foi levado a Paris e exibido na corte de Henrique II, onde desaprendeu seus costumes selvagens e aprendeu as belas-artes e a falar latim. Pouco antes de completar vinte anos, conheceu e casou-se com uma holandesa bonita, com quem teve quatro filhos e todos herdaram a doença.

¹¹⁹ LE BRETON, David. Op. cit. p. 87.

¹²⁰ MANGUEL, Alberto. *Lendo Imagens*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, p. 113.

Antonieta Gonsalus, filha primogênita de Petrus Gonsalvus, foi retratada por muitos pintores da época, sendo conhecida pelo apelido de “Iognina” ou “mulher peluda”. As pinturas revelam seu rosto peludo, como o de um animal, um exemplo do seu trágico destino. Essas pinturas, até hoje, presentes em museus, atraem os admiradores do hilário, que vêem naquele corpo monstruoso a representação da fragilidade humana.

É Villaça¹²¹ quem comenta o sentido dado ao corpo monstruoso nos espetáculos, espécie de “shows”, nos quais eram exibidos os que por destino ou por determinações concretas da vida, ficaram mutilados. É ela quem diz:

Consideramos assim que temos dois pressupostos: sempre houve a crença e a demonstração desta, tanto nos textos condutores do pensamento ocidental quanto na organização dos espetáculos que dão a ver, como show a monstruosidade; aquilo que foi fixado como categoria de identificação de monstruosidade sofreu variações limitadas. Assim, o que parece contínuo e consistente é a necessidade de constituir um “locus” de diferença, de alteridade, mas esta terá os limites daquilo com o que contrastar o idêntico ou o mesmo.

A atração por essa monstruosidade, ou mesmo pela diferença que revela no corpo, marcando como um registro evidente a diferença pela deficiência, encontra-se presentificada na literatura, no cinema, nos vídeos, enfim, nos meios de comunicação de massa, que exploram essa vertente do mercado, nas histórias de monstros, nos filmes de terror com personagens desfigurados como em *Sexta-feira 13* que faz o maior sucesso, bem como reflete essa atração, sobretudo dos jovens, pelo diferente, pelo grotesco.

Esse fato contudo não é novo, como demonstram clássicos da Literatura e do Cinema: *O Retrato de Dorian Grey* de Oscar Wilde, ou o filme *Gattaca* de Andrew Niccol, no qual os não considerados perfeitos são vistos como inferiores e, até mesmo, o desvario de Hitler na metáfora da “raça pura” e da morte dos deficientes em plena Guerra, considerados pelo ditador nazista como seres menores e como “aberrações da natureza” nem deveriam ter

¹²¹ VILLAÇA, Nízia. *Que corpo é esse?* Novas perspectivas. Op. cit. p. 147.

nascido. As experiências genéticas realizadas por Hitler são reveladores de que o tema é motivo de fascínio.

É ainda Villaça¹²² quem completa afirmando:

a figura da monstruosidade exerceu uma função simbólica fundamental. Perturbando os sentidos, especificamente a visão, o monstro foi pensado como uma aberração, uma folia do corpo, introduzindo como oposição lógica a crença na necessidade da existência da “normalidade humana, do corpo lógico”.

Na verdade, há uma tendência da espécie humana em negar o corpo natural, advindas daí as tentativas de mudança, de transformação, sobretudo na pós-modernidade. Essa negação se faz culturalmente pelos modelos e padrões de cada época e se, antes as mulheres usavam espartilhos, cortando a pele para manterem-se esguias, hoje faz-se lipoaspiração e cirurgias plásticas para eliminar imperfeições.

O diferente, contudo, no mundo das transformações raciais, já não tem o peso do passado, em que as famílias escondiam o deficiente ou o portador de alguma síndrome ou doença genética, por medo de que as pessoas vissem e assim discriminassem todos que pertenciam àquela linhagem genética. Hoje, entretanto, a consciência de que o deficiente é humano e que a sua deformidade representa a imperfeição da espécie e estabelece o limite da própria humanidade, é algo que começa a ser aceito na sociedade, sobretudo pelo advento do multiculturalismo e das tendências que se voltam para a “resiliência”, ou seja, para a superação das incapacidades pela otimização do que os sujeitos possuem de potencial.

Assim, mesmo que o diferente, o monstruoso, o grotesco apavore à primeira vista, é como a história da Bela e a Fera, alegoria de uma humanidade que luta entre os conceitos de “belo” e de “feio”, o que na verdade revela-se como a ambigüidade do humano, que é a essência do ser que se manifesta como limite entre a perfeição e a imperfeição.

¹²² VILLAÇA, Nízia. *Que corpo é esse?* Novas perspectivas. Op. cit., p. 149.

Nessa atração sobre o diferente está a razão de ser da espécie, sua humanidade, pois apesar de Narciso, o handcape tem demonstrado que é possível vencer a deficiência pelo estímulo, pela coragem, pela ousadia de quem pensa e luta por perfeição.

3.4 O CÉLEBRE, O QUE ESTÁ NA MODA, O ANÔNIMO, O FUGAZ

O fenômeno da Comunicação presente na tão comentada metáfora de Mac Luhan, da “aldeia global”, ganhou nos últimos tempos novos e imprevisíveis contornos, impulsionado pela mídia que constrói e destrói em tempo recorde seus ídolos, ao mesmo tempo que transforma e afeta as pessoas interferindo no seu imaginário e no seu cotidiano de forma decisiva.

Neal Gabler¹²³ diz

que as celebridades não são apenas protagonistas de nossos noticiários, assunto de nossas conversas diárias e repositórios de nossos valores; elas estão entranhadas tão profundamente em nossa consciência que muitos indivíduos se dizem mais próximos, mais apaixonadamente apegados a elas do que aos próprios parentes e amigos.

O célebre como espetáculo é verdadeiramente uma criação dos meios de comunicação de massa e mesmo que o mundo da fantasia projetado pelas mídias, traga consigo a visão do simulacro, de uma máscara que muitas vezes encobre o que tendenciosamente busca esconder, no caso, a humanidade dos sujeitos-artistas e das celebridades de todas as áreas, há em todo este circo uma positividade que envolve o vazio deixado por uma moral burguesa, hoje decadente. Sobre isso, Herschmann e Messeder Pereira¹²⁴ comentam:

Vivemos em um universo teatralizado no qual o cotidiano se tornou espetáculo; entretanto isso não tem necessariamente, implicações negativas sobre a vida social. Também nessa direção, os consumidores “on line” de hoje, do mercado

¹²³ GABLER, Neal. Op. cit, p. 15.

¹²⁴ HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto. *Mídia, Memória e Celebidades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade*. Rio de Janeiro: E-papers serviços editoriais, 2003, p. 28.

hipersegmentado, vêm realizando, através do farto material biográfico veiculado em diferentes media apropriações afetivas e simbólicas que lhes permitem atribuir sentidos à realidade, construindo laços sociais e comunitários, e reelaborando ou enquadrando uma memória local ou (trans) nacional.

Nessa perspectiva, mesmo que no jogo do simbólico, que alimenta carreiras que são sucesso e ao mesmo tempo carreiras que são meteóricas, as verdadeiras celebridades apresentam uma trajetória individual, que mesmo sustentada pela mídia, possui uma visibilidade que lhe confere o sentido da permanência.

Mas o célebre necessita de insumos para ter vida longa, por isso os investimentos na mídia e cada vez mais a aplicação dos recursos tecnológicos que a sustentam, visto que a publicidade é tudo e não é à toa que as celebridades pagam um preço por estarem na mídia, a ponto de o cantor Roberto Carlos certa vez afirmar que “para andar livremente pelas ruas como cidadão, tinha que sair do país”.

Todas essas colocações são reveladoras de que o ser humano é um animal simbólico, que precisa refletir-se nos mitos, ícones e celebridades, para manter suas fantasias e alimentar seu imaginário. Foi assim ao longo da história das civilizações e segundo alguns críticos da Pós-Modernidade, o andrógono Michael Jackson, nada mais é do que uma versão atual dos deuses e mutantes do imaginário social da antigüidade clássica.

Há em todo homem comum, mesmo que inconsciente, o desejo de ser célebre e é como comenta Gabler¹²⁵:

[...] trabalhamos, compramos e nos divertimos; a criar nossos trajes; a fazer com que nosso cabelo brilhe e nosso rosto cintile; a emagrecer nosso corpo; a fornecer nossos acessórios cênicos — de tal forma que possamos nos apossar do invólucro da celebridade.

Com base nesses comentários é fácil entender os modismos, as tendências, os estilos de vida que se sucedem na contemporaneidade e fazem do mundo do marketing, um

¹²⁵ GABLER, Neal. Op. cit, p. 15.

espetáculo à parte. Como atores desse tempo em que a necessidade do novo é fundada na satisfação de desejos anunciados pela mídia, o anônimo de hoje, pode ser a celebridade de amanhã, basta seguir o manual e ter, com certeza, uma carinha bonita e um corpo dentro dos padrões estéticos do momento.

Conforme se diz no senso comum “todo mundo tem seus 15 minutos de celebridade”, mesmo que pelo “avesso do avesso”, ou seja, através das manchetes policiais. O paradoxal é que o que move adolescentes de periferia na atração pelo crime, é o desejo que move jovens em busca do estrelato: o desejo do sucesso, do poder que ele garante e o alcance da celebridade.

A moda é uma outra vertente das questões que envolvem o corpo, em seu sentido cultural e como “locus” da subjetividade, nesses tempos em que o midiático é categoria essencial para o entendimento dos estilos, tendências e visibilidades.

No momento em que discutem a moda sob um novo olhar, Villaça e Góes¹²⁶ afirmam que “a moda se produz como arquivo e vitrine do ser/parecer sugerindo comportamentos e atitudes, fabricando selfts performáticos por meio de sutis recriações dos conceitos de verdade, de bem e de belo.” Em verdade, moda enquanto tradição, pouco tinha de atraente, visto que até os tempos medievais havia um padrão costumeiro e um estilo único de vestir homens, mulheres, crianças, velhos, jovens.

A modernidade que tem no capitalismo uma das suas ancoragens, vai transformar a visão de moda, partindo de uma perspectiva de “estetização geral” para projetar-se em tempos recentes à forte influência da tecnociência. É como afirma Villaça¹²⁷ nesse novo tempo: “o saber se torna, então, retórica, a arte perde sua aura e estatuto, e a ética se transforma sobretudo em participação em campanhas promocionais.”

¹²⁶ VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Op. cit., p. 107.

¹²⁷ Idem. *Ibidem*. p. 111.

É no espaço tempo da Pós-Modernidade que a moda vai adquirir o sentido de imagem, presa ao visual, seja ele representante de um estilo descartável ou mesmo da prevalência do que se constitui o clássico e de que só as classes abastadas pode dispor. O alargamento do espaço da moda, pela produção em série, elevou o consumo e todos os seus aparatos, tais como a publicidade, o design e o marketing.

Sobre essa moda Etcoff, comenta-se em citação de CASTILHO e GALVÃO¹²⁸:

[...] O superastro da nova moda é o corpo, e este se tornou o local do consumo conspícuo. Talvez não sejamos capazes de distinguir o rico do pobre com suas roupas pretas, relógios e bolsas copiadas, mas as chances são maiores do rico ser bem mais magro. É provável que o rico tenha o corpo esculpido com exercícios na academia, orientação de um personal training, lipoaspiração, e, possivelmente implantes. O corpo do rico será muito mais caro de ser mantido e provará isso.

Esse comentário é revelador de que o mercado da moda se beneficia da imagem e portanto das mídias de massa, nas quais a moda se infiltra para negociar com o imaginário. É na verdade uma nova forma de narcisismo, que se desloca para um novo “eu” idealizado porque adornado, como o infantil, de sonhadas perfeições. Por essas novas influências em que o modelo da moda fala a linguagem dos desejos do consumidor, o corpo almejado só é possível na virtualidade e à custa de muito sofrimento.

A cirurgia plástica é um bom exemplo, quando colocada a serviço dessa virtualidade: olhos imensos, pele de porcelana, queixos pontudos, consegue sombrear os limites entre o real e o imaginário, em conformidade com os meios de comunicação de massa. Essa roda-viva em busca de um corpo forjado observa-se no fenômeno Michael Jackson e sua irmã Cindy Jackson, um é espelho do outro, imagem de uma identidade desconhecida, mas de uma imagem que fala por si só.

“Ficar bonita” na linguagem midiática é submeter-se aos sofrimentos, sacrifícios e rituais da moda. É preencher vazios e vergonhas, das formas mais grotescas. Moldar o corpo

¹²⁸ GARCIA, Carol. Corpo, moda, mídia e mercado: radiografia de uma relação visceral. In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. Op. cit. p. 27.

às exigências e apelos do mercado da moda é chique e em nome desse padrão, mulheres emancipadas e esclarecidas submetem-se a inúmeras sessões de *botox*, que segundo Castilho e Galvão¹²⁹ trata-se de “uma forma purificada da toxina “botulinum” tipo A, derivada da bactéria que causa botulismo. Gera o enfraquecimento temporário dos músculos, mas, quando injetado ao redor dos olhos ou da testa, suaviza a área e restringe o aparecimento de rugas”. Os efeitos colaterais do botox incluem dores de cabeça e pálpebras caídas, sem falar que com o tempo tende a deixar a pele macilenta.

Tudo isso faz parte da realidade atual da relação dos homens e mulheres contemporâneas com o corpo, pois se o mercado e suas mídias constituem uma forma de poder indiscutível sobre a vida social das pessoas, a modificação corporal entra inevitavelmente no ciclo de vida do produto. A publicidade trabalha muito bem as imagens e textos sempre no sentido de despertar a libido, e erotizar a aparência pela exposição fazendo do visual/virtual o caminho para a satisfação do desejo do outro.

A relação corpo/moda é milenar, constituindo-se em paradoxais reflexões ao longo da história das civilizações e dos estudos antropológicos. Na realidade, as fronteiras do corpo no sentido físico, têm demonstrado, nesses tempos pós-modernos, ressignificações que apontam para o ilimitado.

As culturas têm criado os modelos imagísticos e interferido nas ressemantizações do corpo, pois a insatisfação dos sujeitos com a sua imagem cultural é o que movimenta a moda e coloca o imaginário social e suas representações como alvo do discurso midiático. Assim, a moda altera a estrutura física do corpo, imprimindo novos traços, novas linhas, novas formas, volumes e cores.

Conforme recortam CASTILHO e GALVÃO,¹³⁰

¹²⁹ GARCIA, Carol. Corpo, moda, mídia e mercado: radiografia de uma relação visceral. In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. Op. cit. p. 27.

¹³⁰ CASTILHO, Kathia e GALVÃO, Diana. Op. Cit. p. 33.

[...] a roupa permite reelaborar o corpo em contínuas variações, de seus programas narrativos, ou seja, da história ou narrativa que o corpo constrói como sua vida. A reconstrução do corpo modifica a sua aparência de acordo com a época e cultura, apresentando-o como suporte e fazendo revelações a respeito do sujeito.

Como forma de expressão, o vestuário e seus acessórios constituem uma das mais espetaculares e significativas formas de expressão, articulando os mais diversos discursos, ou seja, passando pelo político, pelo poético, pelo amoroso, pelo hilário ou grotesco, pelo hierárquico, sempre representando o momento, a cultura, a carga de subjetividade, as pressões do social.

O corpo é linguagem e a moda fala pela sedução, participando da construção da identidade dos sujeitos em seu processo de vida. Se por um lado a moda possui um sentido econômico, por outro ela simboliza estilos de vida e, portanto, cultura.

No contexto atual, o corpo é “customizado”, ou seja, seu design físico é feito sob medida, manipulado como o desejo dos sujeitos. A moda contemporânea fundamenta-se em dois pontos, ou seja, a idéia de homogeneização versus diferenciação, pois mesmo atenta aos apelos mercadológicos, a moda atual abre espaços para releituras próprias, cabendo aos consumidores a criação de uma identidade capaz de diferenciar-se dos demais. Isso na concretude do espaço social acaba por originar variações hilariantes, mas nem por isso desinteressantes, que desafiam o que é referência coletiva, o que é padrão.

Nessa perspectiva, a moda é hoje uma categoria de análise fundamental ao estudo do corpo, pois é ela que veste na roupagem dos novos tempos o corpo e suas transformações, dando o toque, o complemento à imagens dos sujeitos sociais.

O anônimo é um outro conceito analisado nessa leitura do corpo na pós-modernidade e o que melhor caracteriza essa impessoalidade das relações entre o novo mercado e o consumidor, ainda é a “aldeia global” de Mac Luhan, pois não importa quem são as pessoas, suas identidades, mas o que elas representam em termos de números, conexões, resultados financeiros.

Sobre isso El Hajji¹³¹ comenta:

O princípio da impessoalidade caracteriza todo o processo de produção de serviços que, como já vimos, constituem a estrutura de base da organização capitalista das sociedades modernas (não somente como sistema de produção material, mas sobretudo enquanto especificação cultural e produção de significação simbólica). A produção dos bens e a organização dos serviços são destinadas à média das pessoas e não a determinados indivíduos; o que resulta na produção de um tipo de subjetividade também serial e massificado.

Assim, o anonimato é um dos pontos do sucesso do mercado, que se volta para as massas, pois até mesmo nos mercados segmentados, fala-se no genérico, “ricos e pobres”, abastados, remediados, empobrecidos”, “A, B, C, D, E”, como níveis da população consumidora dos produtos massificados da indústria cultural, sejam as mídias ou produtos de marcas.

Porém, há que se estabelecer o limiar bem pequeno entre o anonimato e a celebridade, pois para o mundo do espetáculo, de repente, inesperadamente, o anônimo pode transformar-se no que faz sucesso, pela força das novas mídias. Porém, esse sucesso é quase sempre fugaz e poderia ser dirigido a qualquer um, uma vez que a mídia atual cria, mata e recria o sucesso.

É a efemeridade uma das marcas da pós-modernidade, que com suas discontinuidades está sempre produzindo novos acontecimentos, coisas, subjetivações, em um processo de descarte do “novo”, que em pouco tempo vira “o velho” e assim vai de forma fragmentada, desafiando a criatividade humana.

Os meios de comunicação de massa revelam a fugacidade dos valores e os olhares da atualidade, seja através da publicidade, que explora o momentâneo, os instantes estanques do fato e até as narrativas, seja por meio da experiência humana que, em segundos, destrói muitas vezes uma vida de trabalho.

¹³¹ EL HAJJI, Mohammed. *Da semiose hegemônica ocidental: globalização e convergência*. Rio de Janeiro: Eco-Rizhoma, 2002, p. 49.

O corpo como representatividade desses valores contemporâneos evidencia esse olhar, pois as metamorfoses do corpo, já não fazem do tempo, em seu sentido histórico e evolutivo, o senhor das transformações, uma vez que os instrumentos das mudanças corporais hoje são a ciência, a técnica, as mil maneiras da alteração do corpo. De um dia para o outro, pode-se ficar magra, mudar a cor dos cabelos, o nariz, a roupa, o jeito de andar, de rir, de sentar; enfim pode-se mudar quase tudo.

Mas, quando se fala do fugaz, fala-se também de uma visão de mundo e do estilo de vida contemporâneo, da forma como os homens hoje vêem o corpo, coisificado em seus sentidos, mas pronto às ressignificações. Os homens desses novos tempos, na fugacidade do redemoinho da vida cotidiana, necessitam retomar o sentido original do corpo, conforme diz-se do corpo como “morada do homem”, para que como, exterioridade corpórea e representação identitária, consiga refletir a dualidade que sempre o partiu em corpo e espírito.

O fugaz tende a morrer muito antes de fazer-se texto e na relação texto-contexto da escrita corporação, o ser humano da contemporaneidade precisa ir em busca da transcendência, do corpo que se revela além do efêmero, corpo-espírito, carregado de humanidade.

CONCLUSÃO

As leituras, discussões, colóquios e diálogos estabelecidos ao longo desse estudo, que tem o corpo como eixo central das análises sobre a relação mídia e produção do sentido corporal, foram nesse último ano, a razão do crescimento e do enriquecimento da nossa visão de mundo como pessoa e como profissional.

Reconhecer o corpo como categoria de análise da realidade contemporânea, vivenciando a dialética entre o singular e o plural, nas evidências significativas do mesmo, como elemento cultural que, através dos tempos, sofreu múltiplas e infinitas ressignificações, foi uma experiência única e singular, assim como a possibilidade de viajar em leituras que passaram por vários campos do saber, como a Antropologia, a Psicologia, a Psicanálise, a Sociologia, a Literatura e outras.

O corpo, como lugar da subjetividade e cartão de visita dos sujeitos sociais, desde a modernidade tem sido usado em seu sentido econômico, transformando-se em mercadoria da publicidade, dos meios de comunicação, enfim, das mídias que o utilizam de forma feitichizada para seduzir possíveis e certos compradores.

O corpo é também ressemantizado por segmentos culturais contemporâneos que o transformaram em vitrines, tais como os punks, os adeptos dos fetiches, algumas gangues urbanas “darks” e outros, que no destaque à diferença fazem do culto ao corpo um caminho na defesa de suas idéias.

Mas entre os muitos sentidos do corpo, alguns merecem destaque nesse espaço-tempo da vida das sociedades nesse início do século; como é o caso dos bodybuilding jovens que

modelam seus corpos em academias, fazendo dos músculos um padrão de estética e segundo os psicanalistas, de afirmação.

O corpo é o que se vê, é a representação da vida nas características dessa espécie única que é o ser humano, por isso ele é marca corporal de gênero, de etnia, de cultura, de subjetividade. Ele é texto para ser lido pelo outro, por isso é também alteridade. Ele é motivo de orgulho, de auto-estima, de alegria, mas é também razão de tristeza, de falta, de deficiência, de alteração.

Nesses variados sentidos, há de se evidenciar a fragilidade material que envolve o corpo humano, assim como o seu tempo de deteriorização no ciclo da vida. É dessa certeza que hoje a ciência e a técnica lançam mão para perpetuá-lo, sem contudo encontrar a fórmula mágica do rejuvenescimento eterno.

É esse corpo que, quando afetado pela doença, perde o seu viço, alterando o processo de subjetivação positiva dos sujeitos e que hoje é matéria-prima das mídias, que investem no sucesso, na estética espetacular, na valorização do belo, do sucesso, mesmo que à custa da falta de ética.

Ressignificação de mil formas, corpo é no contexto contemporâneo, ponto de referência da identidade dos sujeitos, pois em tempos de multiculturalismo, mesmo havendo uma tendência à globalização de padrões, as diferenças são o que especificam a identidade social. É certo que as mídias impõem modelos, muitos deles tão fugazes que nem chegam a fixarem-se no espaço social, mas existe hoje uma espécie de “busca do elo perdido”, algo que leva homens e mulheres a investigarem o que está além dos modelos estéticos da Pós-Modernidade.

O corpo controlado, o corpo subjogado aos padrões do mercado, o corpo invadido pelo mercado das cirurgias e produtos que afetam a saúde, como os silicones, mesmo estando em

moda, gera controvérsias, como se de repente ficasse no ar uma pergunta: “E agora, qual será o sentido do corpo?”

Percebeu-se no desenvolvimento desse estudo que a tecnociência como um novo paradigma tem contribuído para mudar algumas das concepções tradicionalmente assentadas, já que hoje é possível conceber um corpo saudável, até mesmo antes de o bebê vir ao mundo. Também são cada vez mais comuns as cirurgias reparadoras feitas para melhorar a aparência ou mesmo porque as pessoas não gostam de determinadas partes do corpo, podendo mudá-las em nome de sua auto-estima.

Há, portanto, nos novos sentidos do corpo um aspecto positivo no que se refere à auto-imagem, pois apesar das críticas conservadoras, são os sujeitos que detêm a sua corporeidade e só eles podem decidir sobre o que fazer com esse mesmo corpo. Logo, se ele não se importa como coisa nem obstáculo, mas integra a totalidade do ser humano, cada corpo é único e assim sendo tem identidade própria.

Na verdade, o corpo é, nesses tempos em que a “imagem” é um texto dos mais lidos, a representação mais comum dele mesmo, revelando, pelos veículos de massa, esses sentidos que tentou-se retratar ao longo das análises desse estudo. Afinal, um corpo veiculado é um pacote signficante de uma pluralidade de sentidos circulantes, produzidos em múltiplos exercícios e vivências discursivas e é, também, o lugar onde outros discursos emergem silenciosos no enunciado organizado.

Muito mais estragos nessa hibridização do corpo, instaurada pela modernidade, fez a tradição cartesiana, que separou corpo e alma; vendo-o como uma soma de partes sem interior e a alma como um ser inteiramente presente a si mesmo, sem distância. O desafio desses novos tempos é possibilitar aos homens a articulação entre corpo e alma, no alcance da transcendência e, essa busca tem sido evidenciada em muitas atitudes da contemporaneidade,

tais como por processos de auto-ajuda, terapias em que o corpo e o espírito são trabalhados e toda uma literatura que tem essa interação como tema principal.

A consciência de que o corpo não é dado aos seres humanos como pura anatomia, explica os seus diversos sentidos através dos tempos e, se as culturas lhe conferiram os mais diversos e hilários significados, a verdade é que ele expressa a subjetividade e a própria complexidade humana, pois mesmo submetido aos mais diferenciados valores, é identidade que se revela ao outro, seu complemento e sua medida de identificação.

Superar o narcisismo exacerbado e fazer do corpo, não um escravo do culto à auto-imagem, mas o lugar dos sentimentos, emoções, saúde e felicidade, talvez seja o grande desafio desses novos tempos. Por outro aspecto, é urgente que a mente seja colocada a serviço do corpo, pois no mundo das padronizações, dos estereótipos, dos modelos de sucesso, perfeição, beleza, pensar o corpo e seus novos sentidos talvez seja o primeiro passo na convivência com diferenças.

É essa questão que fica em aberto nesse estudo, que tentou estudar à luz dos teóricos que abordam o tema, os sentidos produzidos a partir das visões do corpo. Não há como saber quais serão as suas ressignificações no futuro, mas algo novo nos instiga a pensar, para onde vai o homem que separa corpo/espécie e em que momento dessa trajetória o sentido de humanidade, de busca da transcendência material se fará consciência.

São muitos sentidos, poucas respostas e caminhos infinitos na leitura do corpo. O fundamental é que essas trilhas continuem a serem abertas no aprofundamento das discussões sobre o corpo, o “locus” que abriga o humano em todas suas dimensões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARANHA, Maria Lúcia de Arruda. *Filosofando: introdução à filosofia*. São Paulo: Moderna, 2003.
- BARTON, Carlin. *The sorrow of the ancient romans; the gladiator and the monster*. Princeton: Princeton University Press, 1993.
- BAUDRILLARD, Jean. *À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed. 2001.
- _____. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed. 1991.
- BENJAMIN, Walter. *Filósofos da Escola de Frankfurt*. São Paulo: Abril Cultural, 1993. V. 9. (Coleção “Os Pensadores”).
- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 1997.
- CARELLI, Gabriela. O fim do maridão perfeito. *Revista VEJA*. São Paulo: Abril Cultural, ano 37, n. 16, abr. 2004.
- CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. *A moda do corpo, o corpo da moda*. São Paulo: Editora Esfera, 2002.
- CASTRO, Letícia. A geração é outra. A roupa é a mesma. *VEJA* Edição Especial Jovens, São Paulo: Abril Cultural, ano 34, n. 38, set. 2001.
- CHAHINE, Nathalie (org.). *Beleza do século*. São Paulo: Casa & Naify Edições, 2000.
- CHAUÍ, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1995.
- CORDÁS, Táki. A paranóia do corpo. Reportagem de CASTRO. *VEJA* Edição Especial, São Paulo: Abril Cultural, ano 34, n. 38. Set. 2001.
- CORTELLA, Mário. *O espaço sociológico da educação*. São Paulo: Cortez, 1992.

COSTA, Cristina. *Questões de arte: a natureza do belo, da percepção e do prazer estético*. São Paulo: Editora Moderna, 1999.

DEL PRIORI, Mary. *Corpo a corpo com a mulher: pequena historia das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

DELLEUZE, Gille; GUATAR, Félix. *Mil platôs, capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. V. 3.

DOWBOR, Ladislau et. al. (org.). *Desafios da comunicação*. Petrópolis,RJ: Vozes, 2000.

EL HAJJI, Mohammed. *Da semiose hegemônica ocidental: globalização e convivência*. Rio de Janeiro: Eco- Rizhoma, 2002.

ETCOFF, Nancy. *A ciência da beleza*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

FAUX, Doroty Schefer. *Beleza do século*. São Paulo: Cosak e Naif Edições, 2000.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis, Vozes, 1987.

FREIRE, Gilberto. *Modas de homem & Modas de mulher*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GALEANO, Eduardo. *As palavras andantes*. Porto Alegre: &PM, 1994.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2002.

GIL, José. *Metamorfoses do corpo*. São Paulo: Relógio D'Água Editores, 1997.

GLABER, Neal. *Vida, o filme*. Como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

GOLDENBERG, Miriam. *Nu e vestido*. São Paulo: Editora Record, 2002.

_____. (org.). *Os novos desejos: das academias de musculação às agências de encontros*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GONÇALVES, Maria Augusta Salin. *Sentir, pensar, agir – corporeidade e educação*. Campinas,SP: Papyrus, 1994.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 8. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2003.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1992.

HERSCHMANN, Micael Pereira; MESSEDER, Carlos Alberto. *Mídia, memória & celebridades*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2003.

_____. (org.) *Lugar comum: estudos de mídia, cultura e democracia*. Rio de Janeiro: NEPCOM/CNPQ, 2000.

HUTCHEON, Linda. *Poética do pós-modernismo: história, teoria, ficção*. Rio de Janeiro: Imago, 1991.

JAMENSON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996.

JEUDY, Henry-Pierre. *O corpo como objeto de arte*. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

KOSTMAN, Ariel. A geração Z. *VEJA Especial Jovens*. São Paulo: Abril Cultural, ano 34, n. 38, set. 2001.

LASCH, Christopher. *The culture of Narcisism*. Londres: Abacus, 1980.

LE BRETON, David. *Ordens ao corpo: antropologia e sociedade*. Campinas, SP: Papyrus, 2003.

LELOUP, Jean-Yves. *O corpo e seus símbolos: uma antropologia essencial*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

LEVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1998.

LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio: ensaio sob o individualismo contemporâneo*. Lisboa: Antropos, 1991.

MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

MORAES, Eliane Robert. *Corpo impossível*. São Paulo: Iluminuras, 2002.

PAIVA, Raquel. *Histeria na mídia: a simulação da sexualidade na era virtual*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2000.

PERUZZOLO, Adair C. *A circulação do corpo na mídia*. Santa Maria: U.F. Santa Maria, Imprensa Universitária, 1998.

PRATA, Tavares. *Passo à passo*. Campos dos Goytacazes, Universo, 1992.

QUESSADA, Dominique. *O poder da publicidade na sociedade consumida pelas massas: como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões*. São Paulo: Futura, 2003.

SALEM, Pedro. *Do luxo ao fardo: um estudo histórico sobre o tédio*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.

_____; NÖTH, Winfried. *Imagem, cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

_____. (org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SANTOS, Boaventura Sousa. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1995.

SANTOS, Jair Ferreira. *O que é pós-moderno*. São Paulo: Brasiliense, 2000. (Coleção Princípios).

SCHILDER, Paul. *A imagem do corpo*. São Paulo. Martins Fontes, 1999.

SENNET, Richard. *Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. 3. ed. São Paulo: Record, 2003.

SERRES, Michel. *Variações sobre o corpo*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *Narcisismo e publicidade: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade*. São Paulo: Annablume, 2001.

SOARES, Carmem Lúcia (org.). *Corpo e história*. São Paulo: Autores Associados, 2001.

_____. *Imagens da educação no corpo: estudo à partir da ginástica francesa do século XIX*. Campinas, SP: Autores Associados, 2002.

SODRÉ, Ângelo. Os Tribunais da Inquisição no Brasil. *Revista da História*. São Paulo: USP/HUCIT, ano II, n. 3, 1998.

SODRÉ, Muniz. *A forma de vida da mídia*. In: Pesquisa Fasep, entrevista de Mariluce Moura. Ago. de 2002.

STEELE, Valerie. *Fetichismo: moda, sexo & poder*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

SUBRATS, Eduardo. *A cultura como espetáculo*. São Paulo: Nobel, 1989.

THOMPSON, John B. *Mídia e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1989.

VILLAÇA, Nízia. *Em pauta: corpo, globalização e novas tecnologias*. Rio de Janeiro: MAUAD: CNPq, 1999.

_____. *Nas fronteiras do contemporâneo: território, identidade, arte, corpo e mídia*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2001.

_____. *Paradoxo do mais moderno: sujeito e ficção*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

_____; GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

_____. (org.). *Que corpo é esse? Novas perspectivas*. Rio de Janeiro: MAUAD, 1999.

ZAGURY, Tânia. *Quem ama educa*. São Paulo: Record, 2002.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)