

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO – UFMT
INSTITUTO DE LINGUAGENS – IL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE
CULTURA CONTEMPORÂNEA – ECCO

LIONÊS ARAÚJO DOS SANTOS

A CONSTRUÇÃO DO CORPO NA CONTEMPORANEIDADE:
comunicação e mercado como instâncias de mediação

CUIABÁ – MT
ABRIL DE 2010

Livros Grátis

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

Milhares de livros grátis para download.

FICHA CATALOGRÁFICA

S237c Santos, Lionês Araújo dos
A construção do corpo na contemporaneidade: comunicação e mercado como instâncias de mediação / Lionês Araújo dos Santos. – 2010.

110 f. : il. ; color. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Juan Felipe Sánchez Mederos.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Linguagens, Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Área de Concentração: Comunicação e Mediações Culturais, 2010.

Bibliografia: f. 101-110.

1. Corpo - Comunicação social. 2. Corpo – Beleza – Mídia. 3. Corpo – Beleza – Mercado. 4. Corpo – Estética – Cultura contemporânea. 5. Identidade social. 6. Comunicação social. 7. Comunicação cultural. I. Título.

CDU – 316.776.3

Ficha elaborada por: Rosângela Aparecida Vicente Söhn – CRB-1/931



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
 INSTITUTO DE LINGUAGENS
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE
 CULTURA CONTEMPORÂNEA – MESTRADO – ECCO/UFMT

ATA DE DEFESA PÚBLICA
 MESTRADO EM ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA

LIONÊS ARAÚJO DOS SANTOS

Ao quarto dia do mês de junho do ano de dois mil e dez, realizou-se na sala 52 do Instituto de Linguagens (IL) da Universidade Federal de Mato Grosso, nesta capital, a nona sessão pública de defesa de Dissertação de Mestrado intitulada **A Construção do Corpo na Contemporaneidade: Comunicação e mercado como instâncias de mediação** apresentada por **Lionês Araújo dos Santos**, Graduado em Filosofia/Bacharelado e Licenciatura pela Universidade Federal de Mato Grosso, que concluiu os créditos exigidos para a obtenção do título de **Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea**, Área de Concentração **Estudos Interdisciplinares de Cultura**, Linha de Pesquisa **Comunicação e Mediações Culturais**, de acordo com os registros da Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea. Os trabalhos foram instalados às 10:00 horas pelo presidente da Banca Examinadora, Prof. Dr. Juan Felipe Sánchez Mederos, que passou a palavra ao mestrando para a apresentação oral do trabalho. Em seguida, a Banca Examinadora, constituída pelos professores doutores **Ricardo Ferreira Freitas** (UERJ) e **Yuji Gushiken** (UFMT) passou à arguição pública do mestrando. Finalizada a arguição, às 12:00 horas, a Banca Examinadora reuniu-se separadamente para avaliar e emitir o parecer, considerando o trabalho APROVADO. O resultado e o Parecer da Banca foram proclamados pelo orientador Prof. Dr. Juan Felipe Sánchez Mederos que, em seguida, declarou encerrados os trabalhos. Para constar, lavrou-se a presente Ata, assinada pelos membros da Banca Examinadora. Cuiabá, 04 de junho de 2010.

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas
 Examinador Externo (UERJ)

Prof. Dr. Yuji Gushiken
 Examinador Interno (UFMT)

Prof. Dr. Juan Felipe Sánchez Mederos
 Orientador (UFMT)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
INSTITUTO DE LINGUAGENS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE
CULTURA CONTEMPORÂNEA – MESTRADO – ECCO/UFMT

DISSERTAÇÃO APRESENTADA À COORDENAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas
Examinador Externo (PPGC/UERJ)

Prof. Dr. Yuji Gushiken
Examinador Interno (ECCO/UFMT)

Prof. Dr. Juan Felipe Sánchez Mederos
Orientador (ECCO/UFMT)

Cuiabá, 04 de junho de 2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO – UFMT
INSTITUTO DE LINGUAGENS – IL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE
CULTURA CONTEMPORÂNEA – ECCO

LIONÊS ARAÚJO DOS SANTOS

A CONSTRUÇÃO DO CORPO NA CONTEMPORANEIDADE:
comunicação e mercado como instâncias de mediação

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura Contemporânea – ECCO da Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre. Área de Concentração: Comunicação e Mediações Culturais. Orientador: Dr. Juan Felipe Sánchez Mederos.

CUIABÁ – MT
ABRIL DE 2010

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu pai, Edgar Carneiro de Araújo, pela sua compreensão sobre a minha ausência ao longo da jornada de empreendimento do meu projeto acadêmico.

AGRADECIMENTOS

Confesso que esta experiência de pesquisa de Pós-Graduação que ora se encerra foi bastante valiosa para minha formação intelectual e amadurecimento na pesquisa acadêmica. As aulas ministradas pelos professores: Dr^a Juliana Braz Dias, Dr^a Ludmila Brandão, Dr^a Juliana Abonízio, Dr^a Icléia Rodrigues Lima, Dr. Mário César Leite, Dr^a Lúcia Helena V. Possari, Dr. Yuji Gushiken, Dr. Guilherme Wyllie, Dr. José Carlos Leite (ex-orientador de Graduação) e Dr. Juan Felipe Sánchez Mederos (orientador do Mestrado) contribuíram imensamente para a investigação do objeto pesquisado. Meu cordial agradecimento a esse grupo de pesquisadores notáveis.

Dirijo meus agradecimentos especiais aos professores que aceitaram o convite para fazer a qualificação e a argüição final do trabalho: professora Dr^a Juliana Abonízio (ECCO/UFMT), professor Dr. Yuji Gushiken (ECCO/UFMT), professor Dr. Ricardo Freitas (PPGE/ECO/UERJ) e, especialmente, ao professor orientador Dr. Juan Felipe Sánchez Mederos (ECCO/UFMT), pelo seu precioso tempo despendido para leitura dos manuscritos e valiosas sugestões sobre a pesquisa.

Agradeço ainda ao apoio financeiro que recebi da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) como bolsista durante 24 meses da pesquisa. Sem esse valioso apoio e suporte financeiro da CAPES no incentivo à docência no ensino superior e inserção no mundo da pesquisa acadêmica, provavelmente, teria sido impossível a dedicação integral para a conclusão dos créditos com significativo aproveitamento e a realização plena desse trabalho.

Finalmente, agradeço aos colegas e a cada brasileiro que contribuiu com o seu trabalho na geração de impostos para me manter na instituição pública universitária durante os quatro anos da minha graduação como bolsista do CNPq e estes dois últimos anos de Pós-Graduação como bolsista da CAPES.

*O corpo está em alta! Alta cotação, alta produção,
alto investimento... Alta frustração.*

[RUSSO, 2005, apud FERNANDES, 2003].

RESUMO

O presente trabalho trata de uma pesquisa que teve como pano de fundo compreender a questão do corpo e sua relação com a comunicação social; sua exposição, evidência e mutações na contemporaneidade. A pesquisa foi desenvolvida a partir de uma abordagem qualitativa de caráter bibliográfico. Com essa investigação, noto que o corpo desponta-se hoje como um novo paradigma emergente, explorado por diferentes vertentes do saber. Ele se apresenta como suporte privilegiado de investimentos técnicos, econômicos e científicos, principal agente de práticas, significações e representações simbólicas. O corpo constituiu-se na materialidade concreta a produzir seu reflexo no espelho social sobre o qual se lançam todos os olhares possíveis: o olhar da Antropologia, da Sociologia, da Comunicação, da Psicanálise, das Artes e da Linguagem; são exemplos de áreas que encontram no corpo seu mais novo e fértil objeto de estudo, colocando-o cada vez mais em evidência. Percebo que uma vasta literatura dedicada ao corpo ocupa cada dia mais as estantes de bancas de revistas e livrarias. Em termos conclusivos observo, portanto, que um “novo estatuto” de corpo já se faz presente na atualidade: um corpo cultural, tecnocientífico, construído a partir da biotecnologia, da cirurgia plástica que o modela e da mídia que o evidencia e veicula como modelo ideal de perfeição e beleza. Esse “estatuto de corpo” parece “realizar-se” mais plenamente na imagem que o faz circular do que na estrutura orgânica que o sustenta. Noto, finalmente, que o mercado parece apresentar-se como instância mediadora privilegiada na construção dos corpos contemporâneos e de sua imagem, uma vez que o mesmo constitui-se no principal elo onde todos encontram um ponto comum.

Palavras-chave: Corpo; Mídia; Beleza; Mercado; Contemporaneidade.

ABSTRACT

This paper is a study which aimed at understanding the issue of the body and its relationship with the media, its exposure, mutations and evidence in the contemporary life. The survey was developed from a qualitative approach of a bibliographic nature. Based on the investigation, I notice that the body stands today as a new emerging paradigm, operated by different aspects of knowledge. It presents itself as privileged support of technological, economic and scientific investments, principal agent of practices, meanings and symbolic representations. The body was formed in the concrete materiality to produce its reflection in the social mirror on which all the possible looks are thrown: the looks of Anthropology, Sociology, Communication, Psychoanalysis, Arts and Language, are examples of areas that will find in the body their newest and fertile object of study, placing it in evidence more and more. I realize that a vast literature devoted to the body occupies more and more shelves of bookstores and magazine stands. In conclusive terms I observe, therefore, that a "new statute" of the body is already present today: a cultural, techno-scientific body, built from the biotechnology, plastic surgery which shapes it and the media that shows it and broadcasts it as an ideal model of perfection and beauty. This “body statute” seems to be more fully “accomplished” in the picture which makes it go around than in the organizational structure that supports it. I finally notice that the market seems to present itself as a privileged mediating instance in building the contemporary bodies and their image, since it constitutes the main link where everybody finds a common point.

Key words: Body; Media; Beauty; Market; Contemporary.

SUMÁRIO

RESUMO.....	08
ABSTRACT.....	08
INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO I – A CULTURA SUGERE O QUE É O CORPO.....	29
1. IDENTIDADES EM QUESTÃO: A DINÂMICA DA CULTURA.....	29
2. O CORPO EM QUESTÃO: A DINÂMICA DAS IDENTIDADES.....	41
CAPÍTULO II - O ESTATUTO SOCIAL DE CORPO NA CULTURA.....	46
1. O CORPO NA CULTURA E A CULTURA DA “REFORMA” DO CORPO..	46
2. CULTURA, EVOLUÇÃO E CIÊNCIA: O CORPO EMANCIPA-SE.....	52
3. A VIDA NA CENA CONTEMPORÂNEA: CORPOS EM MOVIMENTO.....	58
CAPÍTULO III – O CORPO OBJETO DE DISCURSO DA MÍDIA.....	62
1. O CORPO ENTRA EM CENA NA CULTURA CONTEMPORÂNEA.....	62
2. A MÍDIA PROPÕE UM NOVO MODELO DE CORPO.....	65
CAPÍTULO IV – O CORPO SUBMETIDO AOS DOMÍNIOS DO MERCADO..	73
1. A MERCANTILIZAÇÃO DO CORPO.....	73
2. ASCENSÃO DO MERCADO DE APARÊNCIAS.....	82
3. A EMERGÊNCIA DE UMA “MORAL DA APARÊNCIA”.....	87
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	93
REFERÊNCIAS CITADAS.....	101
REFERÊNCIAS CONSULTADAS.....	107

INTRODUÇÃO

Hoje é comum dizermos que o homem enfrenta novas forças: o silício e não mais simplesmente o carbono, o cosmo e não mais o mundo... [Gilles Deleuze].

O corpo é hoje um desafio político importante, é o analista fundamental de nossas sociedades contemporâneas [David Lê Breton].

Ao longo da história, vários foram os paradigmas¹ que já se lançaram na tentativa de interpretação das sociedades. A religião, a política, a economia, a cultura, a comunicação e, mais recentemente, o consumo. Todas essas instâncias ou fenômenos, em algum momento ocuparam espaço privilegiado na mente e nos escritos de vários teóricos e intérpretes da sociedade e da cultura. Posto isso, talvez, podemos dizer que as ciências humanas são ciências “paradigmáticas” por excelência e, na tentativa da compreensão do humano, estão sempre em crise nos seus modelos teóricos.

Certamente, a modernidade² foi um dos períodos mais férteis da história na concepção de grandes empreendimentos teóricos na tentativa de compreensão da sociedade e da cultura. O mundo moderno concebeu “audaciosos” projetos e lançou grandes ideologias. Apoiado na idéia de progresso, nos pressupostos da universalidade, do individualismo e da autonomia do pensamento, o mundo da modernidade projetou-se como um período em que as condições para o esclarecimento eram evidentes, bastando lançar mão do exercício da liberdade³. Dessa forma, não havia tanto espaço para a

¹ Segundo Thomas Khun, ‘paradigmas’ são “as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem problemas e soluções modelares para uma comunidade de praticantes de uma ciência”. Ver: KHUN, Thomas. *A estrutura das revoluções científicas*. 4 ed. Tradução de Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. São Paulo, SP: Editora Perspectiva, 1996. p. 13.

² O conceito de modernidade, apesar de ter sido tomado como premissa inicial do debate, não será aqui aprofundado, pois não constitui foco principal da pesquisa e, vale lembrar que as terminologias acerca do mundo hodierno não são consenso. Inúmeras são as terminologias que, de alguma forma, tocam a questão. Fala-se em: modernidade líquida, modernidade tardia, modernidade reflexiva, pós-modernidade, pós-modernização, hiper-modernidade, etc.

³ Na resposta à pergunta: “O que é Esclarecimento?” (*Aufklärung*), o filósofo Immanuel Kant (1785) nos diz que as condições para o esclarecimento e para a autonomia poderiam ser dadas pelo que chamou de *Sapere aude!* (ouse saber! – lema do esclarecimento). Kant argumenta que o esclarecimento “*é a saída do*

dúvida⁴ nem para as incertezas e as narrativas pareciam ser insuperáveis. Hoje, no entanto, um sistema filosófico dá lugar a outro, uma teoria científica substitui outra e não temos mais como saber qual sistema é mais coerente e qual teoria é a mais verdadeira. Dessa forma, as metas narrativas - tão caras à modernidade - não são mais acreditadas como fio condutor dos anseios humanos. A pós-modernidade desencadeou questionamentos sobre o projeto moderno e suas aspirações. Assim, novos paradigmas são postos e juntamente, a necessidade de outras narrativas, diferentes e, até por vezes, contrastantes com àquelas da modernidade.

Muitos dos autores aqui elencados que teorizam sobre a contemporaneidade, como por exemplo, Serres (1992; 2003), Bauman (1999; 2001; 2007), Lipovetsky (1987; 2005), Klein (2006), Canclini (1995), Hall (2003), Sibilía (2002), Costa (2001; 2005), dentre outros, parecem ser quase unânimes em descrever a pós-modernidade como um fenômeno emergente que evidencia certa ruptura com os modelos tradicionais antes acreditados. A idéia de universalidade, progresso, liberdade, objetividade, unidade, verdade, razão e autonomia do pensamento; que antes parecia tão evidente, deu lugar a conceitos recorrentes de fragmentação, incerteza, dispersão, efemeridade, desterritorialização, mestiçagens e subjetividades. É também importante ressaltar que estes autores são unânimes em atribuir grande força à publicidade e ao surgimento de uma cultura do consumo como característica da sociedade contemporânea.

Antes, até a modernidade, as instâncias tradicionais como: família, religião, trabalho, nacionalidade e ideologia, eram as principais “doadoras” de identidade. Na pós-modernidade, parece haver certo enfraquecimento dessas instâncias mestras, onde

homem de sua menoridade, da qual ele próprio é culpado”, bastando para isso, fazer uso da razão e “ousar saber”.

⁴ É importante lembrar que, no século XVII o filósofo René Descartes (1998), um dos principais fundadores da modernidade, pôs a prova todas as certezas religiosas e, ao fazer isso, Descartes chegou ao conceito do “cogito ergo sum” (penso, logo existo). A partir daí, as incertezas poderiam ser superadas

elas próprias não só deixaram de doar identidade e dar sentido a vida, como parecem perder o sentido, ou seja, a sua identidade tradicional a cada dia⁵. As hierarquias antes estabelecidas e as fronteiras rígidas de classes e de gêneros se diluem cada vez mais no tecido social que se torna matizado e plural.

Atualmente, por exemplo, o fato de alguém ser judeu, africano, latino, socialista, capitalista, burguês, operário, católico, protestante, budista, hinduísta, ateu, agnóstico ou ainda, pertencer à determinada família - tida por tradicional - já não faz tanto sentido como antes. No mundo globalizado, com os avanços tecnológicos acelerados, a flexibilização das relações e a reinvenção do capitalismo, essas definições já não são tão importantes. Um cartão de crédito fornecido por uma empresa que opera mundialmente os unifica e, ao mesmo tempo, particulariza o sentido de ser e de existir de cada pessoa.

Presumo que, nestes dias, a única instância com caráter de universalidade que parece encontrar um ponto comum no pensamento de vários dos autores, teóricos da pós-modernidade que consultei, é o fenômeno do mercado e do consumo. Todos os habitantes do planeta, de uma forma ou de outra, estão submetidos ao consumo e ao mercado. O consumo hoje parece fornecer a identidade ao indivíduo, quem ele é e de quem ele se diferencia. Talvez, nesse aspecto, seja possível falar da idéia de uma diferenciação social, ou até mesmo, pensar a idéia da cidadania pela ótica do consumo. Mas uma coisa é certa: o consumo é global, em todas as culturas. Por isso mesmo, o

pelo uso do método correto na condução da razão. Na sua obra seminal: *Discurso do Método*, Descartes trata do método de como conduzir bem a razão e buscar a verdade no domínio das ciências.

⁵ É importante lembrar que a idéia de família que temos hoje é completamente diferente da que tínhamos há algumas décadas atrás. Hoje, as famílias são cada vez mais “pluri-parentais”, desprovidas de um núcleo específico. Atualmente, por exemplo, além dos tradicionais pais biológicos, entram também em cena a paternidade; padrastos, provedores, integrantes de uma união afetiva que pode ser formada tanto por casais heteros quanto por pessoas do mesmo sexo. Em condições semelhantes encontra-se também a religião. Hoje, muitas pessoas podem professar a fé católica, por exemplo, e, ao mesmo tempo freqüentar cultos evangélicos, sessões espíritas ou templos budistas. Da mesma forma a questão do trabalho e da ideologia. A carteira de trabalho e o conceito de profissão cada vez mais cedem à volatilidade do mercado e das relações sociais.

consumo se tornou nos últimos anos um dos paradigmas sobre o qual se lançam diversos olhares, atraindo vários campos do saber.

Ao lado do fenômeno do consumo, o corpo parece despontar-se, nas últimas décadas, como um novo paradigma emergente na contemporaneidade, sobre o qual vários olhares começam a ser lançados. Nessa pesquisa identifiquei, com bastante evidência, uma valorização extrema do corpo no pensamento contemporâneo. A forma como o corpo é explorado pela mídia e por diversas vertentes do saber já revela o caráter abrangente dessa questão. A antropologia, a sociologia, a comunicação, a psicanálise, as artes, a linguagem, a biologia e a medicina; são exemplos de áreas que encontram no corpo, seu mais novo e fértil objeto de estudo e campo de investigação privilegiado. É a partir dessa complexa realidade social e análises epistemológicas sobre os modos de “fazer” e de pensar o corpo contemporâneo que partem as investigações e análises propostas nesse estudo.

Hoje o corpo parece ser o resultado da subjetividade dominante, a qual é atravessada por fatores biológicos, econômicos, sociais, culturais e midiáticos. Félix Gattari (2000, p. 278), parece ter identificado a lógica dos diversos agenciamentos que perpassam o corpo em diferentes épocas. Segundo Gattari, o corpo submete ao “[...] tipo de funcionamento de economia doméstica, de economia social”. Assim, posso dizer que, o corpo, hoje, talvez seja uma representação bastante plausível dessa nossa época onde a comunicação e o mercado têm um papel central na vida e nas relações humanas.

Vários campos de estudo estão sendo, de alguma forma, tomados pelo surgimento das “bio-identidades”, onde os referenciais do corpo e da biologia, ancorados na ciência médica, assumem papel central. O corpo parece ter sido tomado por um processo “bio-ascético” do “cuidado de si”. Ele deixou de ser um meio para se tornar um fim em si mesmo. Tudo aquilo que o pensamento metafísico e religioso

recriminou durante um longo período de tempo, considerando desprovido de valores nobres, proibido e pecaminoso; expressa agora no corpo contemporâneo. A meu ver, está ocorrendo um processo de inversão, onde a alma parece estar saindo do jogo, enquanto o corpo entra em cena passando a ser mais exposto, valorizado, aplaudido e cultuado.

Geralmente, a valorização de uma coisa acontece em detrimento de outra. Quando, por exemplo, a metafísica entra em crise, ressurgem com vigor valores opostos aos ideais supremos do pensamento abstrato. Suponho que esse processo de extrema valorização da corporeidade e da materialidade do corpo seja o reflexo da crise da alma, da razão e do pensamento. Jurandir Freire Costa (2005, p. 84) é enfático ao antecipar que: “Se o corpo vem ofuscando o brilho da mente é porque vivemos em uma sociedade que perdeu a sua alma”. Esse argumento parece fazer cada vez mais sentido.

A canção *Alma*, de Zélia Duncan, provavelmente dá algumas pistas destes tempos atuais, onde o “eu” interior se revela na exterioridade da pele: “Alma, deixa eu ver sua alma, na superfície da palma da minha mão [...] Alma, daqui do lado de fora nenhuma forma de trauma sobrevive”, canta Zélia Duncan nos seus versos. Os sentimentos interiores exteriorizaram-se e eventos externos são transformados em acontecimentos internos. A vida psíquica passa a ser o resultado de um corpo esbelto, “sarado”, de uma pele sem rugas, do corte de cabelo, da maquiagem, do vestuário, da marca do tênis etc. Assim, hei de concordar com a letra da canção de Zélia Duncan quando expressa que “[...] do lado de fora [...] nenhuma forma de trauma sobrevive”. Qualquer sentimento de considerar-se feio, fora de forma, pode encontrar a solução nas compras, no salão de beleza, na academia de ginástica ou numa clínica de cirurgia plástica. Esses serviços se expandem a cada dia e já estão ao alcance de muitos. Mesmo daqueles com menor poder aquisitivo.

Acredito que se até mesmo a alma atualmente se expressa no corpo, é este, de fato, que deve ser tomado como objeto privilegiado de investigação. Já há algum tempo, as ciências da vida, a antropologia, a sociologia e até mesmo a comunicação parecem ter compreendido muito bem essa questão⁶. Hoje, todo e qualquer descontentamento no plano psicológico parece encontrar a solução no plano físico, na materialidade da pele ou nos genes. Um exemplo disso são as compulsões por cirurgias plásticas⁷.

No livro *Em nome do corpo*, os pesquisadores da UFRJ, Nízia Villaça e Fred Góes (1998, p. 30), escreveram que: “Quando fatores de organização das identidades sociais como nação, etnia e classe perdem crescentemente seu poder aglutinador, o corpo, suas expressões, envelopes e próteses propiciam análises mais singulares fora da ótica “macro” dos grandes sistemas classificatórios, e uma nova ordem se processa”. Acredito que, atualmente, essa nova ordem se dá necessariamente no plano da “microfísica”⁸, do desejo, do sensível e do corpóreo. Passamos, assim, de uma cultura com valores interiores, do sentimento e da interioridade, para uma cultura exterior, da percepção e das sensações, onde a subjetividade passa a se apresentar no corpo, na exterioridade da pele. Assim, o que o indivíduo contemporâneo apresenta ser não é mais

⁶ Tenho a impressão de que estamos cada vez mais deixando os problemas metafísicos de lado para dedicarmos mais de perto aos cuidados para com o mundo físico, em especial, o corpo. Atualmente, surgem vários programas de pesquisa com o objetivo de estudar os genes, a saúde, o corpo e suas funções orgânicas. Além disso, presenciamos, hoje, uma “biologização” do comportamento e de todas as diferenças manifestas, uma espécie de reducionismo do ser ao aspecto material em todas as suas dimensões. Tudo aquilo que escapa à ordem natural da genética é passível de correção, quiçá modificando a estrutura do próprio corpo.

⁷ A rede de relacionamento social, Orkut, por exemplo, possui dezenas de comunidades com vários tópicos de discussões sobre cirurgias plásticas de toda natureza. Muitas delas possuem mais de 1.000 membros ativos em constante interação e troca de informações.

⁸ Enquanto que no século passado se dedicava às grandes questões num plano “macro”, hoje, todo tipo de operação parece tender a se passar no plano até mesmo inferior ao “micro”. Falamos cada vez mais em “nanotecnologia”, “nanorobôs”, “nanomedicina”, “nanopróteses”, etc.

o que ele é na sua interioridade, mas sim o que ele aparenta ser. O sujeito contemporâneo passou, no entanto, a ser aquilo que as marcas do seu corpo revelam⁹.

Existem, portanto, várias perspectivas de discutir a questão do corpo hoje em dia. Posso dizer que, o corpo é, portanto, um espaço multidisciplinar, sobre o qual é possível lançar diferentes olhares dos diversos saberes e efetuar diversas práticas. Muitos estudiosos já debruçam sobre a emergência desse novo fenômeno que é o “corpo contemporâneo”. Ocupam-se de interpretar, descrever e teorizar a crescente evidência do corpo nos dias atuais. Considero válido para enriquecer o debate, discorrer aqui sobre a tipologia levantada por David Le Breton (2009) em um dos seus trabalhos mais recentes sobre a questão, intitulado: *A sociologia do corpo*. Le Breton faz um esboço teórico sobre as diversas tipologias elaboradas na epistemologia do corpo.

Dentre as principais vertentes de pesquisa sobre o corpo destacam-se àquelas sobre “os imaginários sociais do corpo”. Dentro dessa abordagem, merecem consideração, especialmente, as correntes que privilegiam abordagens biológicas da corporeidade, onde todo o social parece ficar reduzido ao biológico. Talvez um dos principais representantes dessa corrente seja o famoso entomologista Eduardo Wilson com sua obra seminal, intitulada: *Sociobiologia*. Wilson procura explicar todo o social puramente pela ótica biológica ou genética¹⁰.

⁹ Tomo aqui como exemplo as tatuagens, a tintura dos cabelos, batons, bronzeadores, e, especialmente, a aplicação de botox (toxina botulínica) para rejuvenescimento facial. Atualmente, a carteira de identidade, pelo menos aparentemente, parece perder a função de revelar com veracidade a idade de uma pessoa.

Talvez, as marcas no corpo em si, como fator doador de certa identidade dentro do grupo social que o identifica ou particulariza, não seja novidade, pois, em diversas épocas e culturas podemos encontrar evidências de corpos marcados como, por exemplo: as marcas dos judeus, os escravos marcados a ferro, as cicatrizes e tatuagens de marinheiros e presidiários, as várias marcas tribais, dentre outras formas de identificação e/ou particularização, as quais têm um significado coletivo e partilhado acerca da posição social dos indivíduos os quais portam essas marcas. Isso ilustra que o corpo humano parece que sempre esteve sujeito às técnicas variadas em todas as culturas existentes, diferindo na contemporânea apenas em relação à ciência e suas técnicas avançadas, atributo da sociedade ocidental moderna. Portanto, a novidade hoje em dia provavelmente está nos meios e na intensidade com isso acontece.

¹⁰ Essa forma de abordagem biológica do social e do corporal suscita inúmeras polemias. Os defensores dessa abordagem acreditam, por exemplo, que os problemas sociais podem ser resolvidos através da construção de um código ético geneticamente correto. Por outro lado, correntes de pensamento contrárias a essa argumentação o consideram reducionista e perigoso. O antropólogo David Le Breton (2009, p. 63),

Dentro da vertente dos imaginários sociais do corpo merecem destaque ainda os trabalhos de Ervin Goffman (1988) sobre o que chamou de “estigma”. Acredito que uma das contribuições mais importantes dos trabalhos de Goffman foi ajudar na compreensão da maneira como se dá a formação de estereótipos e ideais sociais representados pela publicidade, especialmente, quando se trata de hierarquizar e estabelecer divisões entre o sexo masculino e feminino. Enquanto o masculino aparece na publicidade como viril, provedor e protetor; o feminino, por sua vez, é representado como o “belo sexo”, delicado, sensível, frágil e subalterno em relação ao masculino.

Outra vertente de pesquisas sobre o corpo que cada vez mais ganha espaço são os estudos sobre “as lógicas sociais e culturais do corpo”. Esta vertente agrega vários campos de estudos sobre as diferentes lógicas que regem as relações dos indivíduos com seus corpos. O uso de técnicas, ritos, inscrições sobre a superfície da pele, pinturas, gestualidades e expressões corporais constituem objetos de estudos de interesse cada vez maior por parte de pesquisadores que se ocupam de desvendar as lógicas sociais e culturais do corpo. Essa vertente parece ter sido inaugurada, especialmente, pelo sociólogo Marcel Mauss e pelo antropólogo Levi-Strauss.

A outra vertente – talvez a que mais tem atraído atenção na contemporaneidade – é referente ao corpo no “espelho do social”. Essa vertente é a que constitui o eixo norteador deste trabalho. Nela, são analisados de forma mais aprofundada os fenômenos sociais contemporâneos que se relacionam com a corporeidade como: aparência, moda, consumo, grupos, classes sociais e controle político ou ideológico por meio do corpo. Dentre os fenômenos dessa vertente, a questão da aparência - ideal de beleza e perfeição - é um dos mais evidentes na exposição do corpo no espelho do social. Atualmente, este fenômeno já constitui um vasto império que alimenta vários segmentos da indústria e do

por exemplo, nos alerta de que: “Deixar a iniciativa da ética social aos genes e aos geneticistas não parece de fato nem um pouco prudente”.

comércio. O comércio de produtos de beleza e de combate ao envelhecimento movimenta milhões a cada ano.

Um mercado em pleno crescimento renova permanentemente as marcas que visam à manutenção e à valorização da aparência sob os auspícios da sedução ou da “comunicação”. Roupas, cosméticos, práticas esportivas, etc., formam uma constelação de produtos desejados destinados a fornecer a “morada” na qual o ator social toma conta do que demonstra dele mesmo como se fosse um cartão de visitas vivo (LE BRETON, 2009, p. 78).

Vestir-se na moda, ter estilo, alimentar-se bem, apresentar-se saudável, são alguns exemplos de discursos suscitados sobre a relação com o corpo. Talvez, como nunca antes na história, o corpo humano hoje se apresenta como suporte privilegiado de investimentos técnicos, econômicos e científicos, principal agente de práticas, significações e representações simbólicas. Sob essa ótica, o corpo se constitui na materialidade concreta a produzir seu reflexo no espelho social, sobre o qual se lança muitos olhares possíveis. Portanto, dentre as diferentes formas de se pensar a contemporaneidade, o corpo parece se apresentar, hoje, como uma das possibilidades privilegiadas.

Hoje, em pleno início do século XXI, nunca o corpo foi tão valorizado, exposto; nunca se falou tanto do corpo, nunca o corpo foi tão cultuado, tratado, “aperfeiçoado” e até, em certo sentido, supliciado na tentativa de obter a forma desejada. Instalou-se na sociedade contemporânea certa idéia de perfeição, um verdadeiro “mito do corpo perfeito”. Esse mito, tal como uma espécie de vírus, se dissemina a cada dia pelas mentes, transpassando classes sociais, gêneros e etnias.

Uma vasta literatura de “auto-ajuda” dedicada ao corpo ocupa as estantes de bancas de revistas, jornais, e livrarias. Para citar um exemplo da expansão desse segmento informativo dedicado ao corpo, vejamos, por exemplo, o caso das publicações de revistas. É enorme a quantidade de títulos que surgiram nas últimas décadas. Farei

aqui uma breve incursão acerca da disseminação dessa literatura informativa dedicada ao corpo. Vejamos: a partir dos anos 80 surgiram as duas primeiras publicações dedicadas à questão do corpo: as revistas *Boa Forma* e *Belo Corpo*. É importante lembrar que essas primeiras revistas nasceram da motivação dos discursos da “geração saúde”, tratando inicialmente de qualidade de vida e ecologia. Somente posteriormente é que elas foram acrescentando novos conceitos em seus conteúdos e passaram a dar mais ênfase às questões como comportamento, sexo, moda e a noção de beleza, tão disseminadas hoje em dia. Parece ser bastante evidente que essas duas revistas, que antes se apoiavam na idéia de saúde e qualidade de vida, tenham se rendido a um determinado projeto de corpo, marcado pela aparência física e uma estética específica.

Várias outras revistas de aconselhamento e informativos dedicados ao corpo, à beleza, à saúde e ao comportamento surgiram nas últimas três décadas. Dentre elas, algumas das principais são: *Vida, Nova, Bons Fluidos, Saúde, Plástica e Beleza, Runners, Viva Saúde, Revista O Globo, Capricho e Cláudia*. Embora essas duas últimas não sejam direcionadas a falar especificamente sobre o corpo, de alguma forma o fazem, ainda que secundariamente. A lista de publicações, dedicadas mais especificamente aos cuidados com o corpo, é enorme. E, constantemente, surgem outros lançamentos. Enumerá-las todas aqui não é minha intenção e nem consiste no objetivo central deste trabalho. Mencionei algumas, apenas como exemplo para ilustração da vasta literatura dedicada à corporeidade¹¹ que se expande a cada dia.

Todos esses “arsenais” informativos disseminam idéias de que as pessoas não são bonitas o suficiente e é preciso cuidar da aparência e remodelar o próprio corpo. Atualmente, se uma pessoa é obesa, têm celulites, rugas, calvície, seios e bumbuns

¹¹ É importante lembrar também que, além da vasta literatura que surge a cada dia para discutir questões mais específicas relacionadas ao corpo, percebo que, boa parte do material informativo na atualidade como jornais e revistas de diversos segmentos, trazem, de alguma forma, matérias ligadas a questões de saúde, alimentação, beleza, sexo e comportamento, ou seja, matérias ligadas à corporeidade.

pequenos ou não está satisfeita com suas orelhas, com seu nariz ou dentes, não será pela carência de informações que ela deixará de ir buscar os meios necessários para a conquista da perfeição corporal apresentada pela mídia.

Muitas revistas trazem ainda uma infinidade de testes. Exemplos: “teste seu nível de colesterol”, “teste se você está se alimentando da forma correta”, “teste qual é sua expectativa de vida”, “teste se você é romântica”, “teste seu desempenho sexual” etc. Dicas de alimentação, dietas, programas de atividades físicas e anúncios de clínicas de cirurgias plásticas se propagam pelos mais diversos meios midiáticos. O ideal de perfeição corporal se dissemina e se apresenta como uma possibilidade de conquista que está ao alcance de todas as pessoas, de todas as classes, para todos os bolsos¹². Com isso, ocorre que o corpo natural passa a ser, num certo sentido, desqualificado, pois se apresenta como imperfeito, passível de correções e que, portanto, não deve ser negligenciado. É preciso reinventar o próprio corpo, seja por meio de exercícios em academias de ginásticas, controle da alimentação, consumo de fármacos e anabolizantes ou por meio de intervenções cirúrgicas, muitas vezes radicais, que chegam a deixar sequelas e, em casos mais esporádicos, levar a óbito.

Provavelmente, nunca antes na história humana, tantos e poderosos medicamentos e estratégias foram criados e desenvolvidos para atender as exigências de saúde, controle do comportamento e, conseqüentemente, do corpo. Para confirmar essa minha observação, basta folhear qualquer revista que aborde a questão da saúde ou do comportamento humano publicada mais recentemente. É bem provável que se depare com toda sorte de receitas de como se alimentar melhor, como praticar exercícios físicos da forma correta etc. Encontram-se os mais variados e mirabolantes programas de dietas, dicas de beleza, exercícios físicos e técnicas de rejuvenescimento.

¹² Atualmente é possível realizar cirurgias plásticas em vários parcelamentos. Parcelamentos em 12 X, 18 X, 24 X, 36 X e até 48 vezes são oferecidas por clínicas cirúrgicas e de beleza estética.

Os anúncios publicitários estão sempre a fazer as pessoas infelizes. A estratégia principal é criar uma necessidade, um problema, para depois vender a solução. Uma pessoa, por exemplo, pode não ter nenhum problema em seu corpo, pode ter uma boa aparência física. Mas isso não importa. Os anúncios publicitários, de alguma forma, criam algum defeito. Observo, por exemplo, que as revistas que abordam questões sobre o corpo, a moda, a saúde e o comportamento disseminam idéias de que as pessoas não são bonitas o suficiente, de que não estão em forma e em bom condicionamento físico. A mídia cria a idéia de que é preciso adotar determinado estilo de se vestir para cada estação e cuidar permanentemente do corpo, da saúde e da beleza. Um corpo que é construído, uma saúde inventada e um padrão de beleza idealizado pelos discursos. Uma das primeiras conseqüências disso é que, para se manter segundo os padrões vigentes é preciso consumir, se render as compras. Pois, a moda muda a cada estação.

Na sociedade atual, parece que as mulheres estão mais expostas ao consumo do que os homens, principalmente no que tange aos cuidados com o corpo e a aparência. Porém, essa situação está mudando cada vez mais. Aos poucos, os homens vão se equiparando às mulheres no exercício de vários papéis e, também, passam a adotar atitudes que antes pareciam estar reservadas somente às mulheres, como por exemplo: a preocupação com a aparência¹³ e com a saúde. Assim, acredito que, hoje, o mercado, com suas formas estratégicas, atinge por igual tanto mulheres quanto homens. Veja-se, por exemplo, anúncios veiculados numa revista masculina de nível mundial, como a *Playboy*, onde pode se encontrar uma modelo linda e um carro ou outra coisa e/ou produtos caros a serem adquiridos para se “conseguir” mulheres lindas. Assim, acredito

¹³ Um exemplo dessa “virada comportamental” é a idéia do novo conceito de homem, o homem “metrossexual”; um sujeito antenado com moda e beleza, frequentador de salões de beleza, de Shopping Centers e academias. O jogador de futebol inglês, David Beckham, parece ser um dos principais representantes desse novo conceito de homem contemporâneo, denominado *metrossexual*.

que, por meio da publicidade, o mercado se reinventa. Vende-se tudo. Vendem-se fórmulas de beleza, saúde, de sucesso financeiro, afetivo e emocional.

A indústria da beleza, por exemplo, parece existir somente devido a uma alimentação permanente de sentimentos de imperfeição corporal e de inferioridade que procura atingir a todos. Ao observar os discursos que existem por trás da idéia de beleza feminina, percebe-se o quanto a questão mercadológica está presente. Observa-se na maquiagem, no cabeleireiro, nos sapatos, bolsas, cintos, roupas, perfumes e tudo aquilo que elas são, de certa maneira, induzidas a consumir com a promessa de parecerem mais bonitas. E isso muda todas as estações, obedecendo à dinâmica do mercado e da livre circulação do capital. Não só os acessórios, mas o próprio corpo entra nessa dinâmica da mudança e do mercado.

Há pouco mais de uma década, por exemplo, tinha-se a idéia de que mulheres com curvas e medidas corporais mais largas eram *sexys*. A atriz e modelo canadense, Pâmela Anderson (Fig.1), parece ter sido um dos ícones *sexy symbol* dessa geração. Atualmente, pode se ver que esse modelo mudou muito. Os corpos mais robustos, com elevado IMC (Índice de Massa Corporal) deram lugar à magreza. A magreza passou a ser um valor e o ideal de beleza vigente¹⁴. A modelo brasileira, Gisele Bündchen¹⁵ (Fig. 2), parece ter “roubado” a cena nos desfiles mundiais dos corpos contemporâneos.

¹⁴ Ao mesmo tempo em que o padrão de beleza atual, representado pela magreza, se afirma como modelo ideal de corpo, várias críticas surgem sobre a questão, pelo fato de violar o IMC (Índice de Massa Corpórea) aceitável e, conseqüentemente, prejudicar a saúde. As críticas se dão pelo fato da não observação do IMC – considerado normal pela Organização Mundial de Saúde mais ou menos em torno de 18,5. O IMC é calculado pelo peso (em quilos) dividido pela altura (em metros) ao quadrado. Por exemplo, alguém que pese 50 kg e tenha 1,50 de altura tem o IMC de 22,2.’

¹⁵ Veja que o modelo de corpo e o padrão de beleza “Gisele Bündchen” encontram-se cada vez mais globalizados. Expande-se por todos os continentes. Hoje, nem mesmo o mundo oriental com sua cultura e tradições milenares escapam da influência desse padrão estético que nasceu no Ocidente.



Fig. 1 – Pâmela de maio:
Sexy symbol da década passada



Fig. 2 – Gisele Bündchen: a Top Model é a primeira estrangeira a posar para a capa da *Vogue* indiana

Talvez pensar a cultura contemporânea a partir do corpo não seja a forma mais privilegiada. Pode ser que nem mesmo ofereça bases mais densas que a religião, a política, a economia, a cultura, a comunicação ou o consumo. Mas acredito que tem um ponto significativo aí: o corpo parece ter “roubado” a cena do cenário contemporâneo. É sobre essa cena do espetáculo que se passa no mundo contemporâneo, que proponho concentrar o meu olhar. Pois, considero que pensar a contemporaneidade através da corporeidade talvez seja uma das formas mais manifestas e palpáveis de nosso tempo, pela natureza da própria cena do objeto que se impõe de imediato ao primeiro lançar de olhos. No entanto, cabe uma interpretação mais precisa dessa cena. Pode ser que ela seja parte essencial do teatro no palco da existência humana e, entendê-la, ajudará em melhor compreensão da peça maior, a que aqui chamarei de cultura contemporânea num sentido antropológico.

Assim, esboço aqui uma “antropologia” da mudança corporal a partir do viés dos estudos culturais, sociológicos e das elaborações teóricas de alguns autores da comunicação nas suas diversas formas de pensar o corpo na contemporaneidade. Não recorrerei aqui nem a Michel Foucault, nem a Freud, nem mesmo a Nietzsche e, tão

pouco a Marx¹⁶. Ou seja, não invocarei os grandes sistemas de pensamento legitimados. Prefiro sustentar-me no pensamento pós-moderno, provavelmente inaugurado por François Lyotard (1989) que traz a idéia de que, na pós-modernidade, os grandes sistemas teóricos, a verdade construída pelos autores da modernidade, os grandes sistemas teóricos legitimados, a verdade construída pelos autores da modernidade ruíram. Na pós-modernidade, um sistema de pensamento surge a cada momento, substitui outro, cria um novo paradigma e, dessa forma, não temos como saber qual é o mais verdadeiro. Talvez a melhor decisão a tomar seja partir da idéia de que em matéria de conhecimento, somos todos produtores e ao mesmo tempo produtos de narrativas, de discursos e de possibilidades.

Proponho este trabalho como forma de somar aos já existentes nessa temática. Ao lado de outros, este é mais um olhar sobre um ângulo específico da corporeidade. A tal projeto, este trabalho quer dar sua modesta contribuição, ao propor uma investigação sobre a evidência e a construção do corpo na contemporaneidade, seu “espelhamento” no social e veiculação midiática. Assim, acredito apresentar minha contribuição para o avanço do conhecimento da sociedade contemporânea.

A tese fundamental que defendo neste trabalho é a de que um novo corpo é possível e já se faz presente nos dias atuais. Um corpo cultural, tecnocientífico, construído, se sobrepõe ao biológico, o corpo de nascimento, e que tem como mediadores principais a comunicação e o mercado como pano de fundo maior. As possibilidades e métodos para a construção desse novo corpo realizam-se principalmente mediante a emergência de três campos do saber: a biotecnologia, a

¹⁶ Acredito que estes quatro autores são as principais referências que têm servido como base de sustentação para vários estudos dessa natureza, no que tange à questão do corpo. Foucault, por exemplo, tratou muito bem a questão sob a ótica da política e da relação de poderes, identificou na modernidade a disciplinarização e a “docilização” dos corpos. Freud tocou a questão pelo viés da Psicanálise enquanto Marx, pela ótica da Economia. Nietzsche parece ter sido o mais enigmático deles, um pensador que mais

cirurgia plástica e a publicidade. Tomo estes três campos como *locus* privilegiado, sobre os quais, passam a maior parte das análises da trama dissertativa sobre a construção do corpo na contemporaneidade. Afinal, em que se tornou e/ou está se tornando o corpo na contemporaneidade? Como as principais correntes do pensamento contemporâneo, que teorizam sobre o corpo, tratam essa questão? E, finalmente, o que é e como é tratado o corpo contemporâneo?

Na tentativa de responder essas indagações, proponho este trabalho estruturado basicamente numa introdução de contextualização mais ampla das questões em curso na contemporaneidade, que acaba por afetar o objeto central da discussão (o corpo) e, sequencialmente, quatro capítulos de discussões mais aprofundadas sobre o objeto especificamente pesquisado. Cada capítulo, entrelaçado por subcapítulos, focaliza, de maneira mais aprofundada, um aspecto que considero de maior relevância no processo que põe o corpo em evidência na cultura contemporânea. A unidade do trabalho não impede o estabelecimento do diálogo com autores de diferentes perspectivas epistemológicas contemporâneas. Pelo contrário, o referencial teórico aqui adotado se faz necessário para dar conta de um objeto tão complexo como é o corpo.

As partes procuram seguir uma seqüência lógica. Discorrem sobre as bases iniciais que desestabilizaram as identidades do passado em favor de identidades mutantes da contemporaneidade que o levaram a tecer os liames de construção de um novo modelo de identidade corporal nos dias atuais. Assim, na introdução, traço um breve histórico sobre o panorama contemporâneo e a relação com a questão da construção do corpo na contemporaneidade.

O primeiro capítulo parte do plano da cultura ao discutir a desestabilização dos modelos de referências e situar a questão da identidade cultural na pós – modernidade.

contribuiu para rupturas epistemológicas. Com suas abordagens pautadas pelo perspectivismo, Nietzsche abordou a questão do corpo sob o prisma orgânico.

Pois é na cultura onde vivem, que os indivíduos adotam padrões de comportamentos, criam valores, referências e julgam padrões de beleza, etc. Tomo como suporte teórico, especialmente, os trabalhos de Nestor Garcia Canclini e Stuart Hall. É claro que eles não são os únicos, mas julgo que os trabalhos desses autores, talvez sejam considerados referências cruciais nos estudos culturais, quando se pretende entender a dinâmica da cultura e a questão das identidades nos dias atuais. O olhar sobre a cultura, a globalização, o consumo e a desestabilização das identidades modernas não passam despercebidas ao olhar atento desses pesquisadores. Eles perceberam e mapearam muito bem as mudanças estruturais que fizeram de nós os indivíduos “descentrados” que somos hoje.

No segundo capítulo discorro sobre o “estatuto” social do corpo na cultura de cada época. Tomo como referência inicial, especialmente, a obra de Richard Sennet que mostra como o corpo foi considerado e tratado em cada período histórico. Percebe-se que na contemporaneidade, cultura, ciência e tecnologia se fundem dando ao corpo novas possibilidades e lhe conferindo um novo estatuto na cultura. O corpo “emancipa-se”, ganha mais liberdade e maior velocidade. Autores como David Le Breton, Michel Serres, Paula Sibilia, Francis Fukuyama e Jurandir Freire Costa são referências centrais nessa construção teórica.

No terceiro capítulo abordo o papel da publicidade na produção de discursos, veiculação de informações, imagens e na construção de subjetividades e incentivos na remodelação de corpos, sob a ótica de vários autores teóricos da contemporaneidade. Sustento a argumentação especialmente no pensamento do professor Jurandir Freire Costa. Investigo o corpo enquanto produto e produtor de imagens, alvo do discurso publicitário, ao perceber que o marketing e a publicidade ditam a última palavra da moda, da estética corporal e dos mitos científicos da saúde e da beleza.

No último capítulo analiso o corpo enquanto produto e alvo do mercado, a ascensão de um mercado de aparências e a mercantilização do corpo e da vida de forma geral. Dentre os autores que servem de base para a sustentação teórica dessa parte do trabalho, menciono, em especial, o pensador polonês Zigmunt Bauman quando aponta a globalização e o consumo como instâncias das quais os seres humanos não escapam na contemporaneidade. Por fim, faço uma reflexão sobre a emergência de uma “moral da aparência”, pois deduzi que o mercado, cada vez mais globalizado, parece constituir-se no principal fio condutor e de “unificação”, de onde ninguém escapa. Assim, em todos os vieses da discussão feita em torno do corpo, as questões do mercado e da comunicação parecem se apresentar, hoje, como fatores centrais e decisivos de mediação.

Do ponto de vista metodológico, trata-se de uma pesquisa bibliográfica desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos de teóricos da contemporaneidade. Uma vez que foi possível transformar os elementos do objeto empírico da pesquisa (o corpo) em elementos do objeto teórico de discussão (modos de pensar o corpo na contemporaneidade), trata-se de uma pesquisa meramente teórica. Os exemplos apresentados no decorrer das discussões são meramente ilustrativos, uma vez que não foi feito nenhum levantamento de elementos empíricos. Minha opção por esse tipo de pesquisa reside no fato de acreditar que essa forma de abordagem possibilita uma análise mais abrangente do objeto em questão.

A pesquisa teórica a partir de levantamento bibliográfico, por certo, permite ao pesquisador fazer a cobertura de uma gama de informações muito mais ampla do que aquela que poderia ser feita numa pesquisa empírica ou de estudo de caso, por exemplo. Considero que essa característica da pesquisa bibliográfica torna-se, particularmente,

importante aqui em função do objeto em estudo (o corpo) requerer dados muito dispersos pelo espaço e pelo tempo.

Por fim, é importante informar que o objeto da pesquisa em questão emergiu do argumento de Michel Serres (2003) de que, atualmente, “o corpo vive inteiramente na modalidade do possível”. Se assim o é, afinal o que é/ou se tornou, e como pensar o corpo na contemporaneidade? Vejamos a elucidação da questão esboçada adiante, nos próximos quatro capítulos que compõem toda a trama do trabalho dissertativo.

CAPÍTULO I – A CULTURA SUGERE O QUE É O CORPO

1. IDENTIDADES EM QUESTÃO: A DINÂMICA DA CULTURA

Nos dias atuais, a humanidade parece ter vencido uma etapa na longa duração de seu destino contingente. No fim da minha vida, homens, mulheres e crianças, com os quais vivo, trabalho e penso, não tem com o mundo, com eles mesmos, com seus corpos e com os outros a mesma relação que seus predecessores tiveram antes da última guerra mundial. Tive sorte: minha existência viu a condição humana transformar-se. Posso dizer como e por quê. Não sei ainda em direção a quê.

[Michel Serres, 2003]

Essa citação um tanto longa do filósofo Michel Serres (2003) parece trazer elementos contundentes sobre as transformações da condição humana nos dias atuais. Aparecem novos sujeitos possuidores de novos corpos e com novas configurações identitárias. A humanidade, de forma geral, parece ter mudado também suas relações, tanto locais quanto globais, a forma de se relacionar com o mundo e com seus próprios corpos. Enfim, as últimas décadas parecem ter presenciado uma virada comportamental e uma mudança antropológica da condição humana.

Antes de uma abordagem na tentativa de compreender qualquer aspecto da dimensão humana, considero fundamental entender a idéia de identidade, tão discutida nos dias atuais em vários campos do saber, como por exemplo: na antropologia, na comunicação e, mais especificamente, nos estudos culturais.

Para elucidar a questão de como se configura o aspecto da identidade na pós-modernidade, tomo como ponto de referência para interlocução, especialmente, a produção teórica dos pesquisadores da comunicação e cultura, Néstor Garcia Canclini, Stuart Hall e, posteriormente, contribuições do filósofo Michel Serres.

A idéia de identidade parece fazer sentido somente se a situarmos numa dada cultura. Segundo Canclini (1995), o rádio e o cinema contribuíram, na primeira metade

do século passado, com a organização dos relatos da identidade e do sentido de cidadania nas sociedades nacionais. A mídia e seus noticiários colocavam as sociedades em contato e informavam sobre os modos de vida na cidade. A partir dos anos 80 com a abertura econômica de vários países, os referentes das identidades nacionais começaram a ser postos em questão, de modo que não se pode falar sobre mais de uma “identidade” fechada e acabada como se acreditava antes.

A questão de identidade, hoje, mesmo nos amplos setores populares, é como descreve Canclini (1995, p. 142) uma identidade “poliglota, multi-étnica, migrante, feita com elementos mesclados de várias culturas”. A globalização, abertura de mercados e expansão dos meios de comunicação, contribui cada vez mais para a mixagem das identidades, sejam elas sociais, culturais ou corporais, como suponho. Toda e qualquer forma de identidade tende a se mesclar com as diversas influências do mundo globalizado, de sorte que, já não dá mais para se referir a uma “identidade concreta”.

Outra questão que deve ser lembrada é que, hoje, o laço social não se faz mais unicamente por meio das grandes instâncias da modernidade. É bem provável que as antigas instâncias, como por exemplo, as normas da religião, a influência da família e a regulação social por parte do Estado ainda cumprem suas funções normalizadoras de condutas e comportamentos. Mas elas já não são mais as únicas. Ao lado dessas velhas instituições surgem novos espaços reguladores e influenciadores de condutas e comportamentos e, de certa forma, tão mais eficientes quanto àquelas. Os Shopping Centers com suas estantes espelhadas e prateleiras com produtos que são anunciados como “o último lançamento do ano” e as passarelas da moda com seus personagens vibrando o glamour da “fama instantânea” são, hoje em dia, espaços privilegiados na indução de comportamentos e condutas.

Observo como esses espaços, com uma arquitetura própria¹⁷, trazem implícitas mensagens subliminares da organização, da ordem, da submissão ao consumo, ou seja, da regulação do mercado e da vida de todos que o habitam. Milhares de pessoas circulam diariamente pelos Shopping Centers. Os Shoppings são, atualmente, o lugar dos jovens burgueses, mas também, o lugar da família, das crianças, dos trabalhadores, dos desempregados, dos cristãos, dos ateus, enfim, o lugar dos encontros.

Os domingos das famílias religiosas já não são mais exclusivamente de cultos nas igrejas. O Shopping Center se apresenta como mais uma opção. Os trabalhadores já não precisam mais seguir uma rotina monótona da empresa e da fábrica. Podem ir almoçar no Shopping Center e aproveitar para apreciar novos lançamentos de produtos expostos nas vitrines e planejar para mais uma compra no início do mês quando tiver recebido seu salário e quitado a fatura do seu cartão de crédito. Afinal, as ofertas dos Shopping Centers são “irresistíveis” e só não se rende às compras parceladas em até mais de 24 vezes quem não os visita. De fato, agimos atualmente segundo Canclini (1995) como “consumidores e cidadãos.” E nessa onda atual da busca do “corpo perfeito”, portamos, cada vez mais, como consumidores de bens e de serviços de beleza e saúde.

Retomando a questão anterior, o ambiente dos Shopping Centers é bastante agradável. As pessoas parecem felizes. Estão sempre bem vestidas, limpas, saudáveis e bonitas. A violência, a indisciplina, o “feio” e toda sorte de condutas e condições indesejadas parecem ficar de fora. Isso me faz considerar o Shopping Center como um lugar de promessas, onde talvez um mundo exterior marcado por violências no plano físico se reduz ao plano simbólico na sua interioridade.

Observa-se então, que já não podemos mais ter a mesma idéia de identidade da modernidade. Assim, os tempos atuais exigem novas reflexões com outras idéias e

¹⁷ A arquitetura dos espaços dos Shopping Centers parece ser projetada para induzir a circulação das pessoas de forma mais rápida. Além disso, os espaços são todos monopolizados pela questão

modos de abordagens. Entender o que é identidade hoje implica em compreender os vários processos que culminaram na sua desestabilização e os novos espaços pelos quais se transita em tempos hodiernos.

Por se tratar de um terreno de interpretação cada vez mais complexo, Canclini (1995, p. 148) acredita que: “a reflexão atual sobre a identidade e a cidadania precisa situar-se com relação aos vários suportes culturais, e não só com o folclore ou a discursividade política, como ocorreu nos nacionalismos do século XIX e princípios do XX”. Para compreender a questão das identidades, não se pode lançar mão apenas de uma única disciplina (a antropologia ou a sociologia política, por exemplo), mas sim de um trabalho transdisciplinar, no qual intervenham especialistas de diversas áreas como: comunicadores, semiólogos, urbanistas, economistas, biólogos, etc.

Por certo, vamos aos poucos afastando cada vez mais da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas. Há aproximadamente umas três décadas, as pessoas escolhiam uma profissão, passavam cerca de 30 ou 40 anos trabalhando na mesma atividade até se aposentarem. Não trocavam de profissão, de cônjuge e nem mudavam de lugar ou até de comportamentos e corpos tão frequentemente como acontece nos dias de hoje.

Atualmente, as identidades parecem se configurar na livre circulação e, mais especialmente, no consumo. A identidade parece depender da experiência, das vivências, daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir. De fato, estou de acordo com Canclini (1995) que o consumo projeta a identidade dos indivíduos, fazendo-os “consumidores e cidadãos” descentrados e “desterritorializados”.

Considero também que merece grande destaque no debate das identidades, os trabalhos do jamaicano Stuart Hall, autor de fértil produção nos estudos culturais. Para

Hall (2003), o fator que está cada vez mais deslocando as identidades culturais e nacional é o processo da globalização. Devo concordar também com Hall (2003) que, de fato, a globalização afetou profundamente todas as dimensões da vida. Hoje, é possível mudar de país, de profissão e de relacionamento afetivo, sem que isso represente perdas no sentido de viver. Pelo contrário, é um ganho na configuração e enriquecimento da identidade que perde o seu sentido etimológico de “idêntico a” e passa a ser diversa e plural, de acordo com as experiências presenciadas e vividas.

Vejam só o exemplo da questão do trabalho: no mercado de trabalho contemporâneo, o bom profissional, aquele que tem o *status* de “profissional global” é àquele capaz de se “desterritorializar” e “reterritorializar” num processo dinâmico e constante. A essa efemeridade das relações de trabalho, utiliza-se constantemente no meio empresarial o jargão de flexibilidade. O profissional flexível é aquele que está disposto a mudar de país, de função, de cultura e até de profissão e identidade e, portanto, está mais apto para sobreviver aos novos tempos globalizados.

Nas palavras de Stuart Hall:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha (HALL, 2003, p. 75).

Hall faz um procedimento analítico ao descrever o processo de deslocamento das estruturas tradicionais ocorrido nas sociedades modernas, assim como o descentramento dos quadros de referências¹⁸ que ligavam o indivíduo ao seu mundo social e cultural.

¹⁸ Para fazer uma análise da questão da crise de identidade Hall analisa três concepções de sujeito: o sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. Para Stuart Hall, a identidade do sujeito do Iluminismo estava baseada numa concepção da pessoa humana como um indivíduo totalmente

Hoje, não temos mais um “porto seguro” onde a vida é regida por certa linearidade que unifica a totalidade. O que existe são umas multiplicidades, diversidades e, em certa medida, desvios contra culturais e anomia social.

As sociedades contemporâneas são, de alguma forma, caracterizadas pelas “diferenças”¹⁹, atravessadas por diferentes divisões e antagonismos sociais que demarcam, em certa medida, diferentes posições de sujeito e sua identidade de forma geral, sendo ainda possível escolher dentre as inúmeras identidades. Pois como me referi anteriormente, a multiplicidade e a heterogeneidade se configuram como características fundamentais da contemporaneidade. Isso é óbvio que amplia o universo de escolhas e possibilidades de “desconstruir” uma velha identidade em favor da escolha de uma nova identidade imaginada, oferecida e projetada pela cultura.

Ao falar sobre as culturas nacionais como “identidades imaginadas”, Hall (2003) acredita que pensamos nas identidades nacionais como se elas fossem partes essenciais de nossa natureza, embora, segundo ele, elas não estejam impressas nos nossos genes. Não nascemos prontos, ou seja, com as identidades nacionais. Pelo contrário, a identidade é formada e transformada por um conjunto de significados que lhes são apresentados pela cultura. Portanto, uma nação é uma comunidade simbólica. Uma cultura nacional não é composta apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações.

centrado, unificado e dotado de capacidade racional. A noção de sujeito sociológico refletia a crescente complexidade do mundo moderno. O núcleo interior do sujeito estava baseado na relação social, a qual mediava valores, símbolos e sentidos na formação da cultura por ele vivida. Ou seja, a identidade é formada na “interação” entre o “eu” e a sociedade. Segundo Hall, “o sujeito”, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto de várias identidades mutantes e transitórias. Para Hall, esse processo produz o sujeito pós-moderno, sem identidade fixa. Uma identidade que está continuamente sendo formada e transformada em diferentes momentos e contextos históricos. Ver: HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, RJ: DP&A Editora, 2003.

¹⁹ A sociedade contemporânea ainda é, por excelência, uma sociedade baseada na divisão e diferenciação interna. Embora pareça que, cada vez mais, isso vá se borrando, ela está ainda, de certa forma, dividida em classes, gêneros, sexo, idade, etnias e nacionalidades.

A articulação dos diferentes elementos sociais e culturais possui também características positivas uma vez que ao desarticular as identidades estáveis do passado, abre a possibilidade para a criação de novas identidades e a produção de novos sujeitos na contemporaneidade. Nascem aí, provavelmente, novos sujeitos, portadores de novas identidades, novas subjetividades²⁰ mais flexíveis com fronteiras menos rígidas²¹, com outro corpo e outra maneira de pensar. Possivelmente mentes mais livres, corpos mais libertos. Posso assim dizer que, talvez, nem homens nem mulheres, nem gays nem lésbicas, simplesmente pessoas mais livres. Sem hierarquias de qualquer natureza.

A partir dos anos 80 percebe-se que a globalização, servida cada vez mais pelo surgimento das novas tecnologias da comunicação e da informação, compõe-se de processos cada vez mais atuantes numa escala global, que atravessa fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço e tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado e os indivíduos mais descentrados. O mundo parece ter, efetivamente, se transformado em uma verdadeira “aldeia global” como havia vaticinado o sociólogo e teórico da comunicação, Marshal McLuhan.

Já na década de 60, McLuhan (1997) percebeu o início de uma dissolução de fronteiras ocasionadas pela emergência das novas tecnologias. Para McLuhan, “a nova interdependência eletrônica recria o mundo à imagem de uma aldeia global”. O fato é que a globalização e o advento das novas tecnologias parecem ter quebrado tanto as fronteiras externas do espaço geográfico, quanto as internas do indivíduo, do próprio corpo e da mente.

²⁰ Sobre essa questão da emergência de novas identidades é importante lembrar os diferentes gêneros que se revelam a cada dia. Para além das fronteiras dos gêneros tradicionais: homem/mulher, ou da binaridade: gay/lésbica declaram-se ainda: bissexuais, transgêneros, simpatizantes, entre outros.

²¹ Parece que até mesmo a própria identidade de gênero definido é posta em questão. Os gêneros parecem estar se tornando cada vez mais efêmeros, descentrados e flexíveis. Já até mesmo circulam rumores em

Nesse processo de mudanças que vem ocorrendo na contemporaneidade, Stuart Hall (2003) entende que o sujeito pós-moderno não mais tenha uma identidade fixa e estável. O indivíduo da pós-modernidade tem sua identidade construída e permeada pelos diversos sistemas culturais que o rodeiam. Segundo Hall, a identidade tornou-se uma “celebração móvel”, e assim, dá a entender uma identidade mais volúvel, flexível às mudanças, que poderíamos chamar de identidades efêmeras ou em suas palavras: “descentradas”.

Stuart Hall (2003) para começos do século XXI parece perceber muito bem que ocorreram cinco grandes eventos que contribuíram para o “descentramento” do sujeito. A primeira descentração refere-se às tradições do pensamento marxista. O segundo dos grandes “descentramentos” refere-se aos estudos de Freud e a descoberta do inconsciente. Para Hall este arrasa a idéia de um sujeito cognoscente e racional provido de uma identidade fixa e unificada - o “penso, logo existo” do sujeito de Descartes. Para Freud, a identidade é algo formada ao longo do tempo, através de processos inconscientes.

O terceiro descentramento refere-se à linguística, aos trabalhos de Ferdinand Saussure. Para Saussure, nós não somos, em nenhum sentido, os autores das afirmações que fazemos e dos significados que expressamos quando defende que: “A língua é um sistema social e não individual. Ela preexiste a nós”.

O quarto descentramento refere-se aos trabalhos do filósofo Michel Foucault sobre a vigilância e a regulação do poder disciplinar. O quarto descentramento é o impacto do feminismo, parte dos “novos movimentos sociais” que emergiram durante os anos 60 e que, certamente, trouxe mudanças significativas no modo de vida.

determinados grupos sociais de que a “moda” é ser “bi” ou “flex”, ou seja, não se prender mais a um gênero em específico.

Esses acontecimentos fizeram segundo Hall, com que o sujeito do Iluminismo, visto como tendo uma identidade fixa e estável fosse descentrado, resultando nas identidades abertas, contraditórias, inacabadas e fragmentadas do sujeito pós-moderno. Talvez esse descentramento tenha contribuído para o desencadeamento de uma revolução comportamental que teve início no século XX e se estendeu pelo século XXI com o surgimento, nos dias atuais, de novas possibilidades identitárias e subjetividades.

Por certo, todos esses eventos mencionados por Hall têm, de alguma forma, impactos sobre a “identidade corporal”. Porém, acredito que o impacto do feminismo seja o mais importante deles. Acredito que uma das revoluções mais bem sucedidas e impactantes foi a revolução feminina. Portanto, a tomo o como fio condutor da questão abordada. Não posso aqui precisar uma data em que a revolução feminina teve o seu desabrochar e com ela a valorização do corpo e da beleza estética. Mas tomo como ponto de referência privilegiado, especialmente, a grande revolução comportamental do século XX que ocorreu em Maio de 68. Essa data é estimada por vários estudiosos como um “ponto de corte”, um marco na história do século.

Os anos 60 presenciaram vários descontentamentos que culminou em acontecimentos notáveis, resultando ainda, em descentramentos identitários. Volto aqui à lembrar a questão das mulheres ou revolução feminista, como mencionada por Stuart Hall. Até os anos 60 as mulheres quase não participavam do mercado de trabalho. A partir da revolução feminina, as mulheres conquistaram direitos, galgaram posições no mercado de trabalho, mudaram os valores, o comportamento e ganharam o mundo.

Até os anos 60 pode-se dizer que a família era nuclear com um “pai provedor” e uma “mãe dona de casa”. A pressão social sobre as mulheres era bastante forte. Havia o risco da gravidez e elas não tinham nem a liberdade e nem o controle de sua sexualidade. Hoje, tudo isso mudou. Nas últimas décadas, provavelmente, as mulheres

diminuíram em média cerca de cinco anos na sua iniciação sexual, além da multiplicidade de parceiros e diversidade de experiências antes do casamento, que passa a acontecer cada vez mais tardiamente. Parece até mesmo que o casamento está ficando reservado apenas para casais que desejam ter filhos “à moda antiga”.

Mas, ao mesmo tempo em que houve uma série de conquistas para as mulheres, houve também perdas. Ao lado da conquista do trabalho, da liberdade sexual, da liberdade de exposição do corpo, a mulher teve também que assumir uma multiplicidade de tarefas e dupla jornada laboral, atuando ao mesmo tempo como: profissional, mãe, esposa e dona de casa. Ainda, vários acontecimentos no corpo como: a bulimia, a anorexia, as depressões além de outros estados patológicos, também passaram a fazer parte do cotidiano das mulheres.

Mas embora eventos na mudança comportamental, de transformações na sexualidade, no corpo e de mudança de valores foram mais notadas e/ou notáveis no sexo feminino, incluo na mudança corporal não apenas o gênero feminino. O que está também em questão é a identidade enquanto pertencentes de uma nação, de uma etnia, de uma cultura, de um gênero, de uma classe social e do gênero humano como um todo. Ao lado da desconstrução e/ou descentralização da identidade situam-se os acontecimentos e mudanças na nossa relação com o corpo. Com todas essas transformações na estrutura social nas últimas décadas, o corpo, possivelmente, já não possui mais o mesmo estatuto que possuía no século passado.

Até o início do século passado, o corpo ainda se encontrava subordinado aos caprichos das antigas instâncias como família e religião, as quais mantiveram-no por longo tempo recalcado, tido como amoral e de valor inferior. Fenômenos notáveis como a liberação da sexualidade, a moda, a ideia de uma eterna juventude, as práticas constantes de exercícios físicos com a proliferação de academias, o advento do

consumo, as grandes campanhas publicitárias, a idolatria de artistas e celebridades e um novo conceito de saúde com a ideia de qualidade de vida, ainda se encontravam em estado embrionário, engatinhando para um forte desabrochar neste início de século XXI.

Acredito que as formas e a exposição corporal na contemporaneidade começaram a ser delineadas ainda no século passado. Tomo aqui como fio condutor para exemplificar, a questão do vestuário. Neste período, a moda foi aos poucos modificando as formas do vestuário, dando uma maior exposição ao corpo. O uso de bermudas a partir dos anos 20, os biquínis nos anos 50, a minissaia nos anos 60 e os minibiquínis nos anos 70 foram dando cada vez mais visibilidade pública ao corpo.

A mídia, por certo, teve contribuição relevante nesse processo com a divulgação de novas ideias e valores. Talvez possa dizer que o século XX foi marcado pelo “desnudamento do corpo” enquanto acredito que no início do século XXI presencia-se uma época da “construção do corpo”.

É importante lembrar que, no século passado, especialmente as mulheres, lutavam para ter o direito de usar a minissaia ou o biquíni, de expor o seu corpo ou praticar o sexo sem correr risco da gravidez. Hoje, o paradigma se inverte e elas lutam para ter a marca da minissaia, do biquíni e o corpo ideal para expô-lo livremente de repressões e constrangimentos²². Para muitas, a gravidez passou de um risco indesejado para desejável por meio de técnicas de fertilização²³. Assim, percebo que embora as

²² Merece ser lembrado aqui o caso da estudante brasileira de turismo, Geisy de 20 anos, expulsa da Uniban (Universidade Bandeirantes) no dia 22 de outubro de 2009 por usar um microvestido rosa. O caso foi considerado por muitos um absurdo e mereceu destaque na mídia mundial como, por exemplo, o *New York Times*, o *Guardian* e o *Daily Telegraph* do Reino Unido e a versão on-line da rede americana CBS. Poucos dias depois o Reitor da Uniban revogou o conselho diretor que expulsou a aluna. O jornal noticiou que: “os advogados da estudante procuraram a DDM (Delegacia de Defesa da Mulher), em São Bernardo do Campo (Grande São Paulo), para pedir a abertura de um inquérito policial sobre o caso. O inquérito foi instaurado e ainda, segundo os advogados, há indícios de que tenha havido sete crimes: difamação, injúria, ameaça, constrangimento ilegal, cárcere privado, ato obsceno e incitação ao crime”. Ver: FOLHA ONLINE. *Jornais estrangeiros dão destaque à expulsão de aluna pela Uniban*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/educacao/ult305u649827.shtml>>. Acesso em 9 de nov. de 2009.

²³ Parece que antes do advento dos anticoncepcionais, o desafio para muitas mulheres era o de fazer sexo sem engravidar. Hoje, com o avanço da engenharia genética com os métodos de fertilização, algumas mulheres preferem engravidar sem fazer sexo, ou seja, por meios artificiais.

mulheres neste século tenham mais liberdade no vestir e no comportar-se, permanecem presas aos padrões do mercado e do consumo. Submetem-se ao consumo de roupas, pílulas anticoncepcionais, serviços médicos de saúde e beleza.

Apesar desse processo gradual de exposição do corpo que veio ocorrendo, no século passado as “ciências da vida” ainda não tinham realizado plenamente as grandes descobertas sobre o funcionamento da vida. A biotecnologia e a informática estavam apenas na potência de vir a apresentar-se como saberes e técnicas eficientes. Provavelmente, nem sequer imaginávamos que no século XXI a biotecnologia e a informática iriam se apresentar com grandes promessas para o corpo e para a vida. O avanço da medicina e o grande desenvolvimento tecnológico presenciado neste século trazem hoje, a possibilidade de conhecer e até modificar o corpo, de alterar características físicas e hereditárias fundamentais ao sabor do desejo e da imaginação.

Com o desabrochar dos vários acontecimentos, antes mencionados, as identidades culturais, sociais e corporais adquiriram por certo novas configurações. Com tudo isso, nosso comportamento mudou. Adotamos nova forma de pensamento e novas condutas. O nosso corpo também mudou e, da mesma forma, a ideia que se faz dele. Hoje conhecemos o corpo e a vida muito mais do que conhecíamos no século passado. Desnudamos seu exterior das vestes e estamos a cada dia a “desnudar” seu interior. Já conhecemos muito bem o funcionamento do corpo e, talvez, possamos dizer que estamos a um passo de descobrir o segredo da vida, se não já o descobrimos!²⁴

²⁴ Marcelo Gleiser comenta que Harold Urey, orientador de Miller – o autor de experimentos que produziram moléculas de aminoácidos - e vencedor do prêmio Nobel de Química, declarou entusiasmado: “Se Deus não criou a vida, ele perdeu uma ótima oportunidade”. Outro exemplo notável da descoberta dos segredos da vida, que ocorreu mais recentemente, foi o da clonagem. A primeira experiência de clonagem bem sucedida ocorreu no ano de 1996, no Instituto de Embriologia de Roslin na Escócia com a ovelha Dolly. Depois dessa experiência, cientistas acreditam ter aberto caminho para a possibilidade de clonagem humana. “Os cientistas começaram a fazer clone de animais no final do século XIX. O homem é o próximo da lista”, afirmou o noticiário. Disponível em: <<http://ftp.mct.gov.br/especial/clone01.htm>>. Acesso em: 09 jul. 2008.

2. O CORPO EM QUESTÃO: A DINÂMICA DAS IDENTIDADES

Nos anos 90, “há uma inversão de significados atribuídos ao corpo ‘natural’”. A intensa divulgação de casos de intervenção cirúrgica com finalidade estética alterou seu status: o avanço da medicina e o desenvolvimento tecnológico possibilitam modificar o corpo, alterando-lhe características hereditárias, esculpindo-lhe as formas ao sabor da imaginação e da vontade. [HOFF, 2003, p. 4].

Se a partir dos anos 80, com o processo de globalização, a identidade foi posta em cheque, a partir dos anos 90 passou a ser a vez do corpo. Alguns autores defendem que a formulação de um tipo ideal físico teve início já na década de 20 pela influência da imagem cinematográfica, onde as mulheres começaram a fazer uso da maquiagem, do batom e a valorizarem um corpo mais esbelto. Outro importante marco foi a década de 60 com o movimento da contracultura onde o corpo foi colocado em cena como *locus* privilegiado da transgressão e contestação. Acredito porém, que a cena mais relevante com respeito ao corpo tem início a partir dos anos 80, com a ideia da geração saúde, onde os cuidados com o corpo, as práticas de exercícios físicos e a veiculação de imagens pela mídia se intensificam. Ana Lúcia de Castro (2008) lembra que: “No que diz respeito à mídia impressa, vale destacar que a temática corpo ganha cada vez mais espaço desde os anos 1980, quando nascem as duas maiores revistas voltadas ao tema – *Boa forma* (1984) e *Corpo a corpo* (1987) – as quais abriram o caminho para um filão de mercado que vem sendo habilmente explorado pelas indústrias editoriais.

Com os avanços das ciências e as mudanças estruturais na sociedade, ao revisar colocações sobre o corpo, me deparo com as transformações em que “ele se metamorfoseia e testa suas capacidades sem limites no esporte e na estética, nos desejos e viagens, na alimentação e na reprodução, na medicina, nas ciências biológicas e nas técnicas do genoma” (SERRES, 2003, p. 40).

O lazer, as práticas esportivas e atividades culturais são atualmente incentivadas e estendidas por todas as categorias sociais. Todos esses fatores contribuem de alguma forma para a construção de um novo modelo de corpo. A meu ver, da mesma forma que os novos tempos marcados pela globalização e pelas novas tecnologias, afetaram profundamente a idéia que se tinha de uma identidade centrada, fixa e territorial, imóvel e estável também se passa no corpo hoje em dia. O corpo parece estar aos poucos se libertando das coerções impostas pela natureza e pela lenta evolução biológica.

Não é possível, hoje, conceber uma identidade corporal fixa. Talvez, essa possibilidade nunca tenha existido ao longo da história. Atualmente, o corpo parece cada vez mais uma realidade que se metamorfoseia, em permanente mutação e construção. É esse quadro de instabilidades e metamorfoses da identidade do corpo que faz o filósofo Michel Serres (2003, p. 40) argumentar que: “Quando a medicina, a farmácia, as políticas de saúde, os coadjuvantes técnicos do trabalho avançam no desmantelamento de suas impossibilidades, podemos enfim colocar a questão: o que é o corpo? Ele não existe; existia, mas não existe mais, pois vive inteiramente na modalidade do possível”.

Apesar das metamorfoses do corpo, onde o mesmo se encontra atualmente na possibilidade do “vir a ser”, do possível como acredita Serres, ele é, em certo sentido, uma entidade universal. Todos os seres possuem um corpo. Da mesma forma, as instâncias que regem o corpo procuram universalizar-se. Vejamos, por exemplo, as políticas de saúde controladas por órgãos como a OMS (Organização Mundial da Saúde) ou a normalização do CID (Código Internacional de Doenças) que estabelecem padrões universais do que seja a saúde ou a doença²⁵.

²⁵ O CID (Código Internacional de Doenças), proposto pela OMS (Organização Mundial de Saúde) é o responsável, a cada dez anos, pela normatização das doenças em nível internacional. As doenças são classificadas e rotuladas como doenças oficialmente, somente quando estão no CID. É importante lembrar

Na atualidade, parece que nada mais escapa à globalização. Vivemos verdadeiramente numa “aldeia global”. A economia, a política, o trabalho, o desemprego, a violência, as comunicações, a educação, a saúde, a doença, o padrão de beleza e o ideal de corpo encontram-se todos globalizados²⁶.

São várias as transformações sociais e culturais que vêm ocorrendo e que têm impacto na forma de perceber e de se relacionar com o corpo. Existem várias técnicas de aplicação na relação com o corpo. Mas vejamos por exemplo, duas delas: a proliferação de cirurgias plásticas para correção e modelação do corpo e o uso do botox (toxina botulínica) para o rejuvenescimento facial. As cirurgias plásticas estão cada vez mais diversificadas, sofisticadas e acessíveis. Cada vez mais aumenta o número de pessoas que já passaram por algum procedimento cirúrgico com finalidade estética. Ao lado da cirurgia plástica a aplicação de botox com finalidade de conservar a fixidez estética da pele se torna cada vez mais disseminada e comum entre todas as classes sociais. De sorte que, já não distinguimos mais com clareza o sorriso de uma pessoa idosa do sorriso de um jovem que ainda conserva seu vigor facial natural da juventude.

Tudo isso – usos de técnicas do corpo -, são transformações que, como descreve Serres (2003, p. 48), levaram a “um corpo recentemente tornado translúcido e visível, despido, enfim, da couraça da alienação que o aprisionava”.

Serres continua a descrição de que o corpo agora, “Inteiramente novo, ele passa a exigir coisas novas: saúde, segurança, vida longa, alimentação sem risco e controle da reprodução, em suma, esse possível que ele já era, sem o saber, e o poder que ele acaba de adquirir, oriundo da disciplina do ser e engajado na lógica flexível dos modos de ser”.

que até o CID de nº 9, o homossexualismo era considerado como doença. Com o avanço da ciência e as mudanças de valores, no CID nº 10, o homossexualismo saiu da categorização de doenças.

²⁶ Para mencionar apenas dois eventos mais recentes, lembro aqui a última crise mundial que afetou globalmente a economia e o caso do vírus da gripe suína H1N1 que se espalhou rapidamente por vários países fazendo inúmeras vítimas.

Talvez a identidade corporal neste início de século passa necessariamente pelo “bicorporal” e “bicultural”²⁷ onde nos construímos pelos objetos da cultura e pelas interações das redes permeadas de artefatos tecnológicos que, de certa forma, acabam por unir, natureza e cultura, homens e máquinas, corpos e artefatos. Assim, os humanos contemporâneos são produtos de todas as interações que se passam em nível global. Mentes e corpos são atravessados por objetos da cultura como: a religião, as criações artísticas, os objetos da linguagem e os produtos da ciência. O biológico e o cultural mesclam e se fundem fazendo de nós seres híbridos, mestiços, culturais, evolutivos e tecnológicos. Seres capazes de transformar o ambiente e transformarem-se a si mesmos.

Definitivamente, concordo com David Le Breton (2003b, p. 123) quando afirma que “o corpo não é mais uma fronteira identitária, mas vestígio deixado no espaço”. Em seu livro, *Adeus ao corpo*, Le Breton discorre sobre as transformações que ocorrem atualmente cada vez mais no corpo humano. Para Le Breton, o corpo tornou-se um rascunho a ser corrigido. As possibilidades de modelar o corpo por meio de técnicas artificiais tal qual como se almeja já é de fato uma realidade. Frente a essas possibilidades, o corpo tornou-se um acessório e não mais o princípio de identidade. O corpo tornou-se, de fato, simulacro e palco de várias experiências, tanto nos laboratórios como nos espaços abertos do mundo contemporâneo. Transforma-se cada vez mais num corpo objeto, corpo signo, perpassado por discursos sobre alimentação, nutrição, cirurgias plásticas, reprodução, saúde e beleza.

A contemporaneidade, sem dúvida, presencia o surgimento e uma enorme expansão de técnicas artificiais de manutenção e reconstrução do corpo, de sorte que, como nos mostra Villaça e Góes (1998, p. 159): “[...] arte, cultura e tecnologia se

²⁷ Conceitos cunhados pelo filósofo Michel Serres. Serres parece, com esses conceitos, se referir ao corpo contemporâneo como um corpo atravessado pelo biológico e pelo cultural, pelo novo e pelo antigo. Ver: . SERRES, Michel. *Hominescência: o começo de uma outra humanidade?* Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2003. p. 48.

conjugam num modo gerundivo de ser, em permanente processo de construção/desconstrução” do corpo. Todas as partes do corpo humano são, atualmente, passíveis de intervenções e modificações. A cultura contemporânea é uma cultura que parece pensar o corpo como um ente capaz de ter suas características físicas projetadas, reformuladas, adequadas aos ditames da moda, exigências de saúde e ideais de aparência e perfeição.

CAPÍTULO II - O ESTATUTO SOCIAL DE CORPO NA CULTURA

1. O CORPO NA CULTURA E A CULTURA DA “REFORMA” DO CORPO

O corpo metaforiza o social e o social metaforiza o corpo. No interior do corpo são as possibilidades sociais e culturais que se desenvolvem
[LE BRETON, 2009, p. 70].

Por certo, para cada época existe um tipo específico de corpo idealizado. As representações sociais que se fazem do corpo, nem sempre foram as mesmas para todas as épocas, espaços e culturas. Cada cultura tem sua maneira própria de pensar e evidenciar o corpo, dar-lhe um sentido e atribuir-lhe um lugar na esfera social. Isso denota que identidade corporal é inventada e construída em determinados contextos culturais e em certas circunstâncias.

A Grécia antiga, a Roma imperial, a Idade Média, a Modernidade e, atualmente, a Pós-modernidade atribuíram ao corpo certo valor e indicaram determinado lugar que este deveria ocupar na cena pública. Assim o fisiológico parece estar, em certa medida, subordinado à simbologia social, representações políticas e culturais sobre o corpo²⁸ e aos modelos epistemológicos que vigoram em cada época. Dessa forma, o estatuto do corpo tem uma longa história que compreende as fases de cada período histórico.

Em *Carne e Pedra* – o corpo e a cidade na civilização ocidental, Richard Sennet (1997) faz um estudo um tanto minucioso da relação do corpo com a cidade desde a Grécia Antiga passando por Roma até a modernidade e as transformações na compreensão do corpo ocorridas através dos estudos de William Harvey e suas

²⁸ É importante lembrar aqui a questão dos deficientes físicos. Se a cultura contemporânea preocupa em criar um estatuto diferenciado para o deficiente supõe-se que seu corpo possui “valor” reduzido àquele considerado o padrão ideal. Sobre essa questão, Evgen Bavcar (2003, p. 188) nos faz a seguinte provocação: “[...] por que é que a ideia do deficiente invadiu a história contemporânea? Falar do corpo

posteriores repercussões²⁹. A revolução científica de Harvey mudou toda a compreensão que se tinha do corpo até então.

Sennet (1997, p. 213) nota que as descobertas de Harvey as quais ocasionaram uma nova compreensão do corpo, “[...] coincidiu com o advento do capitalismo moderno, contribuindo para o nascimento de uma grande transformação social: o individualismo. O homem moderno é, acima de tudo, um ser humano móvel”.

Nesse processo de transformação social de passagem ao individualismo, o corpo como primeira propriedade pode ser também a primeira instância a ser transportada, transformada e corrigida. Afinal, o corpo é seu traço mais visível. E o mesmo encontra-se exposto e disposto às exigências das transformações sociais e da cultura.

Essa questão do individualismo, teorizada por vários autores, tem papel central nas mudanças de comportamento que vêm ocorrendo atualmente nas relações sociais, econômicas e culturais. O modelo de circulação do sangue proposto por Harvey serviu de parâmetro para outras instâncias. Pessoas e coisas passaram a operar num processo semelhante ao da circulação do sangue. Velocidade de deslocamento das pessoas, do mercado e de corpos. Assim, evidentemente, o corpo obedece à lógica das transformações sociais, da cultura e da ciência num determinado tempo e espaço.

O corpo é uma realidade mutante de uma sociedade para outra: as imagens que o definem e dão sentido à sua extensão invisível, os sistemas de conhecimento que procuram elucidar-lhe a natureza, os ritos e símbolos que o colocam socialmente em cena, as proezas que pode realizar, as resistências que oferece ao mundo, são incrivelmente variados, contraditórios até mesmo para nossa lógica aristotélica do

ferido, designar o outro como diferente de nós, é tentar acreditar na possibilidade do corpo ideal, perfeito”.

²⁹ O médico inglês William Harvey (1578-1657) foi o “descobridor” da circulação do sangue. Sua descoberta, por certo, revolucionou a compreensão do corpo. A descrição da circulação sanguínea, feita por Harvey em 1628, consistiu nas bases necessárias para que ocorressem as transformações posteriores na ciência médica. O impacto das descobertas de Harvey foi além da ciência médica, afetando também a concepção de modelos teóricos de renomados economistas como, por exemplo, Adam Smith.

terceiro excluído, segundo a qual se a coisa é comprovada, seu contrário é impossível. Assim, o corpo não é somente uma coleção de órgãos arranjados segundo leis da anatomia e da fisiologia. É, em primeiro lugar, uma estrutura simbólica, superfície de projeção passível de unir as mais variadas formas culturais. Em outras palavras, o conhecimento biomédico, conhecimento oficial nas sociedades ocidentais, é uma representação do corpo entre outras, eficaz para as práticas que sustenta (LE BRETON, 2009, p. 29).

Como qualquer outra realidade da dimensão do mundo humano, o corpo também é socialmente construído de acordo com modelos e representações vigentes. O corpo não se resume somente na sua esfera orgânica. Ele é uma recriação do ambiente físico, cultural e social em cada período histórico. E hoje, mais do que nunca, essa recriação parece acelerar-se no tempo e generalizar-se pelo espaço geográfico.

O corpo evolui. Mas ele exige também, para cada época, uma reconfiguração dos espaços sociais e culturais. A ergonomia de cada espaço é projetada conforme as exigências do corpo da época. Vejamos, por exemplo, a evolução dos meios de transporte. Os espaços de acomodação internos, a capacidade de velocidade e os dispositivos de segurança, acomodação e conforto são cada vez mais projetados para atender às necessidades de um novo corpo idealizado, um corpo padrão, uniforme, esbelto e belo. Da mesma forma, o espaço do trabalho também é projetado com um caráter ergonômico capaz de atender e explorar as forças e potencialidades do corpo da melhor maneira possível. A forma de sentar, de circular e de se portar na relação com o trabalho é controlada tanto pelo caráter arquitetônico do espaço quanto pelo monitoramento de profissionais de segurança do trabalho. Até mesmo o espaço social adquire a configuração ergonômica para atender as necessidades de corpos que devem circular livremente sem barreiras e impedimentos.

Atualmente pode se observar a crescente preocupação com a adequação de espaços que atendam as necessidades de circulação física. A adequação de espaços para

portadores de necessidades especiais é cada vez mais frequente nos dias atuais. Quando não é possível reformar ou se reinventar o corpo reinventa-se a técnica que lhe dê o suporte necessário para o seu funcionamento adequado e deslocamentos.

Outra questão relativa aos cuidados com o corpo que merece ser, ao menos ligeiramente, tocada é a questão referente à ecologia ambiental acompanhada da idéia de qualidade de vida. Nos últimos anos tem sido enorme a expansão dos investimentos em áreas que oferecem opções de lazer, ausência de poluição sonora, visual ou olfativa. Por certo, uma das maiores exigências da ecologia ambiental relacionada ao corpo nos dias atuais é a proibição do uso do tabaco em locais públicos. A proibição de fumantes se estende por todos os ambientes como, por exemplo: restaurantes, transportes coletivos, indústrias, comércios e todo tipo de espaço público de circulação.

Em nome do bem estar do corpo e da manutenção da saúde, espaços de lazer, parques públicos, condomínios privados e ambientes comerciais adequados são, hoje em dia, cada vez mais comuns. Assim, surge em nossos dias a idéia de um corpo que deve ser conservado na sua integridade obedecendo às exigências de saúde a aparência.

Além da realidade física e de suas funções orgânicas, o corpo é também realidade social e cultural. O corpo é, de certa forma, historicamente construído pelo ambiente, pela cultura e representado pelo paradigma epistemológico de cada época. Assim, ele possui marcas das práticas culturais de cada época e é, portanto, espelho e reflexo da cultura que o constitui e orienta.

No entanto, hoje parece ter nascido um novo modelo de pensamento sobre o corpo. Uma nova epistemologia do corpo parece estar em curso, onde se concebe o corpo como uma matéria-prima a ser modelada segundo o ambiente do momento. Atualmente o ambiente cultural caracteriza-se pelo progresso da técnica, da ciência e dos meios de comunicação. Nesse ambiente da pós-modernidade, altamente

tecnologizado e midiático, o corpo deixou de ser o substrato da natureza humana. O corpo passou a ser o principal alvo da publicidade, da ciência médica e da técnica. Estamos, sem dúvida, vivendo atualmente uma mutação antropológica do corpo.

É importante lembrar que existe um grande contraste entre a vontade de reformar o corpo humano das sociedades ocidentais e um revelador abandono das condições sanitárias de uma imensa parte do mundo. Os ocidentais – tomo como exemplo especialmente a maior potência mundial: os Estados Unidos da América -, lutam contra o excesso de colesterol ou planejam modelarem os genes para “fabricar” um homem perfeito, sem defeitos físicos ou psicológicos. Por certo, o Projeto Genoma³⁰ com o mapeamento genético forneceu muitos subsídios para reforçar essa utopia. De forma que o início do século XXI já se apresentou como o “século da biologia”. Grandes projetos e empreendimentos científicos já foram e ainda continuam sendo realizados nessa área. Parece que a ciência contemporânea insiste, cada vez mais, em combater os indeterminismos da vida e as imperfeições do corpo.

É importante ressaltar que se busca nos dias atuais, a perfeição do corpo e a eterna juventude. Nossos avôs, por exemplo, não experimentaram o que hoje se chama de terceira idade, acompanhada pela assistência de especialistas em geriatria. A terceira

³⁰ O PGH (Projeto Genoma Humano) é um programa de pesquisa internacional que foi concebido em meados da década de 1980, nos Estados Unidos, pelo Department of Energy (DOE), inicialmente, e logo depois, pelo National Institutes of Health (NIH). Por volta de 1988, as duas agências estavam trabalhando juntas. O processo de planejamento inicial culminou em 1990, com a publicação de um plano de articulação de pesquisa. O PGH foi projetado para: a) construir detalhadamente os mapas genético e físico do genoma humano; b) determinar a sequência completa dos 3 bilhões de pares de nucleotídeos do DNA humano; c) localizar os cerca de 30.000 a 40.000 genes dentro do genoma humano; d) executar análises semelhantes nos genomas de diversos organismos usados em laboratórios de pesquisas, como sistemas-modelo; e) melhorar a tecnologia para pesquisa biomédica. Estima-se que os produtos científicos do PGH incluirão informações detalhadas sobre a estrutura, organização e função do DNA humano, informações que constituem o conjunto básico de instruções herdadas para o desenvolvimento e funcionamento de um ser humano. Os objetivos do PGH em saúde envolvem a melhoria e simplificação dos métodos de diagnóstico de doenças genéticas, otimização das terapêuticas para essas doenças e prevenção de doenças multifatoriais. O PGH traz comparações com o Projeto Manhattan e o Projeto Appollo, e transformou a Biologia em *big science*, como a física, isto é, a noção de um conhecimento (ou ciência) imparável no sentido de controlar a natureza. A imprensa leiga aproveitou a idéia e diariamente veicula as promessas do projeto, como: “Pensávamos que nosso destino permanecia nos astros. Agora sabemos que, em larga medida, o nosso destino está nos genes”.

idade é, de certa maneira, medicalizada para amenizar os efeitos e as marcas do tempo. A velhice, rugas, cáries, cabelos brancos, calvície, cansaço e impotência são agora possíveis de serem tratados com as benesses da farmacologia. A vida contemporânea torna-se, cada vez mais, controlada e administrada pela farmacologia.

Jurandir Freire Costa (2005, p. 77) nos fala de um “imaginário de perfeição” que ronda as mentes contemporâneas. Segundo ele:

O avanço real ou ideologizado da ciência e da tecnologia mudou o perfil da idealização da imagem corporal. Até bem pouco tempo, buscava-se alcançar no futuro a *perfeição* mítica do passado sentimental; hoje, imagina-se que a perfeição será conseguida pela *perfectibilidade* física prometida pelas novas tecnologias médicas. O futuro deixou de ser o tempo indeterminado de autorrealização de fantasias emocionais para ser o tempo protocolar das etapas da correção física da aparência corporal.

Enquanto isso, em várias outras partes do mundo, crianças morrem de fome, desnutrição ou por falta de medicamentos essenciais para combater seus males. O império farmacêutico com seu potente arsenal de medicamentos não fornece a todos os mesmos benefícios. A desigualdade social reforçada pela má distribuição de renda ainda é uma realidade em praticamente todos os continentes. Talvez, essa ainda seja a realidade característica de uma sociedade paradoxal cheia de contrastes sociais, onde nas ruas das grandes cidades se cruzam simultaneamente pedintes e carros importados de alto luxo. Onde famintos recolhem sobras de comida no lixo para não morrerem de fome enquanto outros se enclausuram em clínicas de emagrecimento ou spas para perder peso ou academias de ginástica para conquistar o corpo almejado.

2. CULTURA, EVOLUÇÃO E CIÊNCIA: O CORPO SE EMANCIPA

A virada somática na cultura produziu uma verdadeira revolução na percepção da corporeidade física

[COSTA, 2005, p. 95].

A cultura não nasce com o Homem no seu corpo biológico. Ela é produzida historicamente e socialmente compartilhada pelos e entre os seres humanos. As pessoas se relacionam com seu ambiente físico, mas parecem não estar estritamente condicionadas a ele. Pelo contrário, através da cultura, os seres humanos parecem transformar o ambiente físico e suas condições de vida, modificá-lo segundo os anseios de cada época.

A religião, a educação e os meios de comunicação estão sempre a estabelecer padrões de conduta e normatizações. A religião parece ser a mais manipuladora de todas as condutas e comportamentos. Talvez seja pelo fato de sua universalidade, além de dispor de uma série de dispositivos de controle. Pois em toda a literatura histórica, não se tem notícia de uma cultura ou civilização em que elementos da religião não estivessem presentes. A religião fixa hábitos, costumes, normatiza a sexualidade e as condutas, como por exemplo: a forma de se vestir, de se alimentar³¹ e de se relacionar com o outro, com o exterior e, de forma geral, consigo mesmo, com sua interioridade e com seu próprio corpo. Mas o fato é que o ser humano é uma espécie que parece estar acima de suas limitações orgânicas, que modifica a si mesmo, que evolui e se

³¹ Observe, por exemplo, a Igreja Adventista do 7º Dia que estabelece certas restrições alimentares como, dentre outras, não comer carne suína. Ou ainda, outro exemplo, a Igreja Assembléia de Deus a qual estabelece certas normas de condutas onde as mulheres não cortam cabelos e nem usam determinadas roupas e maquiagem.

transforma de acordo com certo modo de vida adotado, com a cultura que vigora em cada época e espaço geográfico no qual habita.

A cultura com seus diversos dispositivos e sistemas pode ser aqui entendida como uma das principais características que afasta o homem do animal. Os seres humanos parecem ser os únicos produtores de cultura num sentido mais amplo. Assim, a natureza do homem é produzir linguagens e sentidos, ficções do homem. Por isso, como humanos - únicos seres produtores de cultura -, somos capazes de transformar o ambiente em que vivemos e a nós mesmos, os nossos hábitos, valores, crenças e o nosso próprio corpo.

Acredito que, através da cultura, pode se afirmar que os humanos se comunicam entre si e buscam a perfectibilidade espiritual e corporal. A cultura parece ser o meio principal através do qual os indivíduos se realizam tanto materialmente quanto espiritualmente. Para o antropólogo Clifford Geertz (1989), a cultura ocorre na mediação das relações dos indivíduos entre si, na produção de sentidos e significados³². Geertz enfatiza que: “o homem é um animal amarrado em teias de significados que ele mesmo teceu”. É, dessa forma, agente ativo e, ao mesmo tempo, vítima da própria cultura e de seus aparatos técnicos enquanto produtor de linguagens, ficções, normas e sentidos, sua natureza parece diferir claramente da dos animais. Daí que a cultura derive da própria condição de existência dos seres humanos, produto das ações humanas por um processo contínuo, através do qual os indivíduos dão sentido às suas ações e à vida em geral.

A cultura se faz na vida e a vida se passa na cultura através das relações cotidianas. Assim, o corpo, para se constituir, precisa da forma e da percepção do outro,

³² Geertz utiliza como exemplo para esclarecer a questão dos significados a metáfora da “piscadela”. Para Geertz, um piscar de olhos pode assumir significados diferentes nos diferentes contextos e conforme a forma de compartilhamento e significado que lhe é atribuído pelos membros de um grupo. Ver: GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, RJ: Koogan, 1989. p. 16.

da alteridade entendida dentro dos valores culturais que a geram. Isso faz com que o corpo, enquanto entidade humana, seja também vítima e agente da cultura, um produto histórico e social, construído nas relações e moldado pelas condições técnicas e materiais de cada época. Michel Serres ilustra bem essa idéia ao afirmar que: “as novas condições de trabalho redirecionaram os dorsos e a higiene da vida doméstica. Uma alimentação melhor e mais controlada tornou as peles mais lisas” (2003, p. 30). O aquecimento nos despiu e ousamos exibir um corpo menos enfeado pelas marcas dos sofrimentos e doenças.

Assim, devo concordar com Serres (2003, p. 54) quando afirma que: “as forças que modelam nossos corpos decorrem mais do meio ambiente que construímos do que do mundo dado, mais de nossa cultura do que da natureza”.

Acredito que, num sentido mais amplo, os humanos não nascem prontos. Em qualquer sociedade e cultura, por certo, o corpo está submetido a práticas e normas que o modelam e o condicionam às suas exigências de desempenho e performance, ou seja, à uma certa ideologia que orienta as práticas e os discursos sobre o corpo. O corpo se constitui no espaço social ao longo da história, na própria evolução humana e, até mesmo, no desenvolvimento físico e psicológico. Nosso pensamento, por certo, não escapa à nossa corporeidade. O corpo é suporte legítimo do pensamento. Aquilo que pensamos, a forma como agimos estão, em larga medida, ligados à representação que temos do corpo em cada época e espaço.

Uma criança, ao nascer, parece conservar ainda as características fundamentais da nossa ancestralidade. No entanto, ao longo da vida algumas características vão se modificando. A cultura o dota de uma vida psíquica socialmente construída e de um

corpo formado segundo as relações sociais, valores culturais, condições econômicas e ambientais. Le Breton (2009, p. 9) escreve que:

O corpo existe na totalidade dos elementos que o compõem graças ao efeito conjugado da educação recebida e das identificações que levaram o ator a assimilar os comportamentos de seu círculo social. Mas, a aprendizagem das modalidades corporais, da relação do indivíduo com o mundo, não está limitada à infância e continua durante toda a vida conforme as modificações sociais e culturais que se impõem ao estilo de vida, aos diferentes papéis que convém assumir no curso da existência. Se a ordem social se infiltra pela extensão viva das ações do homem para assumir força de lei, esse processo nunca está completamente acabado.

Nesse sentido, os humanos parecem consistir em seres eternamente aprendizes. Seres inacabados, tanto do ponto de vista cultural, social, psicológico, quanto de sua própria constituição física e anatômica. Sendo assim, posso então dizer que o ser humano talvez possa ser definido também como um ser que se caracteriza por possuir espírito e corpo em construção, que nunca acabou de se completar. Em compensação, a tecnociência com sua vocação ontológica promete levar a espécie humana à perfeição: almas e corpos terão seus defeitos eliminados. As intervenções ocorrerão antes mesmo do nascimento. Cogita-se até mesmo corrigir o gene para se ter corpos e almas perfeitos.

O projeto de um corpo perfeito talvez signifique suprimir a idéia de corpo e, numa análise mais profunda, abolir a própria condição de humanos, uma vez que o corpo humano só é corpo na medida em que traz em si mesmo o inacabado, e os humanos só são humanos pelas suas imperfeições e capacidades de reinvenções e autocriação permanente. É isso que faz do ser humano um enigma que a ciência contemporânea pretende desvendar cada vez mais em seus mínimos detalhes.

Uma questão que coloco é que o corpo que possuímos parece que nunca está de acordo com o corpo que almejamos. Ele se mostra sempre inconcluso, indefinido e incompleto.

Já há algum tempo, o poeta mineiro Carlos Drummond (1984) talvez tenha resumido a questão ao falar sobre “as contradições do corpo”. Diz o poeta em seus versos:

Meu corpo não é meu corpo; é ilusão de outro ser. Sabe a arte de esconder-me; e é de tal modo sagaz que a mim de mim ele oculta. Quero romper com meu corpo; quero enfrentá-lo, acusá-lo, por abolir minha essência, mas ele nem sequer me escuta e vai pelo rumo oposto.

O fato é que o corpo parece que está sempre em desacordo com a mente. As compulsões, os distúrbios, as bulimias e o estresse são fenômenos cada vez mais presentes no mundo contemporâneo. Sobre esse conflito, retornemos a Drummond (1984) onde o poeta clama: “Meu corpo ordena que eu saia em busca do que não quero, e me nega, ao se afirmar como senhor do meu Eu convertido em cão servil”.

A definição de corpo, por certo, nunca encontrou consenso. Muito menos a idéia do que deve ser um corpo perfeito. O corpo parece ser ao mesmo tempo enigma e parte da realidade objetiva, coisa, substância; mas também, signo, representação, imagem e campo de produção de subjetividades. O fato é que, talvez como nunca antes, o corpo, na contemporaneidade, parece ter se transformado em promessa e desafio, uma vez que, o corpo contemporâneo é absolutamente imperfeito e se transforma em palco, numa espécie de cabaia, não apenas objeto de controvérsias, mas também campo de todas as experiências possíveis.

Devo lembrar que nossas capacidades de escolha e possibilidades de transformação encontram, hoje, na tecnociência seu principal ponto de apoio. Presencia-se o auge da teleinformática e da biotecnologia as quais, novas promessas são lançadas a cada dia. Ciência e tecnologia fundem-se numa missão comum: aperfeiçoar a espécie humana e livrá-la de suas limitações físicas e psicológicas.

Segundo Francis Fukuyama “a raça humana é hoje o produto de um processo evolucionário que vem prosseguindo por milhões de anos, um processo que com alguma sorte se estenderá muito no futuro”. De que forma isso ocorrerá, provavelmente, ainda não sabemos. A biotecnologia se apresenta, hoje em dia, como uma das maiores promessas para sanarem muitas das imperfeições da condição humana. Porém, várias são as contradições e consequências que podem desencadear em várias dimensões da cultura e da vida de forma geral. O próprio Fukuyama, no seu livro “*Nosso Futuro Pós Humano: consequências da revolução da biotecnologia*” aponta as possíveis consequências das biotecnologias e argumenta que uma das ameaças mais relevantes suscitadas pela biotecnologia na contemporaneidade é a possibilidade de alteração da própria natureza humana, levando-nos a um estágio que ele considera pós-humano. Porém, se dermos a atual condição humana como imperfeita, talvez, superá-lo seria não uma ameaça mas sim salvação, uma vez que os defeitos da condição natural seriam eliminados. A questão é que assim não teríamos mais os mesmos corpos e, dessa forma, já não seríamos mais os mesmos.

Ao falar das possibilidades de um homem pós-orgânico na era da biotecnologia e das tecnologias digitais, Paula Sibilia (2002) retoma a hipótese lançada por Fukuyama sobre as possibilidades de um estágio “pós-humano”:

Poderia ser que as ferramentas usadas pelos reformistas sociais do século XX – da socialização precoce das crianças e a psicanálise até a propaganda de agitação e os campos de trabalho forçado – foram cruas demais para alterar de maneira efetiva o substrato natural da conduta humana. Em duas gerações disporíamos do conhecimento e da tecnologia que nos permitirá realizar aquilo que os engenheiros sociais não conseguiram. Nesse estágio, teremos encerrado definitivamente a história humana, porque teremos abolido os seres humanos enquanto tais. Então começará uma nova história, para além do humano (FUKUYAMA apud SIBILIA, 2002, p. 126).

Talvez, as previsões apontadas por Francis Fukuyama não sejam tão apocalípticas quanto parecem. Acredito que a propaganda, a educação, ou seja, as ferramentas dos engenheiros sociais, como denomina Fukuyama, ainda têm seu lugar na sociedade e na cultura contemporânea. Mas não tenho dúvida de que ao lado delas, emerge um poderoso arsenal tecnocientífico com capacidades de transformações ainda mais eficazes e mais rápidas. É importante ressaltar o avanço e alto grau de sofisticação a que chegou a ciência e a tecnologia dos nossos dias e o impacto que isso vem causando em todos os setores da cultura e aspectos da vida.

As modificações sociais e culturais se dão cada vez mais de forma acelerada, de sorte que a perspectiva da evolução, tal como considerávamos, parece atualmente ultrapassada. Michel Serres (2003, p. 51) identificou com bastante precisão essa questão ao afirmar que: “milhões de anos foram necessários para que os pássaros tivessem asas e plumas; em alguns meses, construímos uma aeronave. A invenção dos primeiros instrumentos fez-nos sair da evolução para entrar na cultura”.

Paula Sibilia enfatiza este modo de pensar e nos informa como “De acordo com um estudo publicado na revista *Scientific American*, a **evolução tecnológica** seria dez milhões de vezes mais veloz do que a **evolução biológica**”.

3. A VIDA NA CENA CONTEMPORÂNEA: CORPOS EM MOVIMENTO

A evolução da tecnologia é tão rápida que precisamos avançar rapidamente para uma análise muito mais concreta de que tipos de instituições seriam requeridos para lidar com ele.

[FRANCIS FUKUYAMA, 2003, p. 30].

A cultura contemporânea parece seguir, cada vez mais, em ritmo acelerado, um percurso de transformações e mutações constantes. É fato que não mais fazemos parte

de uma cultura fechada, estável, imutável e com hábitos e características inalteráveis. Hoje, as mudanças e transformações acontecem de maneiras muito rápidas.

Com as condições técnicas atuais, aceleramos o tempo e o ritmo da vida. Vivemos a correria no dia-a-dia como se já não houvesse mais tempo hábil para viver. É preciso estudar, trabalhar, cuidar da família, das relações sociais, da saúde, do corpo e da aparência num ritmo frenético. Já está ultrapassado o jargão recorrente de que “tempo é dinheiro”. Tempo nos dias atuais é mais que dinheiro. Tempo agora é vida!

Para dar conta de acompanhar a enorme quantidade de tarefas que nos são repassadas todos os dias, a vida exige que deleguemos parte de sua complexidade a terceiros³³ e que vivamos num ritmo cada vez mais veloz. Afinal, como dar conta do volume de informações que nos chegam todos os dias no e-mail, na Caixa Postal de nossa casa, nas páginas de nossos sites de relacionamento? Pois o mundo atual exige que estejamos no Twitter, no Orkut, no You Tube, no Facebook, no Myspace, no Second Life, que tenhamos Blogs, estejamos a par da política, da economia, que entendamos de moda, gastronomia, enfim, a contemporaneidade exige que estejamos informados com o último noticiário e atualizados com o último curso de aperfeiçoamento e, conseqüentemente, sobrecarregados e confusos. Talvez o ciberartista, Sterlac, nos convença ao argumentar que:

É hora de se perguntar se um corpo bípede, que respira, com visão binocular e um cérebro de 1.400 cm³ é uma forma biológica adequada. Ele não pode dar conta da quantidade, complexidade e qualidade de informações que acumulou; é intimado pela precisão, pela velocidade e pelo poder da tecnologia e está biologicamente mal equipado para se defrontar com seu novo ambiente. O corpo é uma estrutura nem muito eficiente, nem muito durável. Com frequência, ele funciona mal [...] Agora é o momento de reprojeter os humanos, torná-los mais compatíveis com suas máquinas [SIBILIA, 2002, p. 9, *apud*, STERLAC].

³³ A meu ver é interessante mencionar a importância que os “personais” ganham na sociedade contemporânea. Surgem os personal trainers, personal beleza, personal dance e até o personal dog.

De alguma forma, parece que já estamos empenhados em resolver a questão, reprojetoando sejam os humanos; seus corpos sejam os meios; suas máquinas. Não é de se estranhar que, hoje, os meios de transporte prezem cada vez mais pela rapidez. Nossos carros são cada vez mais velozes. Nossos aparelhos eletrônicos desempenham a cada dia tarefas mais complexas de forma instantâneas. Principalmente aqueles que desempenham tarefas ligadas ao nosso corpo, às funções motoras do organismo ou à projeção do corpo. Raios X, máquinas digitais, cadeiras motorizadas são exemplos comuns atualmente.

Além da evolução biológica, aceleramos ainda, a velocidade de deslocamento dos nossos corpos e do próprio pensamento. Novas áreas de conhecimento, novos paradigmas, novos cursos de atualização surgem a cada dia. Assim, é preciso “programas de educação massiva” para atender as necessidades dos novos tempos. Dessa forma, a educação se mercantiliza e, ao mercantilizar-se, rende a volatilidade do tempo e do capital³⁴. Talvez seja a observação desses processos que faz alguns autores apontarem para um estágio de “pós-evolução” ou “pós-humano”.

Mas a verdade é que a cultura, ao longo da história, sempre transformou a natureza. Segundo Michel Serres ao longo dos tempos a cultura imitou e até transformou a natureza. Nas palavras de Serres (2003, p. 17), cada vez mais, “[...] interviemos na mutação, minimizamos o acaso, aceleramos o tempo e inventamos os OGM e talvez outras espécies”. Os humanos com seus aparelhamentos técnicos em constante evolução, de fato, não estão condicionados ao seu aparato biológico. A questão é que as transformações na condição humana hoje em dia, são cada vez mais evidentes e acontecem com uma extrema velocidade.

³⁴ Até mesmo na educação presencia-se uma exigência de aceleração do tempo. Reduz-se a idade de especialização das pessoas e acelera-se o tempo. Os cursos parecem que estão sendo cada vez mais projetados dentro de certo limite de tempo. Vejamos por exemplo a redução da carga horária de alguns cursos de graduação ou mesmo o limite de tempo para as pós-graduações exigidas pela CAPES.

A ciência trouxe mudanças drásticas na condição da vida humana. Estamos num mundo novo criado por técnicos e cientistas, projetamos nosso delírio de velocidade sobre a lentidão multimilenar da evolução da vida³⁵. Nessa corrida de aceleração da evolução e fabricação da vida, a genética e a biotecnologia tornaram-se as áreas mais dignas de atenção e discutidas do nosso tempo.

A forma de nos relacionarmos com a vida e com a morte aparece em constante transformação. Nossa expectativa de vida aumentou significativamente. A cada década que passa é, evidentemente, notável o gradativo aumento da expectativa de vida. A medicina, cada vez mais avançada, nos proporciona condições de saúde e bem-estar, provavelmente, nunca antes visto.

Com um instrumental médico cada vez mais diversificado, a medicina contemporânea torna-se cada dia mais eficiente. “O bem estar do corpo, anteriormente raro, tornou-se freqüente. O restabelecimento tornou-se um direito e a doença, antes cotidiana, tornou-se insuportável” (SERRES, 2003, p. 25). Ninguém mais nos dias atuais precisa padecer de dores sem que para isso lhe seja apresentado uma forma de alívio via medicamentos específicos para cada parcela da vida.

Vivemos em outro mundo, temos outro corpo, comportamo-nos de outra maneira. Enfim, não vivemos e nem pensamos mais como pensavam os nossos avôs. “Com certeza, um novo homem nasce nos dias atuais”. Ainda que, como diz o filósofo Serres (2003, p. 15), “em meio a cadáveres resultantes de crimes globais e conscientes contra a humanidade” que, provavelmente, existiu desde tempos remotos da história.

O fato é que aceleramos o ritmo da vida e aperfeiçoamos o corpo por meio de reparos plásticos, cirúrgicos, modelares e damos velocidade, seja pela possibilidade de deslocamento acelerado conduzido por máquinas, seja pela circulação veloz de imagens.

³⁵ O filósofo Michel Serres acredita que a vida em seu processo de evolução remonta há alguns milênios e que esse processo evolutivo que levou milênios vem sendo cada vez mais induzido e acelerado pela

CAPÍTULO III – O CORPO OBJETO DE DISCURSO DA MÍDIA

1. O CORPO ENTRA EM CENA NA CULTURA CONTEMPORÂNEA

As imagens corporais ideais, difundidas pela vulgata científica da mídia ou pelos mentores do marketing e da publicidade, tem como premissa a obsolescência programada do corpo. O sujeito, qualquer que tenha sido a sua experiência corporal, deve estar pronto a querer possuir o corpo da moda. A identidade corporal é, desse modo, refém do imprevisível. E por isso mesmo, é forçada a abrir mão da segurança garantida pelos hábitos físicos, que nos ajudam a antecipar quais dotes possuir para ganhar reconhecimento do outro. O futuro do corpo é cindido do passado e posto em suspenso, à espera da nova palavra de ordem da moda ou dos mitos científicos.

[COSTA, 2005, p. 84]

Uma frase da antropóloga Ivete Keil me chamou atenção para as idéias elaboradas neste texto. Keil (2004, p.60) escreve que “o controle da sociedade não se efetua somente através da consciência ou da ideologia, mas também através do corpo e com o corpo”. Talvez a antropóloga tenha alguma razão na sua afirmação e, nesse aspecto, seja possível falar de um controle social – que, engendrado na mente, via discursos publicitários, tem seu nascituro privilegiado no corpo e opera nos níveis individual e coletivo.

Ao perceber a evidência do corpo na contemporaneidade, elaborei algumas reflexões teóricas, as quais se configuram em premissas reveladoras de um corpo objeto de discurso publicitário que, de certa forma, acaba por ser moldado ou construído de acordo com as forças³⁶ dominantes e os padrões vigentes na atualidade. É bem provável que durante toda a história da humanidade, o corpo nunca esteve tão evidente como na contemporaneidade e o psicanalista brasileiro Jurandir Freire Costa (2001, p. 9) coloca

ciência e pela técnica numa projeção cada vez mais veloz.

³⁶ O professor André Lemos, estudioso da *cibercultura*, nos fala de seis possibilidades de forças que atuam sobre corpo. O corpo como espaço de escrita: ideológico (o corpo inscrito nos fluxos da moda), epistemológico (o corpo cínico, travestido), semiótico (o corpo como signo flutuante), tecnológico (os mídia, as redes telemáticas, as nanopróteses), econômico (o corpo desejo de consumo) e político (o corpo

que “na atualidade, desenvolvemos uma espécie de hipersensibilidade a qualquer problema da esfera da aparência corporal”. Nas palavras de Jurandir: “O mal do século é o mal do corpo”. Resta saber em que nível este mal opera e quais são suas principais “armas” de luta, resistência e combate.

Certamente, a evidência do corpo não é do corpo em si, considerado na sua especificidade, mas sim, a evidência de um modelo de corpo. Esse modelo de corpo entra em pauta nos discursos midiáticos da sociedade contemporânea que via publicidade e propaganda forma estereotipo, reproduz e veicula imagens de representação do um dado padrão de corpo vigente. E esse corpo tomado como referência da cultura contemporânea e veiculado pela mídia via publicidade, é um corpo “bonito por dever”, um corpo que se pauta pelo culto a certo padrão de beleza ocidental disseminado pelo restante do mundo.

É claro que, como nos informa o renomado cirurgião plástico brasileiro, Ivo Pitanguy (2009, p. 85), a busca pela beleza é tão antiga quanto o ser humano, é mítica. As esculturas, as pinturas e todas as manifestações de representação da perfeição e da forma nos remetem aos módulos que representaram o cânone dominante. A meu ver, esse “cânone dominante” é essencialmente Ocidental. Mas, provavelmente, na contemporaneidade ele está cada vez mais se globalizando, pois já é consenso entre vários autores de que vivemos atualmente numa aldeia global em que o intercâmbio não acontece somente no plano econômico, mas também nas formas culturais e do comportamento.

Desde os nossos mais remotos ancestrais, elementos estéticos faziam parte do seu cotidiano. O que parece ser um elemento questionável é a valorização extrema da beleza e a idealização de um modelo de corpo considerado perfeito e passível de ser

construído de acordo com as condições e possibilidades da cultura contemporânea. Acredito que nem sempre fomos obcecados pela estética corporal da forma como está acontecendo nas últimas décadas que tem se consagrado como a “era do corpo em evidência”. De forma que, presencia-se uma época de extrema valorização da aparência física, do corpo bem cuidado e da qualidade de vida como meta principal.

Atualmente a obsessão pela qualidade de vida, que tem no corpo o seu legítimo representante, é um fato notável. A busca pelo vigor físico, pelo corpo bonito e bem definido, promovido pela mídia domina a cultura contemporânea. Corpos esbeltos, magros com formas retilíneas, sem rugas, seios um pouco grandes, pele lisa, clara, sem celulites, cabelos e unhas bem cuidadas nas mulheres fazem a vez do mercado publicitário de produtos de beleza, cosméticos e cirurgias plásticas.

E, atualmente, não são apenas as mulheres que estão propensas a recorrer aos padrões estéticos da contemporaneidade. Por sua vez, homens não ficam isentos dos prenúncios do culto ao corpo e do mercado publicitário da beleza. É cada vez mais exigido um padrão de forma física que contemple um ideal de corpo masculino, malhado, representado por músculos torneados, rígidos, pela famosa barriga “tanquinho”, peitos musculosos, rostos magros e cabelos fartos.

Segundo Jurandir Freire (2005, p. 95) “a virada somática na cultura produziu uma verdadeira revolução na percepção da corporeidade física”. De modo que o substrato essencial do sujeito deixou a muito de ser a sua interioridade, seus pensamentos íntimos, os sentimentos, a alma, as ações altruístas para ser a boa forma física, o corpo vigoroso, jovial e bem cuidado. Agora, a ênfase é dada na supremacia do corpo, na construção de um padrão estético que coloca o corpo em evidência. A reinvenção e exposição de um novo corpo podem ser visto nas celebridades, nos ícones

da moda ou do esporte ou mesmo nas exigências de saúde ou aparência de pessoas comuns. Os meios de comunicação contribuem por fazer circular velozmente um desfile de imagens publicitárias desse novo modelo de corpo.

2. A MÍDIA PROPÕE UM NOVO MODELO DE CORPO

Atualmente, com a difusão global e intensa da informação, a imagem corporal vem sofrendo intervenções variadas, que estão mais ligadas ao marketing do que à própria estrutura étnica de cada grupo. Fronteiras sociais e padrões estéticos anteriormente estabelecidos perderam seus limites. Em um passado não muito remoto, a identidade grupal era mais facilmente preservada, pois a distância geográfica mantinha os grupos relativamente isolados. Não vivíamos em uma aldeia global, já preconizada por Marshall McLuhan.

[PITANGUY, 2009, p. 79].

“A metafísica do corpo se entremostra nas imagens”, poetizou Carlos Drummond Andrade na sua obra *Corpo* (1984, p. 11). Nunca se produziu e fez circular nos meios de comunicação tantas imagens do corpo como nos dias atuais. Em comerciais de televisão, outdoors, revistas de moda, propagandas na internet, jornais etc. Onde quer que seja que o olhar alcance é possível se deparar com imagens de corpos aparentemente de uma absoluta perfeição estética a chamar atenção. Cria-se aí o “mito do corpo perfeito”, apreciável, desejável e perseguido por muitos, como necessidade primária da convivência social.

Assim, nota-se que a corporeidade, a performance, a imagem, são atualmente atributos cada vez mais relevantes na afirmação da identidade entre grupos de pessoas que procuram sua afirmação de ser no mundo e convivência em um determinado espaço social. De fato, acredito que correções de possíveis falhas indesejadas no corpo podem significar uma grande satisfação mental, uma vez que proporciona uma outra maneira de se relacionar com os outros, consigo mesmo e com o mundo. Portanto, as preocupações com o corpo vão muito além de um mero desejo de aparência física.

Decorrem-se das relações sociais e da necessidade de convivência. Acredito que isso acarrete mudanças nas subjetividades contemporâneas, no modo de ser, na forma de sentir e de se apresentar ao mundo e aos outros. “Cultuar” o corpo implica uma apropriação fundamental de objetos da cultura que, de certa forma, produz subjetividades, forma uma visão e representação de mundo dando sentido à vida.

O culto ao corpo constitui-se numa forma de consumo cultural, atendendo às necessidades mercadológicas da cultura de consumo e, simultaneamente, permitindo ao corpo ser o instrumento pelo qual o indivíduo transmite um estilo por ele construído, mediado, principalmente, pela mídia (CASTRO, 2004, p. 6).

É importante lembrar que na busca pelo ideal de corpo vigente decorre que, se a natureza não contribuiu para se ter um corpo perfeito, os meios estão disponíveis. Rígidos programas de exercícios físicos, tratamentos dermatológicos, remédios, suplementos vitamínicos e bisturis são convocados para dar conta da “construção” do corpo almejado. A anatomia não é mais o destino. O corpo cultural sobrepõe ao biológico. Como na provocação do filósofo Michel Serres (2003, p. 57): “[...] você quer construir o homem? Aqui estão os meios.” Talvez em parte, a provocação de Serres não seja tão apocalíptica quanto parece. Pelo menos em parte, é o que a mídia já anuncia.

É possível construir o corpo. A mídia propaga a mensagem pelos seus mais diversos aparatos: “Tenha um corpo nota 10!” (Revista Men’s Health, 2008), ou ainda: “O corpo dos seus sonhos está aqui!” (Revista Women’s Health, 2009). Enfim, os anúncios propagam com a promessa “bio-ascética” de que: “se você não tem o corpo ideal, nós te ajudamos a conquistar”. Importa é estar disposto a perseguir a “boa forma” de corpo vigente oferecido pela publicidade.

Apesar de considerar a mídia como principal mediadora da cultura, acredito que quase sempre suas peças publicitárias veiculam mitos que não são condizentes com a

realidade social. Vejam por exemplo, a peça publicitária de anúncio da TV por assinatura, Sky: “Vai dizer que *todo mundo* tem Sky menos você?”. Afinal, se “todos tem Sky”, por que você também não tem? Vejamos que o anúncio desse tipo de produto está muito distante da realidade econômica da maioria das pessoas. Mas isso não importa, o anúncio é veiculado e as pessoas são induzidas a acreditar que adquirir Sky está ao alcance de todos. A mesma situação acontece quando veiculam anúncios sobre corpo, beleza e moda, como vimos anteriormente nas duas revistas mencionadas: Revista Men’s Health e Women’s Health. Com celebridades que foram privilegiadas pela genética e pela condição econômica estampada em suas capas, elas oferecem um padrão de corpo e de beleza inatingível para a maioria das pessoas.

Segundo Jurandir Freire Costa (2005, p. 197):

O corpo da publicidade, entretanto, não se dirige diretamente a nenhum de nós ou considera as peculiaridades de nossas histórias de vidas, ao provocar o nosso desejo de imitá-lo. A moda, em sua neutralidade moral em constante mudança, não nos acusa, nem elogia, apenas se apresenta como um ideal que devemos perseguir, sem consideração pelas conseqüências físico-emocionais que venhamos a sofrer. Não há, por conseguinte, como saber qual o justo caminho da *virtude bioascética*. Tudo que resta é correr atrás, sempre em atraso e de forma angustiante, do corpo da moda.

Provavelmente, o modelo de corpo ideal vigente cobra um preço alto. É necessário lembrar que, ao custo econômico, inclui-se ainda o custo psíquico cobrado pela exigência do corpo ideal. Ocorre que o corpo está cada vez mais se tornando um meio de desestabilizar a mente. Segundo Jurandir Freire Costa (2001, p. 9), “a cultura somática acabou de completar a tarefa, ao fazer do corpo espelho da alma. O corpo se tornou a vitrine compulsória, permanentemente devassada pelo olhar do outro anônimo, de nossos vícios e virtudes, fraquezas e forças”.

Preocupações relativas ao corpo se tornaram tão importantes que várias inseguranças emocionais surgem a cada dia, provocadas por questões referentes à insatisfação com a aparência corporal. Surge aí uma variedade de distúrbios: anorexia, bulimia, automutilação, medo de envelhecer, compulsão por exercícios físicos etc. Tudo isso em razão da perseguição de um corpo idealizado, que escapa a modalidade do possível, dentro de suas condições de funcionalidades orgânicas naturais.

Jurandir Freire Costa (2005, p. 77), identifica que “o sujeito contemporâneo padece de um fascínio crônico pelas possibilidades de transformação física anunciadas pelas próteses genéticas, químicas, eletrônicas ou mecânicas”. As condições técnicas são dadas. A publicidade, por sua vez, faz a mediação. De sorte que, hoje, é possível a configuração de um corpo novo. Um corpo diferente do corpo dos nossos antepassados. Esse novo corpo é portador das marcas da cultura contemporânea. Ele está submetido necessariamente aos imperativos da articulação entre mídia e ciência.

Atualmente, não é somente o corpo dos indivíduos isoladamente que muda. A própria sociedade, de uma forma geral, também ganha outra aparência. Eliminam-se as possíveis imperfeições físicas, suprimem-se as marcas do tempo e os sinais do envelhecimento. Cada vez mais, pessoas injetam toxina botulínica para parecerem mais jovens. Dessa forma, tem-se uma sociedade que envelhece em idade mas que permanece jovem nos seus corpos e faces.

Ao lançar mão das possibilidades de transformação corporal, a questão comportamental e de relacionamentos também, é por certo, afetada. Acredito que os indivíduos possam estabelecer outros laços sociais e, assim, construir um novo mundo. Um mundo onde as fronteiras entre a juventude e a velhice já não se fazem mais através da consistência da pele ou da forma física do corpo.

Acredito ainda que a corporeidade organize o mundo no qual vivemos e o dota de sentidos. O corpo, por certo, é nossa primeira propriedade. Nós nos transmitimos aos outros primeiramente através do corpo. Ele é nosso primeiro cartão de visita na nossa apresentação ao mundo e aos outros. E hoje, mais do que nunca, o corpo se tornou um signo, o principal cartão de visita que deve expressar quem somos, o que fazemos, como nos alimentamos, de que maneira vivemos, como nos relacionamos, como nos percebemos e como nos posicionamos no mundo. Segundo Vaz (2006, p. 40),

[...] sua forma pode não condizer com a aparência que desejamos ter; o corpo também é o lugar onde percebemos em nós a passagem do tempo e a aproximação da morte; e suas exigências e recalzitâncias são a ocasião privilegiada da experiência do “apesar de nós”; sofremos quando não queremos, buscamos certos prazeres mesmo sabendo que não devíamos, esforçamo-nos para que nossos corpos façam algo e angustiamo-nos com sua recusa.

De fato, atualmente, as preocupações com o corpo são introduzidas em todas as experiências de vida das pessoas, como se o corpo, fosse um objeto problemático à nossa existência, um acessório que precisa ser consertado, remodelado e aperfeiçoado e, assim, trazer soluções para outros problemas da dimensão da vida humana. O corpo tornou-se, portanto, um ideal do “eu” e uma representação do “outro”.

Dado que o corpo representa o modo como queremos ser vistos, a maneira como queremos ser considerados, ou seja, o que desejamos falar aos outros e ao mundo sobre nós mesmos, ocorre que qualquer insatisfação com relação a nossa anatomia significa um desajuste para com o mundo. É por isso que, certamente, muitos anseiam por uma mudança corporal quando não estão satisfeitos com suas relações.

Portanto, concordo com Le Breton (2003, p. 223) quando afirma que “pensar o corpo é uma outra maneira de pensar o mundo e o vínculo social: qualquer confusão introduzida na configuração do corpo é uma confusão introduzida na coerência do mundo”. Provavelmente, é por isso que muitas pessoas não se conformam com o corpo

que se têm e recorrem sempre às tecnologias de aperfeiçoamento e rejuvenescimento. Recorrem-se a cirurgias plásticas, academias de ginásticas, fazem cirurgias de narizes, colocam aparelhos ortodônticos, lentes de contato, aplicam botox, usam cosméticos etc. Talvez, modificam-se o corpo para mudar o mundo e, conseqüentemente, a vida.

Presenciamos na atualidade certo “esvaziamento” das formas sociais ou como denomina Lipovetsky (2005, p. 5), a sociedade contemporânea vive a “era do vazio”, uma época em que se deu lugar a cultura pós-moderna que é identificada por diversas características, dentre elas: a busca da qualidade de vida, paixão da personalidade, sensibilidade extrema, desestabilização dos grandes sistemas de orientação da modernidade, culto da participação e da expressão, reabilitação do local, do regional, de certas crenças e práticas tradicionais onde se fundem mito, religião e ciência. Por todos os meios busca-se uma forma de dar sentido à vida e suas ações, que parece cada vez mais vazia e sem sentido frente a um imenso “mar” de possibilidades de escolhas³⁷.

Uma vez que os grandes projetos da modernidade se esvaíram, resta voltar à atenção para alteridades e objetivos menores. Quando as grandes narrativas são esvaziadas em favor de pequenas narrativas que contemplam subjetividades o capitalismo encontra na publicidade a sua principal ferramenta para administrar um mundo completamente novo, mas preenche de terrenos férteis a serem conquistados pelo mercado. Assim, funde-se no mundo contemporâneo, mídia e mercado, cultura e economia, espaço social e subjetividade. Enfim, vivemos num mundo totalmente outro, onde as relações sociais são cada vez mais superficiais e se dão na forma de espetáculo, inevitavelmente, atravessadas por imagens.

³⁷ Cada vez mais dispomos de maior possibilidade de escolhas. Isso, de certa forma, acaba por gerar certa distração na nossa capacidade de tomada de decisões. Somos, a cada instante, bombardeados por um imenso volume de informações, descobertas, invenções, que nos obriga a fazer escolha a cada momento. Atualmente, absolutamente tudo se tornou passível de escolha, seja para o bem ou para o mal. Porém, ao lado da autonomia generalizada surge também a insegurança, as incertezas e o medo.

O crítico francês da sociedade de consumo, Guy Debord (1997), desde a década de 60 cunhou a idéia de “sociedade do espetáculo” a qual, segundo ele, caracteriza-se pelas relações de pessoas do mundo inteiro que são mediadas pelo espetáculo.

A ideia de sociedade do espetáculo é significativa na contemporaneidade pela própria natureza das questões que ela nos impõe. Acredito que o modelo de corpo veiculado mantém um diálogo estreito com o espetáculo. Talvez possa até mesmo dizer que o corpo, na atualidade, se tornou também ele próprio, parte fundamental do espetáculo. Peça chave na representação “espetacular” de imagens.

Recorro aqui a uma elaboração do psicanalista Jurandir Freire Costa (2005, p. 228) para quem:

O espetáculo reordena o mundo como um desfile de imagens que determina o que merece atenção ou admiração. Como viver sexualmente; como amar romanticamente; como educar os filhos; como ter saúde física e mental; como conquistar amigos e fazer amizades; como vencer no mundo dos negócios; como aproveitar melhor o tempo de lazer; como distinguir violência e paz; como saber o que é justo ou injusto; em quais políticos votar; quais filmes, peças de teatro e tipos de música gostar, enfim, como ser feliz e dar sentido à vida, tudo isto é aprendido por intermédio da mídia; nada disto convida o sujeito a pensar por que o significado do real se exaure em sua versão virtual.

Veja se então como os indivíduos, além de serem levados a ver o mundo com as lentes do espetáculo, são incentivados a se tornar um de seus participantes pela imitação do estilo de vida dos seus personagens da moda. Portanto, o mundo do espetáculo é o mundo da imagem e também o mundo das aparências povoado por celebridades. Assim, Jurandir lembra que a imitação desse mundo do espetáculo não pode ir muito longe. Pois muitos indivíduos não dispõem das condições favoráveis ao gozo do espetáculo.

A maioria nem pode ostentar as riquezas, o poder político, os dotes artísticos ou a formação intelectual dos famosos, nem tampouco fazer parte da rede de influências que os mantém na mídia. Resta, então, se

contentar em imitar o que eles têm de acessível a qualquer um, a aparência corporal. Daí nasce a obsessão pelo corpo espetacular.

Na atualidade, imagens de personagens hollywoodianas, veiculadas globalmente pela mídia acabam por provocar comportamentos e inspirar uma revisão da autoimagem e reconstruções constantes da identidade corporal. Pois vale lembrar que a operação publicitária realiza-se esteticamente: dirige-se à recepção sensorial e relaciona-se, simultaneamente, com a experiência do belo. Nesse caso, o belo, o perfeito, o desejável se apresenta como sendo aqueles padrões de personagens veiculados em peças publicitárias pela mídia. Assim, o capitalismo se reinventa com novas estratégias de conquista.

CAPÍTULO IV – O CORPO SUBMETIDO AOS DOMÍNIOS DO MERCADO

1. A MERCANTILIZAÇÃO DO CORPO

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário – o consumo.

[DEBORD, 2003, p. 16].

Quando falamos de capital, do mercado, de consumo, pode nos vir à idéia de que isso se passa puramente no plano material e até mesmo nem nos lembrarmos de incluir também o corpo humano como objeto privilegiado na sua dimensão física e psicológica. No entanto, o capitalismo, o mercado e o consumo não se reduzem meramente ao plano físico de bens materiais. O próprio corpo, tanto como entidade física ou simbólica, é agente e alvo de consumo em seus diversos aspectos.

Nada parece escapar ao mercado e ao capital. Além disso, o capitalismo no mundo globalizado lança mão de novas estratégias. Agora, ele é favorecido pelas novas tecnologias da comunicação e mediado pela publicidade. A configuração social também mudou. A era industrial da modernidade cedeu lugar à era pós-industrial da pós-modernidade e, a sociedade que antes girava em torno da produção, atualmente gira em torno do mercado e do consumo.

Costuma-se falar da sociedade atual como a sociedade de consumo onde o mercado é totalitário. O sociólogo polonês Zigmunt Bauman (2001), provavelmente, fez um dos diagnósticos mais precisos da sociedade de consumo da pós-modernidade. Em *Modernidade líquida* Bauman (2001, p. 88), refletiu sobre a sociedade de consumo e

escreveu que “a lista de compras não tem fim. Porém, por mais longa que seja a lista, a opção de não ir às compras não figura nela”, diz o teórico da pós-modernidade.

Devo concordar com Bauman. De fato, não existe a opção do não consumo. Qualquer ação vital que se realize, envolve alguma forma de consumo. É importante lembrar ainda um segundo aspecto do consumo na sociedade atual. Viver parece que se tornou tão somente consumir. As pessoas acreditam cada vez mais que são definidas por aquilo que consomem. Buscam construir sua identidade, suas relações sociais e dar sentido a vida através do consumo.

Segundo o jamaicano Stuart Hall (2003) no processo de globalização mediado pelas novas tecnologias: “vive-se a sensação de que o mundo é menor e as distâncias mais curtas”. De acordo com Hall, as velhas identidades, que por longo tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo. Hall cunha o conceito de “pós-moderno global” e argumenta que: “os fluxos culturais, entre as nações, e o consumismo global criam possibilidades de ‘identidades partilhadas’ – como consumidores para os mesmos bens, clientes para os mesmos serviços, públicos para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastantes distantes umas das outras no espaço e no tempo”.

Assim, atualmente, nenhuma outra instância nos unifica de forma global quanto o mercado. Nem a religião, nem a política, nem nenhuma outra ideologia é capaz de penetrar em todas as culturas e ambientes como o faz o mercado mediado pela publicidade. De forma que, todos nós, independentemente de crenças religiosas, convicções políticas, ideologia, nacionalidade, classe ou categoria social, estamos de alguma forma, submetidos aos imperativos do mercado e ao consumo.

Por falar em globalização de mercados e consumo, é importante privilegiar aqui o pensamento do pesquisador latino-americano, Nestor Garcia Canclini. Na sua já

clássica obra: *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, Canclini (1995) descreve que as mudanças nas maneiras de consumir alteraram completamente a forma de exercício da cidadania. Para Canclini, atualmente as identidades se definem pelo potencial de consumo e capacidade de posse. Portanto, o acesso a bens de consumo projeta as pessoas, oferece identidade social e cultural e dão-lhes a exata medida daquilo que elas anseiam e almejam ser enquanto indivíduos pertencentes a um determinado grupo e compartilhantes de um dado espaço social.

Com a globalização e as novas tecnologias, as barreiras geográficas e culturais foram rompidas. Tanto objetos quanto indivíduos perdem a relação de fidelidade com o local de origem. O que conta é a velocidade de circulação e de renovação constante das atividades econômicas e culturais que funcionam cada vez mais dispersas e de forma generalizada. Antigos agentes de reestruturação social foram tomados pela dinâmica dos novos meios de comunicação e pelo domínio do mercado.

Canclini (1995) identifica que, atualmente, uma nação se firma mais enquanto mercado consumidor do que pelos seus limites territoriais e sua história política. O Estado e a política já não são mais instâncias que nos orientam e que através das quais encontramos um ponto comum. Esse ponto comum é, agora, encontrado no mercado. Segundo Canclini os meios de comunicação fazem circular signos por códigos de identificação que nos unificam, sendo que, mesmo quem nunca saiu do seu país se faz entender, por compartilhar dos mesmos signos, logotipos, ídolos e outros objetos da sociedade e da cultura veiculado pela publicidade. E ainda afirma que essa situação “implica uma concepção de mercado não mais como simples lugar de trocas de mercadorias”, mas também como parte de interações socioculturais complexas.

Certamente, no totalitarismo do mercado atual, a imagem, a marca e a etiqueta predominam. O marketing e a publicidade são as principais ferramentas da sociedade de consumo³⁸. As novas tecnologias facilitam o trabalho publicitário e a criatividade.

Com a publicidade tudo torna passível de ser vendido: palavras, imagens, comportamentos, performances corporais, idéias e conceitos sobre estilos de vida, tudo se anuncia, tudo se vende. Seja via televisão, internet, outdoors, revistas e jornais, a mediação publicitária é generalizada, com estratégias cada vez mais eficientes na apresentação e vendas de produtos para satisfazer os desejos de um público consumidor cada vez mais numeroso e heterogêneo.

Hoje, parece estarmos vivendo numa sociedade paradoxalmente dominada por excessos e marcada pela superficialidade. Os discursos publicitários, por certo, pegam carona nessa situação. Os estímulos em favor do consumismo devem ser seguidos em troca de promessas de felicidade. As diversas peças publicitárias asseguram que nosso dever é ser feliz, e a felicidade requer o consumo. De sorte que o crediário absorve boa parte dos orçamentos hoje em dia. Dessa forma, o mercado encontra potencialidade suficiente para sua efetiva totalização. Atualmente, o mercado é totalitário. Ocupa todos os espaços e se apodera das mentes.

A jornalista canadense, Naomi Klein, em seu livro: *Sem Logo: a tirania das marcas em um planeta vendido* identificou muito bem as estratégias do totalitarismo do mercado no que chamou de “tirania das marcas” das grandes corporações mediada pela publicidade. Segundo Klein (2006, p. 73):

Embora as marcas pareçam estar em toda parte - nos shows da garotada, ao lado delas no sofá, no palco com seus heróis, em seus grupos de discussão on-line e em seus campos de futebol e quadras de basquete - por um longo tempo uma importante fronteira da juventude

³⁸ O estudo das populações com sua cultura, seus hábitos e costumes é uma das condições necessárias para criar mercados e utilização das melhores estratégias de publicidade.

sem marca permaneceu intacta: um lugar onde os jovens se reuniam, conversavam, fumavam, escreviam, formavam opiniões e, o que era mais enlouquecedor, ficavam por ali parecendo *cool* por horas a fio. Este lugar é chamado escola. E, claramente, as marcas tinham de ir às escolas.

E foram. Quase que sem exceção, nenhum espaço escapa mais dos anúncios publicitários. Dos tradicionais intervalos comerciais televisivos, passando por sofisticados programas de blocos de anúncios na web a banheiros públicos e espaços de instituições educacionais, nada está mais isento de despertar o interesse publicitário.

A mutação do capitalismo produziu novas estratégias comerciais. Não vendem mais coisas. Agora vendem marcas, símbolos, imagens, significados, que podem ser apresentados em qualquer espaço estratégico e aos olhos de públicos específicos.

Klein escreve que empresas como Nike, Levi's, Coca-Cola, McDonald's, Monsanto, Disney, Microsoft e Shell, além de lançarem mão de fórmulas de marketing consideradas infalíveis, apostaram na criação de uma estratégia corporativa poderosa o bastante para infundir significados aos seus produtos apenas colocando seu nome, ou seja, sua marca. Nas palavras de Klein (2006, p. 45-46): “Os construtores de marcas venceram, e nasceu um novo consenso: os produtos que florescerão no futuro serão aqueles apresentados não como “produtos”, mas como conceitos: a marca como experiência, como estilo de vida” .

De fato, hoje as corporações que detêm o maior valor de mercado são justamente aquelas que possuem sua marca mais fortalecida e, conseqüentemente, valorizada, o qual se traduz no maior número de pessoas que esta conseguiu “marcar” com impressões psicológicas via publicidade e propaganda. A publicidade é o meio que permite ter acesso à mente do consumidor, criar uma relação perceptual de imagens, símbolos e sensações que passam a definir a entidade perceptual que se chama de “marca”. Assim, é que se pode dizer que os indivíduos são “marcados”. Dentro do

espaço perceptivo da marca podem ainda ser criados mundos sedutores e personagens míticos os quais, através do marketing e da publicidade associam-se ao produto que define uma determinada marca. Dessa forma, a marca passa a significar algo mais que um produto. Ela passa a existir como entidade perceptual na mente do consumidor. Somos a cada instante, literalmente, bombardeados por imagens as quais, supostamente, devemos perseguir como um ideal, como um estilo de vida a ser alcançado. Nenhum aspecto de nossas vidas e de nosso corpo escapa da oferta publicitária.

Como acredita o estudioso da moda, Gilles Lipovetsky (1989), a publicidade não tem mais fronteiras. Para ele, o nome das marcas é exibido um pouco em toda parte em nosso meio cotidiano. Publicidade sem fronteiras: conheceu-se a campanha dos ‘produtos livres’ para os produtos sem marca, hoje se faz publicidade para uma ‘transa’ no videotexto ou pelo telefone”, afirma o pensador francês.

A contemporaneidade está fortemente marcada pela massificação da publicidade e pela expansão de mercados e aumento de consumo. É interessante ressaltar que a sociedade de consumo é também a sociedade da estética. Lipovetsky (1989, p. 188) ressalta que junto com a realização de belos e atraentes cartazes, a estética se consolida como eixo primordial do trabalho publicitário. E a meu ver, a valorização estética que se instalou na contemporaneidade não contempla apenas produtos. Ela atinge também os corpos.

Além da ocupação generalizada dos espaços, Lipovetsky (1989, p. 192) acredita que “a publicidade produz necessidades estritamente adaptadas à oferta, permite programar o mercado, apanhar na armadilha a liberdade dos consumidores, a sociedade em seu conjunto tende a tornar-se um sistema circular, sem exterioridade, sem diferença, sem acaso”. De fato, a segmentação de mercado que existe hoje em dia talvez seja o exemplo mais plausível dessa generalização do mercado, onde através da

criação de produtos para segmentos específicos da sociedade, atinge a todos. E a publicidade se encarrega de ressaltar essa “combinação perfeita” entre o produto e o consumidor, entre a “necessidade específica” e a “satisfação total” do consumidor.

A publicidade, ao marcar de forma consistente e com sucesso um produto com uma imagem, com um logo, parece estender-se também aos corpos humanos. Os corpos contemporâneos não escaparam desse processo mercadológico. O corpo também entrou na dinâmica do mercado, do vendável e do consumível. Vendem-se produtos para o corpo. Vendem-se os recursos e os serviços para remodelar cada centímetro do corpo. Quanto maior a abertura econômica, maior é a formatação, a promoção e o desfile de corpos. Mais veloz se torna sua circulação e maior se torna o comércio de remodelação por meio de correções cirúrgicas plásticas (Fig. 3). Cada parte do corpo passa então, a ser passível de investimento econômico, transformando este em um “objeto” de alto valor monetário. Constituiu-se num valor: um objeto a ser comprado e vendido.



Fig. 3 – Fonte: Folha Online

Agimos atualmente como consumidores de bens e serviços de saúde e beleza. Com isso, o corpo se potencializa cada vez mais economicamente. O corpo na contemporaneidade tornou-se ainda, de certa forma, uma das principais fachadas da

publicidade. Um exemplo disso é sua apropriação para sustentação da moda. A dimensão que a preocupação com o corpo veio assumindo no decorrer do século XX, por certo, está diretamente ligado as modificações das formas de vestuário numa exposição crescente da visibilidade do corpo.

Gilles Lipovetsky (1989, p. 64) confere à moda um papel central na dinâmica social. Para ele, a moda e o refinamento visual caminham juntos; ela consagra o progresso do olhar estético nas esferas mundanas, e ainda acredita que o consumo e a moda imprimem uma nova dinâmica na organização social. O novo aparece como o imperativo categórico da produção e do marketing, nossa economia-moda caminha no *forcing* e na sedução insubstituível da mudança, da velocidade, da diferença. Assim, a moda acaba por constituir um dos principais motores do consumo. E o corpo apresenta como vitrine privilegiada para sua exposição, consistindo atualmente, no seu principal aliado.

Atualmente, o corpo parece ir bem além de uma mera funcionalidade orgânica de sustentação humana. O corpo é imagem, aparência física e símbolo. Percebe-se que ele constitui um poderoso instrumento de comunicação. Sua forma e aparência física tende a ser objeto de consumo que gera mais consumo numa espécie de círculo vicioso.

As potencialidades do corpo são atualmente exploradas pela publicidade, através da mediação de imagens para o comércio, nos esportes, na moda, na saúde e nos padrões de beleza, seduzindo-o e fazendo seduzir para o consumo. De sorte que, o corpo está, portanto, necessariamente atrelado aos imperativos do capital. Atualmente, ele absorve a maior parte do nosso investimento e preocupações.

As preocupações e investimentos no corpo são mais visíveis especialmente nas mulheres, as quais são mais exigentes em relação à saúde e inseguras em relação à aparência. Medicamentos, cosméticos, silicone, maquiagem, tinta para o cabelo, roupas,

bolsas, calçados de salto alto, bijuterias, enfim, a lista de compras e acessórios para os cuidados do corpo nunca termina.

Em tempos de veneração do corpo é importante lembrar que não é apenas o corpo enquanto entidade física, que interessa ao capitalismo. As imagens constituem também objetos fundamentais de apropriação pelo mercado. As peças publicitárias estão repletas de exemplos onde se podem ver belas imagens de mulheres aparentemente jovens e saudáveis no anúncio de um produto que pode ser desde a marca de uma cerveja a um bronzeador. As imagens que aparecem são sempre de corpos sem imperfeições, certamente um corpo idealizado para consumo, voltado para o mercado. Essa estereotipia corporal ajuda compor duas das características principais da sociedade contemporânea: a sociedade da imagem e a sociedade do consumo.

Deleuze (1990) nos mostra que o capitalismo é “rizomático e esquizofrênico”. Atualmente, ele não é mais dirigido para a produção. O capitalismo atual é um capitalismo da superprodução e da sobreprodução, dirigido para o mercado, para a venda de produtos e, em especial, para a venda de serviços.

Durante o capitalismo de produção, que vigorou pelo menos até o início da década de 1960 na maior parte dos países capitalistas, o corpo entrava no mercado como força de trabalho. Pesquisava-se o corpo como força a ser domada e preservada, pois o que importava era sua capacidade de produzir. Atualmente, vivemos o capitalismo da superprodução, no qual o problema é consumir o que se produz em excesso comparativamente à necessidade. Desde então, o corpo entra no mercado como capacidade de consumir e ser consumido [VAZ, 2006, p. 42].

O capitalismo atual pauta-se pelo imaterial. Ele é essencialmente dispersivo e desterritorializado. Cartões de crédito possibilitam a sua mais plena realização. Operadoras de cartões de crédito por sua vez fazem a mediação necessária entre o

mercado e o consumidor. Consumo é a palavra de ordem. Parcelamentos a perder de vista são oferecidos como forma de dar acesso ao consumo a todas as pessoas.

Através da publicidade buscam-se consumidores para consumir e ser consumidos. A mutação do capitalismo promoveu a tirania do mercado englobando tudo e todos. O corpo, como instância privilegiada da dor e do gozo, se oferece como palco de realização do espetáculo do mercado que tem no capitalismo o seu ator e diretor principal. De sorte que, como afirma Villaça e Góes (1998) “não é possível pensar o corpo hoje, na sua articulação com a subjetividade e a identidade, sem discutir a evolução do mundo dos objetos e do mercado”.

Da totalização do mercado, nada, ninguém, nem uma só instância do ser humano escapam. A ele se submetem corpos e almas. A lógica do mercado opera de forma massiva e, não deixa escapar a possibilidade dos indivíduos sonhar novos corpos e um novo universo de utopias e terrores.

2. ASCENSÃO DO MERCADO DE APARÊNCIAS

A era da imagem trouxe uma expansão da beleza estética em diversas áreas da atividade humana. Mas, na área da auto-imagem e da imagem do ser humano diante do outro, provocou um estrago no inconsciente, fazendo com que grande parte das pessoas perdesse o senso da magia, da suavidade, da leveza do ser, do encanto pela vida, afetando drasticamente a saúde emocional e as relações sociais.

[CURY, 2005, p.16].

É fato que a sociedade pós-moderna promove o culto ao corpo e ao consumismo. Observa-se um estímulo publicitário cada vez mais agressivo a incitar o consumo, estilos de vida, modificações e aperfeiçoamentos corporais. Promovem-se produtos, medicamentos, plásticas, desde intervenções sutis até cirurgias plásticas radicais, muitas vezes irreversíveis. Somos permanentemente estimulados ao consumo; consumir

produtos de beleza, alimentos saudáveis, vitamínicos, energéticos, medicamentos e serviços personalizados de toda sorte. Tudo se reduz ao mercado.

Assim, a busca pelo corpo perfeito, pela aparência, alimenta uma indústria da beleza gigantesca, sem limites. Desde profissionais da área da saúde até prestadoras de serviços que oferecem possibilidade de terceirização e facilidades de pagamento aos seus clientes em vários parcelamentos. Todos, de alguma forma, querem abocanhar uma fatia desse gigantesco mercado em potencial crescimento.

Atualmente, setores econômicos ligados à melhora da aparência como: moda, cosméticos, serviços de beleza, cirurgias plásticas e academias de ginástica constituem ótimos negócios. O setor apresentou um crescimento bastante expressivo nas últimas décadas. Ana Lúcia de Castro (2008, p.1) faz uma análise do crescimento desse mercado, apresentando na sua argumentação os seguintes dados:

Ao lado da indústria “Diet”, coloca-se a dos cosméticos, que também cresce assustadoramente, indicando a “materialidade” do processo em questão. O setor – que envolve três segmentos básicos: higiene pessoal, cosméticos e perfumaria – teve um crescimento acumulado de 126,66% no período de 1991-1995, passando de um faturamento líquido de R\$ 4,9 bilhões, em 1996, para R\$ 8,3 bilhões em 2001 e alcançando a marca dos R\$ 17,3 bilhões em 2005. Na primeira metade da corrente década (entre 2001 e 2005), o crescimento médio do faturamento do setor foi de 10,7% ao ano.

Aliado as práticas médicas, os anúncios publicitários apresentam exemplos de corpos modelos que devem ser perseguidos. Independentemente da necessidade física o discurso publicitário aponta ao leitor possíveis problemas no seu corpo que devem ser corrigidos. Afinal, com o avanço da medicina estética e da cosmética todas as partes do corpo são passíveis de correções, de aperfeiçoamento. Assim, a “identidade corporal” está em constante transformação. Torna-se cada vez mais móvel, flexível e fluídica.

Paula Sibilia (2002, p. 209) tece algumas considerações sobre o estado atual de construção de corpos e subjetividades na contemporaneidade. A autora escreve que:

Corpos e almas construídos a partir dos catálogos atraentes, porém perecíveis – e, portanto, sempre renovados - de modos de ser oferecidos no mercado. É nesses redemoinhos, todavia, que pode assomar uma boa notícia: essa polifonia subjetivante está corroendo as bases da estabilidade identitária, aquela “alma como prisão do corpo” que tem marcado, com seu fogo prometético, os sujeitos da sociedade moderna e industrial. No lugar das identidades fixas de outrora, hoje proliferam novas modalidades de ser: “identidades *pret-a-porter*” e “kits de perfis padrão”, como os denomina Rolnik, pacotes subjetivantes oferecidos nas mídias e nas vitrines para serem consumidos e descartados rapidamente, conformando “identidades globalizadas flexíveis, que mudam ao sabor dos movimentos do mercado e com igual velocidade”.

Diz-se que a sociedade atual constitui-se na fragmentação e no desenraizamento. Os indivíduos não se prendem mais pelo vínculo identitário. Nem na esfera coletiva nem com seu próprio corpo. Desse modo, a constatação da existência de fragmentação coloca em questão o modelo imaginário e a identidade do próprio corpo.

Talvez seja possível cunhar aqui alguns adjetivos na tentativa de caracterização da sociedade atual. Podemos chamar de uma sociedade do mercado, do consumo, do descarte, da imagem ou, até mesmo falar de uma crise de identidade ou crise de “identificação”. Mas uma coisa é certa: a sociedade atual é fruto de uma fusão bem sucedida entre capitalismo e desenvolvimento científico. Essa fusão exerce, atualmente, seu papel nevrálgico na esfera somática dos indivíduos. Pensa-se mudar o corpo para então mudar a alma, mudar o seu ser no mundo. Graças aos avanços científicos recentes, a ciência médica contemporânea já permite uma série de intervenções capazes, verdadeiramente, de alterar a nossa corporeidade por completo.

O grande avanço da ciência médica, amparada por recursos sofisticados e pelos mais desenvolvidos e precisos equipamentos tecnológicos, permite hoje, alterar características físicas e hereditárias, esculpir e modificar o corpo humano ao sabor do desejo e da imaginação. O fato é que isso parece colocar-nos como os principais atores responsáveis pelo nosso próprio corpo. Se não se é possível escolher os pais, o rosto, o

lugar e a condição de nascimento, após o nascimento e a socialização, talvez já seja possível reconstruir, remodelar o corpo e, assim, ganhar uma anatomia diferente daquela do nascimento. Pode se imitar celebridades ou, simplesmente, não se parecer com ninguém, apenas ser diferente do que se é. Segundo Tânia Hoff (2006, p. 9): “se o papel social deixou de ser referência para construção da identidade e de relações de poder, a aparência do corpo constitui o último reduto em que o indivíduo pode atuar”.

A sociedade contemporânea pauta-se pelo consumismo e pelo espetáculo. Isso também implica numa performance de corpo diferente de antes. O corpo atualmente passa, portanto, a ser passível de remodelação, de melhoramento, atendendo com isso, as demandas do mercado e os interesses do capital. Todos são alimentados por uma ideologia que orienta práticas e discursos sobre o corpo. São convocados, de certa maneira, a assumirem a responsabilidade pelos cuidados para com o corpo. Nisso, as pressões para transformação do corpo acaba por afetar a subjetividade. Isso fica evidente na seguinte frase: “De bem com você, de bem com o mundo”.

Por certo, cada época e cultura marcam o corpo dos seus indivíduos e estabelece padrões específicos de beleza. Mas, atualmente existe alguma coisa a mais nessa questão. Minha hipótese é de que a noção de beleza hoje, assim como a economia e o mercado, ela encontra-se, de certa forma, globalizada.

Provavelmente, a noção de beleza tal como consideramos é essencialmente um padrão ocidental. Mas parece que essa ideia vem sendo exportada para o mundo inteiro. A questão também já não mais se restringe aos gêneros. Da mesma forma, homens e mulheres se tornam vítimas do padrão de corpo ideal generalizado. Vide o crescimento da procura de cirurgias plásticas entre o público masculino.

Alguns países como é o caso dos Estados Unidos e Brasil, certamente lideram a indústria da beleza e o protótipo do que deve ser considerado um corpo ideal. Segundo dados coletados por Paula Sibilia (2002, p.144):

No Brasil, curiosamente, esse mercado cresce a um ritmo surpreendente: 20% ao ano, desde 1994. Em 2001 foram realizadas 350 mil cirurgias plásticas no território nacional, número que coloca o país no segundo lugar do ranking mundial da área, logo atrás dos Estados Unidos. Os serviços de lipoaspiração – os mais procurados no mercado local – são anunciados em revistas e jornais de grande circulação com propostas de pagamentos divididos em até 48 parcelas mensais.

Atualmente, podemos observar em cada esquina uma academia de ginástica, uma clínica estética, uma loja de cosméticos onde se podem adquirir os mais variados serviços e produtos de tratamento do corpo. Podem-se parcelar os serviços e produtos em diversas vezes no cartão de crédito. Um número cada vez maior de operadoras de crédito promete facilitar a intermediação. O importante é consumir. Exemplo: “Visa, porque a vida é agora!”, anunciam.

Esse fenômeno evoca os escritos de Deleuze (1990) que já nos anos 90 ao escrever seu célebre artigo: *Post – Scriptum: sobre as sociedades de controle* prognosticava que nessa mutação da sociedade capitalista: “o homem não é mais o homem confinado, mas o homem endividado”.

De fato, devo concordar com Deleuze uma vez que observamos indivíduos cada vez mais reféns das operadoras de cartões de crédito e prestadoras de serviços financeiros as quais, concedem crédito em vários parcelamentos e com altas taxas de juros. De forma que, todos têm acesso ao crédito. Mas têm dificuldades de quitá-lo. Assim, fica claro que, via publicidade direcionada ao consumidor, o capitalismo atual estimula comportamentos subjetivos necessários a sua manutenção.

É sob essa perspectiva que acredito ser o corpo na contemporaneidade, objeto principal de discurso publicitário, sendo, portanto, “instrumentalizado”, modificado e construído a partir do que é proposto pelo capitalismo e veiculado pela mídia.

3. A EMERGÊNCIA DE UMA “MORAL DA APARÊNCIA”

Penso que nos atribuem um corpo, produzem um corpo para nós, um corpo capaz de se desenvolver num espaço social, num espaço produtivo, pelo qual somos responsáveis.

[GUATTARI, 2000, p. 278]

A sociedade atual pauta-se por uma valorização exagerada da aparência e do culto à celebridade. E, como vemos, a mídia, principalmente por meio de revistas, promove pessoas bonitas, saudáveis e aparentemente felizes. Assim, sugere-se uma espécie de norma para a aparência corporal e para a saúde, uma espécie de “bioascese” ou cuidado de si. Na busca de um corpo ideal, muitas pessoas tomam como referência principal as “imagens-normas” de uma nova estética corporal veiculada na mídia. Algumas pessoas chegam mesmo a ficarem literalmente condenadas à exigência da aparência corporal.

Mas o fato é que todos, de alguma forma, passam a se preocupar com as “gordurinhas” os “quilos extras” e tudo aquilo que desqualifica o padrão vigente de corpo. Os indivíduos passam a atuar como seus próprios “carrascos” na manutenção do corpo. Dietas rigorosas, malhação intensiva e cirurgias plásticas rotineiramente fazem parte da “norma estética” vigente, já adotada por muitos. Villaça e Goes (1998, p. 13-14) lembram que:

A tendência da sociedade de consumo é atribuir ao indivíduo a responsabilidade pela plasticidade do seu corpo. Com esforço e trabalho físico, ele é persuadido a alcançar a aparência desejável. O que se vê na mídia, através de colunas de aconselhamento, de editoriais, é a proposta de um ideário religioso/esportivo de mandamentos e de maratonas a serem seguidos e vencidos. As rugas,

a flacidez muscular e a queda de cabelo que acompanham o envelhecimento devem ser combatidas com a manutenção corporal energética, a ajuda de cosméticos e todos os recursos da indústria de embelezamento.

Talvez seja paradoxal pensar que ao lado da sociedade do consumo e do culto ao corpo convivem ainda a pobreza, a violência, o analfabetismo e a miséria. Não é o caso aqui tratar dessas questões. Mas deve ser lembrado que, enquanto muitos ainda lutam pelas condições básicas de sobrevivência, um modelo da perfeição, da saúde, um ideal físico e de beleza vigora e se expande pelo corpo social via mídia.

É importante lembrar que o culto ao corpo veiculado pela mídia incita-nos a idealizar tipos físicos específicos – os modelos *fashion* das celebridades -, quase sempre inatingíveis pela grande maioria da população que não dispõe nem das condições básicas de sobrevivência. A estes, restam contemplar – via mídia - uma realidade distante daquilo que vivenciam no dia-a-dia.

Além das ótimas condições de vida e boa saúde dos personagens apresentados pela mídia, as imagens veiculadas são ainda corrigidas por *photoshop* que tira todas as imperfeições da pele do corpo. Isso contribui ainda mais para a idealização e divulgação de um padrão de corpo ilusório e, provavelmente, inatingível pela maioria dos mortais.

Vale lembrar que, o culto a celebridade na cultura contemporânea, acabou por ocupar um lugar central na pauta das discussões atuais. Muitas vezes, questões cruciais da sociedade como a violência, a pobreza, a questão ambiental, a má qualidade da educação, cedem lugar na mídia para discussões e assuntos relacionados ao mundo *fashion* e a vida cotidiana das celebridades³⁹. As pessoas preferem voltar sua atenção

³⁹ É comum em vários círculos sociais presenciarmos calorosas discussões sobre o comportamento dos personagens das novelas, do futebol, de celebridades do cinema, da moda, da mídia, etc. Enquanto isso, questões ligadas à desigualdade social, à economia, à saúde e à educação ocupam espaço secundário nas discussões cotidianas.

muito mais para a vida e para as relações “efêmeras” dos famosos do que para as contradições e contrastes do mundo contemporâneo com a realidade dura que os cerca.

Nas palavras de Jurandir Freire Costa (2001, p. 7 - 8):

Hoje, nem pai, nem padre, nem médico, nem psicanalista funciona como autoridade simbolicamente legítima para corrigir ou ratificar os rumos tomados pelas práticas bio-ascéticas individuais. O que nos inspira são os modelos impessoais dos artistas de sucesso ou das figuras de *outdoors*. Só que tais modelos são mudos e se manifestam, apenas, quando se trata de nos convidar para comprar mais um produto comercial ou industrial. [...] O corpo da publicidade não nos fala diretamente. Não nos solicita sensorial ou emocionalmente, nem considera as peculiaridades de nosso caráter ou de nossas histórias de vidas, ao provocarem nosso desejo de imitá-lo. A publicidade não nos acusa nem elogia, apenas seduz, em sua opacidade e permanente mudança, como um ideal que devemos perseguir, independente das conseqüências físico-emocionais que venhamos a sofrer. Não há, por conseguinte, como saber qual o caminho certo da “virtude bio-ascética”, exceto se continuarmos a perseguir, de forma maquinal, exaustiva, torturante, o corpo da moda. Até, é claro, chegar a velhice e nada restar, salvo os grupos de terceira idade, última tentativa bio-ascética de “ser jovem”, vital, por dentro da moda!

Segundo Jurandir Freire Costa, “celebridade é uma tolice colorida”⁴⁰. Pois não possui “envergadura” moral suficiente para sustentação⁴¹. A dignidade, a envergadura moral, passa assim, a ocupar cada vez mais um lugar secundário na cena pública atual. Pois, tudo que se refere à celebridade é pautado pela superficialidade e pelo efêmero.

Para Jurandir (2001), as antigas instâncias da modernidade como família, religião e Estado não funcionam mais como autoridades de referências. O sentido da vida, segundo o autor, foi deslocado para o debate científico. No lugar da “excelência da

⁴⁰ Para Jurandir Freire Costa, a celebridade se sustenta simplesmente na realidade do espetáculo. A celebridade é uma fantasia que se mantém exclusivamente pelo poder de sedução dos meios de comunicação de massa. Enquanto que a autoridade demanda tempo para credibilidade a celebridade faz-se e desfaz-se de forma instantânea.

⁴¹ A mídia está repleta de exemplos de maus comportamentos de celebridades. São vários escândalos que ganham projeções alarmantes nos meios de comunicação.

vida virtuosa” surge um novo padrão, a qualidade de vida que deve ser observada por todos. “Viver bem” é a palavra de ordem anunciada.

Porém, acredito que a mídia promove discursos sobre saúde e qualidade de vida que na maioria das vezes levam a simplificação e ao reducionismo. Proliferam-se, assim, os “mitos científicos”⁴². Por meio de programas de televisão, dezenas de revistas e centenas de títulos da literatura da auto-ajuda disponíveis no mercado circulam cada vez mais livremente toda sorte de informações veiculadas como sendo a última descoberta da ciência de como deve se alimentar, cuidar do corpo, trabalhar, se relacionar com as pessoas, praticar exercícios físicos, se comportar, enfim, viver.

Retomando Jurandir Freire Costa (2001), a idéia de qualidade de vida tem como referenciais privilegiados o corpo e a espécie. O corpo tornou-se um ator de primeiro plano na cena pública. Talvez nenhuma outra grande narrativa se proponha mais, na atualidade, a organizar a vida e o mundo. No lugar da transcendência, do sujeito moral, político e coletivo privilegia-se o corpo biológico individual. Assim, aquele grande outro, ou seja, a coletividade cede lugar para uma alteridade menor: o corpo. A presença do corpo se torna, portanto, “invasiva” na cultura atual.

É um fato notável na atualidade, os indivíduos serem inspirados cada vez mais pelos modelos impessoais de “corpos perfeitos” da mídia e da publicidade. E nesse bojo, conforme mostra Jurandir, o corpo se tornou a vitrine compulsória, permanentemente devassada pelo olhar do outro anônimo, de nossos vícios e virtudes, fraquezas e forças. Cuidar do corpo é cuidar de si. Cuidar de si é representar uma imagem apreciável ao olhar do outro, ainda que anônimo, pois, o olhar do outro é o que produz nosso comportamento. O corpo se apresenta, portanto, como fator relevante na construção da identidade pessoal e meio para a visibilidade social.

Tende-se a considerar que - com o enfraquecimento das instâncias da modernidade - o laço comum da atualidade passa a ser não mais a religião, nem a política, nem o laço social, mas sim o corpo. O corpo passou a ser a principal instância para a qual se dirige toda a atenção na atualidade. Tanto homens quanto mulheres não devem ser gordos. Devem zelar do corpo, praticar exercícios físicos com regularidade, observar a aparência, cuidar da alimentação, não fumar, não beber, praticar sexo seguro, ir periodicamente ao médico, fazer plano de saúde São palavras de ordem deste início de século XXI. Cuidar do corpo, conseguir a forma corporal desejada são, portanto, consideradas condições essenciais para se ficar de bem consigo mesmo, com os outros e com o mundo.

Somos cada vez mais responsáveis pelo bom condicionamento físico e orgânico do nosso corpo. A qualidade de vida se impõe como necessidade primordial, pela qual somos responsáveis. Passou-se do tratamento das doenças para a promoção do bem-estar. Passamos a ter, de certa forma, poder de decisão sobre a duração da nossa própria vida. O resultado foi que conseguimos um aumento significativo de sobrevida. E existe ainda a tentativa de que permaneçamos saudáveis, joviais e belos na nossa sobrevida. Semelhante ao “Retrato de Dorian Gray”, uma eterna juventude talvez seja perseguida na contemporaneidade como nunca antes foi na história.

Michel Serres (2003, p. 32), relata que: “certos cânceres dependem do cigarro e do álcool, as doenças cardiovasculares dependem da alimentação e de exercícios, as doenças sexualmente transmissíveis, de condutas frequentemente deliberadas.” O corpo passa a funcionar como uma espécie de termômetro onde se indica a vida, cujas condições de funcionamento e identificação são nele percebidas. O conceito de saúde, de qualidade de vida e de beleza parecem se fundir. E a identificação social passa

⁴² Denominei de “mitos científicos” pelo fato da duvidosa credibilidade de tais informações. Muitas das supostas comprovações científicas veiculadas em várias revistas sequer trazem alguma referência

também a se expressar em categorias expressas nos siliconados, malhados, bombados, lipoaspirados, botoxinados, tatuados e toda sorte de remodelações, reconfigurações ou reconstituições do corpo.

O olhar social sobre o corpo é, atualmente, um olhar moralizante. O indivíduo passa a ser considerado pela imagem corporal que exhibe. Essa questão pode ter implicações nas relações, uma vez que o corpo aparece de maneira cada vez mais decisiva nas trocas sociais. Pois o corpo é, ao mesmo tempo, matéria e signo. Atualmente ele se apresenta talvez mais como signo, como o principal sinal de identidade, ainda que mutável.

Assim, o culto ao corpo passa a conviver também com o desprezo do corpo do ponto de vista estético. Aqueles que não observam as normas de conduta para a perfeição do corpo podem ser muitas vezes vistos como espíritos fracos, desprovidos de força de vontade, de determinação e de responsabilidade. De maneira que todos passam a se preocupar com o corpo. Alguns quilos além do peso normal, rugas ou qualquer outra característica que denuncie a fuga do padrão almejado de um corpo em forma, já são motivos para preocupações por parte de muitos indivíduos.

São essas considerações em que o corpo ganha centralidade que chamei de uma “moral do corpo em forma”, onde impera certo dever de “construir” o próprio corpo de acordo com os “interesses” do mercado e dos padrões sociais estabelecidos e propagados pela mídia, em que impera certo dever moral de “estar em forma”, de possuir um corpo considerado perfeito, sem defeitos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão que fiz ao longo do trabalho sobre os modos de se pensar o corpo na contemporaneidade permite identificar algumas características da cultura contemporânea que tem no corpo um de seus referenciais privilegiados. Certamente, a emergência das novas tecnologias do corpo, como por exemplo; cirurgia plástica, aplicação de botox, cosméticos, próteses, dentre outros dispositivos, mediados pela comunicação e pelo mercado – instância mestra no elo entre os indivíduos -, formam e promovem um “novo corpo” ideal.

No entanto, depois de analisar essas várias teorias contemporâneas sobre o corpo na relação com a comunicação social, com a mídia e com o mercado, chego à conclusão de que talvez não seja mesmo o corpo em si que esteja tão evidente na contemporaneidade e que seja tão valorizado como se parece fazer acreditar. O certo é que talvez não se valorize o corpo em si como muitos parecem imaginar no senso comum, mas sim, a imagem de um corpo “idealizado”, considerado perfeito, veiculado pela mídia e mercantilizado cada vez mais na contemporaneidade.

Dentro dessa linha de raciocínio a obra *Adeus ao corpo* de David Le Breton (2003) torna-se referência seminal nessa discussão. Em todas as instâncias, seja da ciência médica ou da comunicação, tende-se a dar “adeus ao corpo” enquanto substância orgânica, mas reforça-se a sua existência e perpetuação por meio do silício e das ondas eletromagnéticas. Existir passa a ser “estar na imagem”, circular-se e fazer circular num processo de fluidez constante ou, como bem constatou o pensador Zigmunt Bauman (2001; 2007), “liquidez”, ao se referir às relações da sociedade contemporânea como “líquidas”.

O acelerado processo de produção e de circulação de imagens, que “faz” de pessoas imagens e apresenta imagens “como” pessoa, talvez revele uma das

características da sociedade contemporânea, por excelência, como uma “sociedade das imagens”. A imagem parece ganhar uma importância crucial nos dias atuais. Desde o aperfeiçoamento das imagens de Raio X da tecnologia médica à proliferação e circulação das imagens fotográficas das tecnologias digitais da comunicação. A imagem passa, na contemporaneidade, a consolidar-se na prova cabal da veracidade dos fatos. O velho argumento de que: “uma imagem vale por mil palavras” passa cada vez mais a fazer sentido no mundo contemporâneo.

É esse fato, da valorização extrema da imagem ideal de corpo, que faz com que exista toda uma tecnologia – desde a ciência médica à comunicação - que se utiliza para atingir o corpo considerado “perfeito”. Como exemplos temos: cirurgias plásticas, próteses estéticas e de restauração de capacidades funcionais, academias de ginásticas, aplicação de toxina botulínica até usos de anabolizantes, fármacos, cosméticos, vestuário e, quando não se consegue a “imagem ideal”, fazem-se ainda correções da própria imagem fotográfica por meio de recursos de photoshop. O fato é que, hoje, a busca pela “imagem” do corpo ideal atinge nosso dia-a-dia em todas as dimensões da vida. Isso coloca em cheque a questão da identidade do próprio indivíduo, daquilo que ele é e do que ele possa vir a se tornar. Essa questão foi que resultou na necessidade de iniciar a discussão do trabalho pelos conceitos de cultura e de identidade.

Assim, no primeiro capítulo foi feita uma breve discussão sobre a cultura. O capítulo centrou-se na contextualização, uma vez que a cultura pode ser tida como estimulação ou impedimento na mutação antropológica dos corpos e construção de subjetividades. Pois, antes que aconteça qualquer transformação social, mudança cultural ou de identidade, como as que vêm ocorrendo atualmente, produz-se cultura. E a cultura é dinâmica. E uma vez que ela é dinâmica, coloca-se em questão a noção de identidade fixa, estável e fechada. Assim, concordo com Canclini (1995) que, hoje, a

identidade é “poliglota, multi-étnica, migrante, feita com elementos mesclados de várias culturas”. Dessa forma, talvez não seja mais pertinente falar-se em “identidade”, mas em “identidades”.

Por certo, o modo como nos constituímos como sujeito da cultura não é universal. O ser humano é por natureza um ser histórico, produtor de valores, crenças, conhecimento e cultura. Assim, cada época pode ser identificada pela produção e vigência de características específicas do período histórico em decorrência. Talvez não seja possível falar de uma mudança cultural, mas, certamente, é evidente o estado de mudanças dentro de uma mesma cultura que parece viver o seu processo de mutação num estado de fluidez latente.

No segundo capítulo foi abordada a questão do estatuto social de corpo em cada época e cultura diferentes. Cada época e cultura criam o seu “ideal” de corpo. Percebemos que mudanças corporais não são características exclusivas da nossa época. Em outras culturas, em outras épocas, embora de outras maneiras, o corpo já sofria transformações. Era tatuado, assinalado e marcado com sinais que atuavam como códigos de identificação. Talvez a novidade esteja na frequência e na forma com que isso acontece na contemporaneidade, cada vez mais impulsionado pelos fascínios da ciência e facilitado pela velocidade das comunicações. Pois no início desse século, a ciência se constituiu como idéia de um grande projeto humano universal, capaz de interessar e impactar a vida de todos, especialmente a biotecnologia e a psicofarmacologia que trouxeram a possibilidade de novas experiências subjetivas.

Assim, julgo que a ciência médica e as novas tecnologias, talvez sejam decisivas hoje em dia nos desdobramentos contemporâneos de transformações do corpo, na produção de novas experiências de vida e no estabelecimento de laços sociais. As biotecnologias, a farmacologia e a cosmetologia com suas promessas de revitalização do

corpo, da beleza e de um ideal de eterna juventude parecem ser marcantes atualmente, de forma que, a produção e veiculação de imagens contemporâneas do corpo ideal passam necessariamente pelas possibilidades da tecnociência.

É claro que o desejo de eterna juventude e busca da perfeição, não é uma característica específica da sociedade contemporânea. Desde o limiar da história humana, essas buscas preexistem. Mas o arsenal de possibilidades a que se submete o corpo atualmente é, sem dúvida, inédito. Estudamos muito mais o corpo hoje. Sabemos sobre colesterol, doenças cardiovasculares, glicérides, estresse, funções orgânicas e estrutura óssea muito mais do que sabíamos antes. Conhecemos cada vez mais sobre o corpo e, portanto, podemos intervir, transformar e aperfeiçoar. Isso faz ficarmos, cada vez mais, todos “Dorian Gray e Peter Pan (1945)”, possuidores de corpos que não envelhecem, com genes “perfeitos”, eterna juventude. Transformamo-nos assim, em adolescentes tardios e pais adolescentes.

No terceiro capítulo, através de uma pesquisa bibliográfica, foi feita uma análise mais elaborada da relação do corpo com a mídia. São apresentados alguns exemplos ilustrativos no plano teórico de como se dá a relação da publicidade com o corpo, a mediação e a produção de subjetividades. Percebe-se que o mercado, mediado pela comunicação, é o pano de fundo principal, uma vez que toda a mediação e as transformações proporcionadas pelas novas tecnologias da ciência médica e da comunicação passam necessariamente pelo consumo e visam aos anseios do mercado de forma geral, do qual ninguém no mundo escapa.

A mídia é o principal instrumento de mediação da cultura contemporânea. Acredito que não seja possível falar da questão do corpo hoje, sem pensar no aparato publicitário. Quando o simbólico sobrepõe ao concreto, o inorgânico ao orgânico, o imaterial ao material; quando se vive a redução dos espaços e a aceleração do tempo,

provavelmente, a comunicação via signos e imagens pode ganhar mais força. É aí que a publicidade ganha um papel crucial na veiculação e promoção de signos, significados, conceitos, idéias de estilos de vida e objetos de desejo.

A mídia, cada vez mais, se serve de vários e novos instrumentos de veiculação e, dessa forma, a máquina publicitária ganha mais espaço e força. Assim, outra questão parece emergir dessa relação da comunicação social e da mídia com o corpo: hoje, os indivíduos parecem experimentar novas formas de “ser sujeitos”. Tudo parece indicar que ser sujeito na contemporaneidade é “estar na imagem”. É fazer parte da imensa rede midiática e comunicacional que se expande cada vez mais via web, câmeras, TVs e imprensa, e que, cada vez mais, disponibilizam uma série de instrumentos e aparatos de veiculação de objetos da sociedade e da cultura.

No último capítulo foi discutida a questão da relação do corpo com o mercado. O mercado se apresenta como a principal instância de mediação. A tecnologia, a ciência médica e a comunicação se relacionam com o corpo de forma a atender as exigências do mercado que cada vez mais se globaliza ao mesmo tempo em que unifica, fazendo dos indivíduos - como denominou Canclini (1995): - “consumidores e cidadãos”. O processo da globalização e de expansão do capitalismo levou a um processo acelerado e massivo do mercado, de sorte que, ocorre na contemporaneidade a mercantilização do corpo, mercantilização da vida e até da morte. Isso me faz acreditar que se chegou ao ponto do sujeito contemporâneo ser o resultado de um processo cada vez mais acelerado em que economia e subjetividade se fundem.

Ao identificar a hegemonia do mercado e a valorização de um ideal estético específico, representado pela idéia de um corpo perfeito, sem defeitos físicos aparentes, abriu-se a possibilidade de discutir uma “moral da aparência”, onde se impera certo dever moral de estar em forma, de ter o corpo perfeito de acordo com o padrão vigente.

Pois, a cada instante somos “bombardeados” por informações daquilo que é bom e daquilo que é mal para o corpo, para a saúde e para a vida. Portanto, “ninguém” pode alegar desconhecimento do que é considerado saudável, do que é tido como elegante e de qual é o ideal de corpo vigente e cultuado.

Percebo dessa forma que o estado de bem-estar social deu lugar à soberania do indivíduo, onde o mesmo deve assumir a responsabilidade de ter que gerir a sua própria vida e cuidar do corpo conforme as informações que lhes são passadas pela mídia, ainda que para isso ele tenha que contratar especialistas para cuidar de cada parcela da sua vida. Pois, como já dito antes, em outras palavras, as condições são dadas numa forma de autonomia “generalizada” e oferecidas no mercado por intermédio da máquina publicitária. Toda rotina comportamental dos indivíduos deve ser seguida de acordo com os padrões de saúde vigentes e da exigência do estatuto social de corpo atual que a mídia divulga, que por sinal é o de um corpo esbelto, belo, sem rugas ou altas taxas de colesterol, ou seja, sem defeitos. Suponho ser atingível de forma plena, talvez, somente através da imagem. Nem mesmo as celebridades a dispõem, uma vez que mesmo depois de retoques cirúrgicos, as imagens divulgadas pela publicidade passam por inúmeras correções de *phothoshop* antes de serem expostas em outdoors.

Aqui um problema recorrente nas ciências sociais parece impor-se na cena do debate do objeto em questão: a exclusão social também passa pelo corpo e pela imagem do mesmo. As marcas da natureza e do tempo passam, agora, a revelar indícios da condição econômica em que se encontra o indivíduo. Dentes tortos, cariados, narizes com desvio de septo ou insatisfatórios, ou ainda, corpos deformados e assinalados por marcas do tempo ou de condições adversas da existência humana não são mais condições determinantes e condicionantes da existência, quando se pode “pagar”. O corpo virou um suporte, “um rascunho a ser corrigido” como identificou Le Breton

(2003) e, sobre ele se assentam não somente as marcas e as transformações da cultura, mas também dos avanços da ciência, da comunicação e, especialmente, da economia e do mercado.

É certo que as transformações culturais, as modificações corporais, o ideal de beleza, da busca da perfeição e da eterna juventude não são características que se localizam apenas na sociedade contemporânea. A novidade talvez esteja na forma e na frequência com que isso acontece hoje em dia. Ao longo da história, houve sempre mitos e lendas em torno da idéia da eterna juventude e de ideal de beleza. E cada época, por certo, produz a sua estética com seus valores e ideais a serem perseguidos a partir daquilo que é colocado como “ideal” da cultura vigente. O que se vê hoje, por exemplo, é a exigência de um corpo belo e da magreza, estimulado, especialmente, pela indústria da moda ou pelo mercado de forma geral. Certamente, uma das principais características que marcam os tempos atuais é a expansão do mercado e do capitalismo. E isso, tem impacto sobre corpos e almas.

Os autores pesquisados para este trabalho, cada um ao seu modo, de forma geral mostram que alguma coisa de novo pode se inferir desses tempos atuais. Aqui, tomo como exemplo ilustrativo, especialmente o pensador polonês, Zigmunt Bauman, para quem a contemporaneidade caracteriza-se, especialmente, como uma era de mudanças vertiginosas, de fluidez, a qual ele denomina de “era líquida”, onde tudo é fluídico, mutante, uma era da proliferação dos objetos, da mercantilização globalizada e do consumo generalizado. O corpo, não escapou desse jogo.

Em termos conclusivos argumento a possibilidade de que o corpo passa a ser, de certa forma, os efeitos das tecnologias comunicativas, da publicidade, das possibilidades científicas e das biotecnologias e, portanto, um produto de ideologias do mercado ou do

capitalismo. A saúde, a beleza, o comportamento, a vida e o ideal de corpo e de perfeição, são agora mercantilizados de uma forma generalizada.

A título de conclusão, proponho uma reflexão de que, talvez, o corpo perfeito nunca seja alcançado. Talvez ele permaneça apenas na imagem onde somente o *photoshop* consegue levar a uma aproximação da forma ideal desejada. Por ora, é o que se tem como mais evidente.

Finalmente, é importante mencionar que a questão tratada foi muito instigante, mas, como uma dissertação de mestrado, o tempo e o escopo do projeto inicial não permitiram ir além de compreender e dissertar sobre o tema escolhido num nível mais elementar. Contudo, essa última questão que emerge bem como outras possíveis categorias de se pensar o corpo na contemporaneidade, que de alguma forma foram levemente tocadas, merecem um desdobramento mais aprofundado, podendo tornar-se escolha que resultará em objeto de uma pesquisa em nível de doutorado.

Em resumo, como iniciante que ainda sou na pesquisa acadêmica, a expectativa é que as investigações de algum desses pontos levantados possam prosseguir e quiçá, novos mundos de possibilidades e descobertas possam ainda se apresentar ao longo da trajetória acadêmica que tomei como desafio, mas que, orgulhosamente, escolhi como ofício da vida.

REFERÊNCIAS CITADAS

ANDRADE, Carlos Drummond. *Corpo*. Rio de Janeiro, RJ: Record, 1984.

BAUMAN, Zigmunt. *Modernidade líquida*. Rio e Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2001.

_____. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2007.

_____. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Ed., 1999.

BAVCAR, Evgen. O corpo, espelho partido da história. In. NOVAES, Adauto (org.). *O Homem-Máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2003.

CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos*. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro, RJ: Editora da UFRJ, 1995.

CASTRO, Ana Lúcia de. Imagens do corpo e cultura de consumo. São Paulo, SP: **ComCiência**. Nº 99, Campinas, Jun. 2008. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&id=426&tipo=1>>. Acesso em: 15 de mai. 2009.

CASTRO, Ana Lúcia de. Corpo, consumo e mídia. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, SP: ESPM, vol. 1, n. 1, Mar. 2004. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/21/11>>. Acesso em: 15 de mar. 2009.

COSTA, Jurandir Freire. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro, RJ: Garamond, 2005.

COSTA, Jurandir Freire. *A subjetividade exterior* (Palestra proferida no Círculo Psicanalítico do Rio de Janeiro - Texto inédito), 2001. Disponível em: <http://www.4shared.com/file/27678201/336489c/A_subjetividade_exterior_Jurandir_Freire_Costa.html?s=1>. Acesso em 20 de Ago. 2008.

CURY, Augusto. *A Ditadura da Beleza e a Revolução das Mulheres*. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Sextante, 2005.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles. “Post-Scriptum - sobre as sociedades de controle”. In: *Conversações*. São Paulo, SP: Editora 34, 1990.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. *Mil Platôs - Capitalismo e Esquizofrenia*. Vol. 1. São Paulo, SP: Editora 34, 1995.

DUNCAN, Zélia. *Alma*. Disponível em: <http://www.4shared.com/audio/00Q7-Rm/Zelia_Duncan_-_Alma.html?s=1>. Acesso em: 20 de mai. 2010.

DESCARTES, René. *Discurso do método*. São Paulo, SP: Hemus, 1998.

FOLHA ONLINE. *Jornais estrangeiros dão destaque à expulsão de aluna pela Uniban*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/educacao/ult305u649827.shtml>>. Acesso em 9 de nov. de 2009.

FOLHA ONLINE. *Fique uma “Carla Perez” por 28,6 mil*. Reportagem de Débora Pratali. Free-lance para a Folha Online. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/equilibrio/carla_perez_preco.shtml>. Acesso em: 1 de mai.2009.

FONTENELLE, Isleide Arruda. Corpo e Marca publicitária na sociedade das imagens. *Comunicação, Mídia e Consumo*. Vol. 1, nº 1, **ESPM**, 2001.

FUKUYAMA, Francis. *Nosso futuro pós-humano: Conseqüências da revolução da biotecnologia*. Rio de Janeiro, RJ: Roço, 2003.

GEERTZ, Clliford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, RJ: Koogan, 1989.

GLEISER, Marcelo. *Retalhos Cósmicos*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 1999.

GOLOBOVANTE, Maria da Conceição. Publicidade: o fazer-valer. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, SP: ESPM, vol. 2, n. 3, p. 139-153, Mar. 2005. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/65/64>>. Acesso em: 15 de mai. 2009.

GUATTARI, Félix & ROLNIK, S. *Micropolíticas: cartografias do desejo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

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

HOFF, Tânia Márcia César. Publicidade: o corpo modificado. In: **Cadernos de Pesquisa ESPM**. São Paulo, SP: ESPM, 2006. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/23/13>>. Acesso em: 15 de mai. 2009.

HOFF, Tânia Márcia Cesar. O corpo imaginado na publicidade. **Cadernos de pesquisa ESPM**. São Paulo, SP: ESPM, v.1, n.1, p.9-64, mai./jun. 2005.

JB ONLINE. *Atriz Pamela Anderson revela que era ninfomaníaca na escola*. Disponível em: <jbonline.terra.com.br/.../08/07/e070818586.asp>. Acesso em: 08 de nov. de 2009.

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

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

LE BRETON, David. *Sinais de identidade – tatuagens, piercings e outras marcas corporais*. Lisboa: Misotes, 2004.

LE BRETON, David. Adeus ao Corpo. In. NOVAES, Adauto (org.). *O Homem-Máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2003.

LEMOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero – a moda e seus destinos na sociedade moderna*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. São Paulo, SP: Manole, 2005.

MALYSSE, Sthephane. In: LYRA, Bernadette e GARCIA, Wilton. (Organizadores) *Corpo & Imagem*. São Paulo, SP: Arte & Ciência, 2002.

McLUHAN, Marshal. *A galáxia de Gutenberg*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1977.

NOVAES, Adauto. A Ciência no Corpo. In. NOVAES, Adauto (org.). *O Homem-Máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2003.

PITANGUY, Ivo. A procura da beleza. In: *Cartas a um jovem cirurgião: Perseverança, Disciplina e Alegria*. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2009.

PORTAL HOJE. *Gisele se torna a primeira estrangeira a pousar para Vougue Índia*. Disponível em: <<http://www.portalhoje.com/9163/149163>>. Acesso em: 08 de nov. 2009.

KANT, Immanuel. *Que é “Esclarecimento”?* Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

KEIL, Ivete. Nas rodas do tempo. In: KEIL, Ivete e TIBURI, Márcia. (Organizadoras) *O corpo torturado*. Porto Alegre, RS: Escritos Editora, 2004.

KLEIN, Naomi. *Sem Logo - A tirania das marcas em um planeta vendido*. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Record, 2006.

KHUN, Thomas. *A estrutura das revoluções científicas*. 4 ed. Tradução de Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. São Paulo, SP: Editora Perspectiva, 1996.

RIBEIRO, Renata de Resende. *Tecnologia, cinema e a invenção do corpo contemporâneo: do corpo mecânico ao corpo digital*. Niterói, RJ: UFF, 2005. (Dissertação de Mestrado apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense).

REVISTA **MEN'S HEALTH**. Tenha um corpo nota 10. Editora Abril, Brasil - Edição Nº 29, Set. 2008. 138 p.

REVISTA **WOMEN'S HEALTH**. O corpo dos seus sonhos está aqui!. Editora Abril, Brasil - Edição Nº 006, Abr. 2009.

RUSSO, Renata. Imagem corporal: construção através da cultura do belo. **Movimento & Percepção**. Espírito Santo de Pinhal, SP, v. 5, n. 6, jan/jun. 2005. Disponível em: <<http://www.unipinhal.edu.br/movimentopercepcao/include/getdoc.php?id=147>>.

Acesso em: 10 de mai. 2009.

SANTAELLA, Lúcia. 2004. *Corpo e comunicação: sintoma de cultura*. São Paulo, SP: Paulus, 2004.

SANTOS, Liones Araujo dos; ABONÍZIO, Juliana. *O sujeito pós-moderno sob a ótica da informática e da genética: liberdade ou reino do grande irmão?*. **Revista Litteris**, 01 maio 2009. Disponível em: <http://revistaliter.dominiotemporario.com/doc/UJEITO_PM.pdf>. Acesso em: 01 de maio de 2009. p. 01 – 12.

SANTOS, Liones Araujo dos. *Relação: Marketing/Indivíduo/Consumo*. **Revista Litteris**, 01 maio 2009. Disponível em: <<http://revistaliter.dominiotemporario.com/doc/marketing.pdf>>. Acesso em: 01 de maio de 2009. p. 01 - 12.

SENNET, Richard. *Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. Rio de Janeiro, RJ: Record, 1997.

SERRES, Michel. *Hominescência: o começo de uma outra humanidade?* Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2003.

SERRES, Michel. *Filosofia Mestiça*. Tradução Maria Ignez Duque Estrada. Rio de Janeiro, RJ: Nova Fronteira, 1992.

SIBILIA, Paula. *O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais*. Rio de Janeiro, RJ: Relume Dumará, 2002.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira & FARIA, Aline Almeida. Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, SP: ESPM, vol. 4, n. 9, p. 171-188. Mar. 2007. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/100/98>>. Acesso em: 15 de mai. 2009.

TAVARES, M.C.C.. *Imagem Corporal: Conceito e Desenvolvimento*. São Paulo, SP: Manole, 2003.

VAZ, Paulo. Consumo e risco: mídia e experiência do corpo na atualidade. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, SP: ESPM, Dossiê, vol. 3, n. 6, p. 37-61. Mar. 2006. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/8/16>>. Acesso em: 15 de mai. 2009.

VILAÇA, Nízia e GÓES, Fred. *Em Nome do Corpo*. Rio de Janeiro, RJ: Artemídia Rocco, 1998.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 1992.

REFERÊNCIAS CONSULTADAS

BALZAC, Honoré de. *A mulher de trinta anos*. São Paulo, SP: Martin Claret, 2002.

BAUMAN, Zigmunt. *Identidade*. (Entrevista a Benedetto Vecchio). Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, RJ: Zahar Ed., 2005.

BAUMAN, Zigmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, RJ: Zahar Ed., 1999.

BOAS, Franz. Os objetivos da pesquisa antropológica. In: CASTRO, Celso (org.). *Antropologia Cultural: Franz Boas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

CANGUILHEM, George. *O normal e o patológico*. Rio de Janeiro, RJ: Forense universitária, 1982.

COSTA, Jurandir Freire. *Ordem médica e norma familiar*. São Paulo, SP: Record, 2004.

DARWIN, Charles. *A Origem das Espécies*. São Paulo, SP: Martin Claret, 2006.

ECO, Humberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo, SP: Editora Perspectiva, 1977.

FOLSCHEID, Dominique; WUNENBURGUER, Jean-Jackes. *Metodologia Filosófica*. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2002.

FURASTÉ, Pedro Augusto. *Normas Técnicas para o trabalho científico*. Porto Alegre, RS: Dáctilo – Plus, 2005.

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo, SP: UNESP, 1991.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo, SP: Editora Atlas S. A., 2002.

GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro, RJ: Guanabara, 1988.

GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2005.

GUANAES, Nizan. Nike é um estilo e uma visão de mundo. **Folha de São Paulo**, *s/d*.

JAGUARIBE, Hélio. *A Humanidade no Século XXI*. São Paulo, SP: FÓRUM UNIVERSO DO CONHECIMENTO. Universidade São Marcos. 2007. Disponível em: <http://www.universodoconhecimento.com.br/images/stories/CiclosAnteriores/2007/HelioJaguaribe/texto/helio_jaguaribe.pdf>. Acesso em: 1 de Ago. 2008.

HUXLEY, Aldous. *Admirável Mundo Novo*. São Paulo, SP: Globo, 1999.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.

LEVY, Pierre & AUTHIER, Michel. Prefácio de Michel Serres. In: *As Árvores do Conhecimento*. São Paulo, SP: Editora Escuta, 1995.

LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. Lisboa: Gradativa, 1989.

MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2000.

MAFFESOLI, Michel. *Um desenho geral da pós-modernidade*. *Líbero*, ano III, V. 3, nº. 5, ENCONTROS, 2000. p. 4-11.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e Artes do Pós-Humano: Da Cultura das Mídias à Cibercultura*. São Paulo, SP: Paulus, 2003.

SHELLEY, Mary. *Frankenstein*. Porto Alegre, RS: L&PM, 1985.

SLOTERDIJK, Peter. *Regras para o parque humano*. São Paulo, SP: Estação Liberdade, 2000.

WEILL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. *O corpo fala*. Rio de Janeiro, RJ: Editora Vozes, 2001.

HUXLEY, Aldous. *Admirável mundo novo*. São Paulo, SP: Globo, 1999.

WILDE, Oscar. *O Retrato de Dorian Gray*. São Paulo, SP: Martin Claret, 2006.

TUCHERMAN, Ieda. *Novas Subjetividades: Conexões Intempestivas*. Revista de Comunicação, Lisboa, v. 1, n. 1, p. 55-69, 2002. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_124.PDF>. Acesso em 1º de maio de 2008.

LARAIA, Roque de B. (1997) A cultura interfere no plano biológico. In: _____, *Cultura: um conceito antropológico*. 11ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

ROUANET, Sérgio Paulo. O homem-máquina hoje. In: NOVAIS, Adauto (Org.). *O homem-máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

LIMA, Beth. Espelho cruel: entrevista da psicanalista Susie Orbach cedida à repórter da Rede Globo de Televisão. Disponível em: <<http://jornalhoje.globo.com/JHoje/019125,VJS0-3076-20050212-79477,00.html>>. Acesso em: 1º mai. 2008.

TYLOR, Edward Burnett. A Ciência da Cultura. In: CASTRO, Celso (Org.) *Evolucionismo Cultural: Textos de Morgan, Tylor e Frazer*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

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](#)