

A imagem de um corpo perfeito e sua influência na subjetividade contemporânea.

Vanessa Resende Machado¹

Resumo

Do corpo-imagem apresentado pelas mídias atuais para o corpo-orgânico que nos sustenta, surge um vácuo que pode encontrar os mais variados reflexos e sintomas na subjetividade contemporânea, pois a exatidão deste corpo sugere a imortalidade do mesmo, extrapolando o que seria até então a base de referência entre natural e artificial. Assim, cria-se um fosso no qual o sujeito encontra-se em constante dissonância por não reconhecer em seu próprio corpo, apesar das inúmeras possibilidades de intervenções estéticas, a semelhança com os “novos” corpos representados bidimensionalmente por imagens construídas e distribuídas através de tecnologias digitais. A redefinição desse corpo, assim como da subjetividade humana diante desse processo se apresentam como foco de questionamento e investigação do presente trabalho.

- Palavras-chave: corpo, imagem, subjetividade.

Abstract

Of the body-image presented by the current medias for the body-organic that sustains us, a vacuum that can find the most varied reflexes and symptoms in the contemporary subjectivity appears, because the accuracy of this body suggests the immortality of the same, extrapolating what would be the reference base until then between natural and artificial. Like this, grows up a ditch in which the subject is in constant dissonance for not recognizing in his/her own body, in spite of the countless possibilities of aesthetic interventions, the similarity with the "new" bodies represented two-dimensional for built images and distributed through digital technologies. The redefinition of that body

¹Bacharel em Desenho Industrial pela PUC-Rio com Curso de Extensão em Moda pela Universidade Veiga de Almeida (IZA/UVA) e pós-graduada em Jornalismo de Moda e Estilo de Vida pela Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.

as well the human subjectivity before of that process present as questions focus and investigation of the present work.

- Keywords: body, image, subjectivity.

“Uma das principais características da comunicação humana é a de dotar nosso corpo de significação e, conseqüentemente, de linguagens que são potencializadas por meio de interferências...” (Castilho & Martins, 35:2005).

Dentro de um contexto de sociabilidade o corpo atua desde os tempos mais remotos. Antes mesmo de qualquer linguagem verbal ou escrita, lá estava o corpo, que através de gestos, movimentos, expressões e posturas tecia a comunicação entre indivíduos e contava histórias de determinados grupos sociais. Enquanto suporte de comunicação, o corpo constrói sua própria linguagem e “fala” sem ao menos pronunciar uma só palavra e, assim, revela informações e significações a serem decodificadas através de sua aparência. É sobre o corpo que se inscreve uma infinidade de sinais que manifestam nossos valores sociais, crenças e desejos perante o mundo.

Uma importante característica do corpo é sua ambivalência, onde este se apresenta, simultaneamente, como sujeito e objeto de observação dentro de contextos sociais específicos, tornando-se uma complexa estrutura de comunicação, interação, transformação e identificação para a humanidade. O corpo é a nossa representação e presentificação no mundo e se estabelece como o primeiro contato com o “outro” e com nós mesmos através de suas infinitas possibilidades de extensões e construções visuais e imagéticas.

É através do corpo que se estabelece um movimento comunicacional repleto de trocas e sinais. O corpo enquanto suporte de comunicação com toda a sua maleabilidade e limite. Um corpo pronto para assumir aparências tão variáveis quanto as subjetividades que o conduz. Um corpo que (re)constitui e que (re)formula sua visualidade a partir de condições subjetivas variadas e, muitas vezes, circunscritas por imagens que circulam através de mídias em crescente virtualização.

Dentro desse processo de auto-reprodução, o corpo representa o suporte ideal para (re)construção a partir de transformações que visam suprir o intenso desejo de renovação. Não apenas a “moda-roupa” auxilia na manipulação direta através da aparência desse

corpo, mas também outras “modas” que exibem modificações mais profundas como as cirurgias estéticas (plásticas, lipoaspiração, implantes, *lifting* facial, *peeling*, aplicação de silicone, botox...) e outras intervenções corporais (tatuagem, *piercing*, *bodybuilding*, esscarificação...) que podem atuar como aceleradores e multiplicadores de subjetividades extravasadas por signos visuais, os mais distintos.

E o que acontece quando o corpo representado pelas imagens midiáticas apresenta uma plasticidade exata a partir de uma construção estética perfeita? Como se coloca o sujeito desejanste, disposto a assumir novas corporeidades, tendo tal imagem enquanto referência para exercício de sua liberdade para com seu próprio corpo?

É tal a força subliminar dessas imagens que, mesmo quando se tem consciência do poder que elas exercem sobre o desejo, não se está livre de sua influência inconsciente (Santaella, 2004: 130).

Com o olhar voltado para o corpo enquanto objeto de comunicação e linguagem e, portanto, atualizador de construções sociais, percebe-se que sua condição múltipla, performática e espetacular gera uma série infindável de saudáveis provocações, o que pode levar ao reconhecimento do corpo enquanto sujeito ativo, transformador e gerador de discursos e sentidos que fazem de sua existência elemento fundamental na atualidade.

Lipovetsky (2004: 21) sugere que “vivemos a época da mobilidade subjetiva. Cada um se serve” e, assim, de acordo com o autor, o indivíduo contemporâneo constrói uma existência “à la carte”, onde o excesso de referências estéticas e comportamentais demanda uma conduta flutuante que permeia os mais diversos gostos, estilos e opiniões. Governante de si mesmo, o sujeito de hoje se coloca em uma busca constante pela satisfação pessoal e, assim, elege modelos e “consume” mudanças na aparência para alcançar determinados padrões que possam lhe assegurar um lugar no mundo.

Nesse ponto, as mídias publicitárias exercem importante papel enquanto cardápio de imagens-referência sugestivas para auxiliar neste processo “exploratório”, tão particular e ao mesmo tempo universal: a adoção de uma nova aparência, um novo estilo, um novo “eu”. Identidade, liberdade, curiosidade se misturam numa conduta nômade que espelha a necessidade do indivíduo de ter sua aparência construída a partir de uma “outra” já formulada enquanto imagem de um corpo.

O que se mostra preocupante passa a ser não exatamente o fato de o indivíduo moldar sua aparência a partir de modelos provenientes de imagens referentes aos corpos utilizados nas mídias publicitárias, mas, sim, o que essas imagens sugerem como possibilidade de projeção e identificação. O fato dessas imagens serem a representação de corpos construídos em perfeição pode não corresponder a uma realidade plausível, já que os recursos utilizados são infinitos. Ou seja, ter como referência tais padrões estético-corporais não significa alcançar uma auto-imagem semelhante, visto que este processo envolve diferentes tipos de manipulação, conforme nos ressalta Santaella (2004: 129):

Com a manipulação da imagem fotográfica hoje permitida pela computação gráfica, corpos podem ser transformados a bel prazer, defeitos apagados, corrigidos, a anos luz de distância dos tradicionais valores da fidelidade fotográfica.

Muitas vezes esses corpos são também submetidos a inúmeras intervenções estéticas, exercícios e dietas rigorosas, ganhando uma aparência que destoa de sua condição “original”. Ao desejar um corpo em conformidade com as imagens publicitárias que circulam na atualidade o indivíduo inicia a construção de uma auto-imagem que parece nunca se concretizar, pois está calcada em uma aparência edificada enquanto produto midiático. É preciso que este indivíduo também exponha seu corpo à funcionalidade necessária para que alcance tal objetivo: um corpo cuja visualidade fale mais alto que a sua própria subjetividade.

É dentro desse emaranhado de questões interiores e exteriores ao nosso corpo que nos constituímos e firmamos (mesmo que temporariamente) nossas identidades no aqui e agora de nosso tempo. Repleto de estímulos, apelos e referências por parte das mídias, o indivíduo, hoje, percebe-se diante de inúmeras possibilidades e, portanto, assume mutações frequentes na sua aparência, no seu estilo de vida e na sua personalidade e, através de seu corpo, traz consigo marcas de sua cultura e, assim, encontra meios para estabelecer seu lugar de pertença no mundo.

Diante de um panorama onde a estética corpórea dominante advém de imagens enquanto representação de corpos exatos em sua plasticidade, construídas e distribuídas pelas mídias, surge, então, uma questão: quais as esquivas produzidas pelas subjetividades enquanto elemento essencial à constituição da história singular de cada indivíduo dentro de uma coletividade?

Para Santaella (2004: 125), “as imagens da subjetividade são hoje multiformes, heteróclitas, descentradas, instáveis, subversivas”. Após fazer um breve levantamento sobre as *novas imagens* da subjetividade na atualidade a partir da visão de diferentes filósofos e teóricos, a autora nos apresenta o afloramento de um paradoxo quando afirma que “À dispersão conceitual do ‘eu’, nas ciências do homem, contrapõe-se hoje uma ferrenha intensificação de sua identidade inquestionável nas mídias”.

Segundo a autora, se por um lado aprofunda-se todo um discurso filosófico e social referente à constituição frágil e sinuosa de um “eu” contemporâneo, por outro as mídias expõem seus apelos emocionais voltados para a “preservação” de um “eu” institucionalizado. Diante desta contradição, Santaella (2004: 125) é firme quanto à vitória das imagens de corpo veiculadas pelos meios de comunicação:

Não parece haver outro caminho para a grande maioria dos seres humanos senão se conhecer, se relacionar consigo mesmo e com suas vidas de acordo com os discursos, as imagens das mídias e os pressupostos em que se sustentam.

Essa plasticidade “sem defeitos” do corpo é instigada por um *ideal narcísico* (cf. Santaella, 2004: 130) que leva o indivíduo a, inevitavelmente, amar e investir em si mesmo em prol de padrões socialmente prescritos. Santaella (2004: 131) afirma que:

Entre os cobiçados modelos exibidos e o corpo vivo – corpo sujeito à fadiga, ao suor, ao cheiro, aos entreveros do cotidiano, à dor, aos circuitos incompreensíveis das pulsões, aos solavancos das paixões e à opacidade do desejo – abre-se um fosso do qual emerge o corpo como sintoma da cultura.

O discurso dessas imagens é esclarecedor quanto à extrema valorização do exterior sobre o interior do sujeito que se apresenta como conseqüência de uma alta exibição e *glorificação* do corpo no contemporâneo como forma de possível restauração de identidades despedaçadas (cf. Santaella, 2004: 126). É a vitória do “parecer” sobre o “ser”, em uma cultura que tende a dar valor ao que é visível.

É certo que o processo de diferenciação/similitude a partir do reconhecimento de códigos expostos pelo corpo (previamente estabelecidos, reconhecidos e compartilhados por grupos específicos) está presente desde as mais antigas culturas, porém, com o desenvolvimento das tecnologias de informação e sua conseqüente reprodução e circulação de imagens, este corpo-referência abandona sua materialidade e assume um caráter

imagético com visualidades de fácil manipulação tecnológica. Que processos de identidades essas imagens de corpo estariam gerando enquanto reflexo de uma cultura?

Portanto, devemos ter cuidado com a visibilidade que o corpo tomou na atualidade através do bombardeio de imagens que são apresentadas como modelos a serem condicionalmente seguidos, senão continuaremos aprisionados a padrões loteados pelas mídias. Para Preciosa (2005: 30) “*isso exige que estejamos bastante atentos ao sentido das peles que iremos sobrepor às nossas*” e também às subjetividades que estaremos produzindo se nos preocuparmos apenas em reproduzir modelos estéticos em conformidade com padrões estabelecidos pela mídia.

Devemos não somente respeitar essas diferenças, como também reconhecê-las como parte condicional de nossa complexa humanidade. Perfeitos ou não, nossos corpos, antes de tudo, devem ser suporte para a expressão máxima da combinação de fatores coletivos e individuais, encontrando na multiplicidade de sua existência, particularidades que venham compor o que mais lhe pertence: sua identidade.

Referências bibliográficas.

BAITELLO, Norval. *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

CASTILHO, Kathia; **MARTINS**, Marcelo M. *Discurso da Moda – semiótica, design e corpo*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. *Metamorfozes da cultura liberal: ética, mídia e empresa*. Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2004.

PRECIOSA, Rosane. *Produção estética – notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

SANTAELLA, Lucia. *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.