



# PUC RIO

JOANA DE VILHENA NOVAES

PERDIDAS NO ESPELHO?  
SOBRE O CULTO AO CORPO NA SOCIEDADE CONSUMO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

Rio de Janeiro, 07 de fevereiro de 2001

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA  
DO RIO DE JANEIRO

Rua Marquês de São Vicente, 225 - Gávea  
CEP 22453-900 Rio de Janeiro RJ Brasil  
<http://www.puc-rio.br>

N.Cham. 150 N935p TESE UC  
Autor Novaes, Joana de Vilhena  
Titulo Perdidas no espelho?



Ex.1 FUC-Rio - FUCB

00184777

JOANA DE VILHENA NOVAES

**PERDIDAS NO ESPELHO?  
SOBRE O CULTO AO CORPO NA SOCIEDADE CONSUMO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Psicologia.

Orientadora: Monique Augras

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA  
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO  
FEVEREIRO DE 2001

111300



- CC/TV  
α

150  
N935P  
tese UC

A minha mãe, por ter me emprestado o seu corpo para eu poder ser.

Ao meu pai, pela saudável evidência de que um olhar produz diferença e de que  
o amor é possível.

A minha avó Dulce, fonte primeira de inspiração para esse trabalho, cujo corpo  
muito especial foi, para mim, palco de histórias que me deixavam fascinada.

## AGRADECIMENTOS

A Monique Augras, que apontando rumos para minhas idéias, mostrou-me o prazer da "malhação" intelectual. A ela devo a descoberta de que o rigor e a seriedade acadêmicos podem ser engraçados e amorosos.

A Eliana Lobo, que em sua escuta atenta e sensível, me ajuda na construção de um novo corpo psíquico e a quem empresto peles e atribuo um corpo.

A Maria Aparecida Teixeira, cuja sabedoria mostrou-me, desde pequena, as histórias de outros corpos, outras classes e outros mundos.

A Mary Del Priore, pelo convívio sempre tão estimulante e por guiar-me pelos caminhos históricos do corpo.

A Halynna Grinberg, pelo espaço afetuosamente cedido em nosso grupo de estudos e pelas contribuições instigantes ao meu trabalho de campo.

A Edda de Castro, pelo carinho e disponibilidade na revisão deste texto.

A Nícia Marcílio, por ser quem é, por dividir e estar tão presente nas alegrias, anseios e angústias que habitam e afetam esse corpo que é meu.

A Frederico Reuter, por tornar tão divertida e afinada, nossa empreitada de dar novos contornos ao corpo.

A Marise Lira, cuja presença terna e sempre generosa, acolhe as nossas aflições e dá corpo aos nossos trabalhos.

A Maria Inês Bittencourt, que me levando a revisitar o universo infantil, oferece-me a possibilidade de retornar a um corpo materno.

A CAPES pelo auxílio concedido.

## RESUMO

A partir da década de 80 o corpo passou a ser o tema da moda, objeto de preocupação dos estudiosos e, frequentemente, de angústia para as mulheres.

Partindo de um referencial teórico, que nos é fornecido pela antropologia, de que o corpo é uma construção social, investigamos qual a repercussão da ditadura da estética corporal em mulheres, de 16 a 50 anos, pertencentes as classes média e alta carioca.

Vinte frequentadoras de academias de ginástica do Rio de Janeiro, divididas em dois grupos de 16 a 26anos e 35 a 50anos foram entrevistadas, com o objetivo de ilustrar o tipo de saber que está sendo construído acerca do corpo ideal. Em uma sociedade onde o corpo, além de objeto de consumo, passa a ser *locus* privilegiado da construção identitária feminina, a pesquisa confirmou a suposição de que com ideais quase sempre inatingíveis, a relação com o próprio corpo acaba por parecer desprazerosa e persecutória.

Ao impor, como valor mercadológico, o corpo a ser conquistado, objetifica-se esse corpo, tornando-o apenas um espelho de um sujeito/objeto, cuja representação psíquica será a de um imenso vazio.

---

### PALAVRAS-CHAVE:

Corpo ideal, sociedade de consumo, beleza feminina, regulação social

## ABSTRACT

From the eighties on, body awareness became a fashion, an academic theme, as well as a major source of anxiety for most women.

Through an anthropological framework, which views the human body as a social construction, we investigate some of the repercussions of the "body culture" in women, between 16 and 50 years old, from urban middle and upper middle classes, of the city of Rio de Janeiro.

In order to illustrate an specific knowledge, that is being built, as far as an "ideal body" is concerned, we interviewed 20 women, who regularly work out at gym academies in the city.

In a society, where in addition of being seen as a merchandise, the body, is more than ever, the privileged locus of identity construction, some effects could be observed.

The research confirmed our previous belief, that facing such unattainable goals and such impossible ideals, women were due to have a very anxious and persecutory relationship with their own bodies.

---

### TITLE:

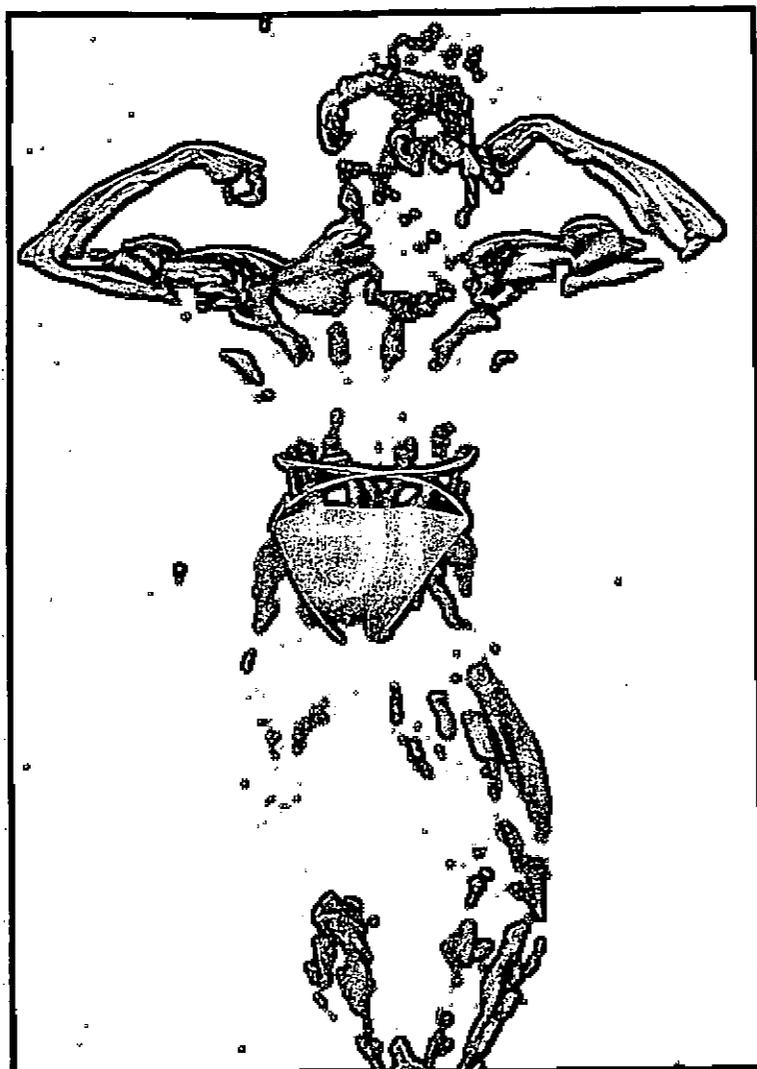
Enraptured in the mirrors... Body Cult and Consumer Society

### KEY WORDS:

Ideal Body, Consumer Society, Feminine Beauty, Social Regulation

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO-----	01
I-A DIMENSÃO SOCIAL DO CORPO	
I.1 Corpo e sociedade-----	04
I.2 O corpo brasileiro-----	09
I.3 O corpo liberado-----	12
I.4 O corpo da ordem-----	15
I.5 O corpo obrigatório-----	17
II- CORPO E SOCIEDADE DE CONSUMO	
II.1 O reino dos espelhos-----	25
II.2 Olhar e ser olhado-----	29
II.3 No mundo das imagens-----	34
II.4 O discurso publicitário-----	35
II.5 A promessa de felicidade-----	39
II.6 Consumo e identidade-----	42
II.7 O corpo como palco-----	45
III-O CORPO FEMININO: CONSTRUÇÃO E CONSUMO	
III.1 Mulher e beleza-----	48
III.2 Do poder ao dever-----	50
III.3 Os primórdios da ginástica no Brasil-----	54
III.4 O culto ao corpo-----	56
IV- O CONSUMO DO CORPO	
IV.1 Diálogo com o leitor-----	67
IV.2 Ilusão e Jogo-----	71
IV.3 Sobre o conceito de Habitus-----	72
IV.4 O mundo da malhação-----	74
IV.5 A insatisfação com o corpo-----	82
IV.6 O hábito, o sacrifício, a tirania... e o prazer-----	86
IV.7 Juventude e envelhecimento-----	90
IV.8 Barbies ou replicantes?-----	93
IV.9 Corpo: para que te quero?-----	95
V- INCONCLUSÕES-----	100
VI- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS-----	106
VII- ANEXO-----	110



## INTRODUÇÃO

"Vem-me a idéia de contar as formas mudadas em novos corpos".

Metamorfoses  
Ovídio

## INTRODUÇÃO

A moda do corpo tomou conta do Rio de Janeiro a partir da década de 80. Das academias de ginástica e dança que proliferam, dos anabolizantes que são consumidos como jujubas, das lojinhas naturais que prometem saúde perfeita, às inúmeras práticas de trabalhos corporais, tudo leva-nos a crer que o corpo passou a ocupar um novo lugar em nossa sociedade e, conseqüentemente, em nossa estruturação psíquica.

Cultivar a beleza, a boa forma e a saúde apontam para uma nova ideologia que se impõe como um verdadeiro estilo de bem viver.

Revistas especializadas, de saúde à moda, ensinam-nos qual o corpo que se deve ter e desejar - como atingir este ideal e como "utilizá-lo" da forma mais eficaz. O corpo, assim visto, passa ser o passaporte para a felicidade, bem-estar e realização pessoal.

Desde a graduação, tanta "animação para ir malhar", tanta responsabilidade com tal compromisso e tanta admiração por seus *personal trainers* e/ou donos de academias, desperta em mim grande curiosidade. Afinal de contas, ainda que "malhando", "comendo saudavelmente" e "cuidando da aparência", jamais vi tais tarefas como tão lúdicas ou prazerosas. Paralelamente, tendo sempre investido no lado intelectual e afetivo, também não acreditava na idéia de que "o que conta é apenas a beleza interior" ou que a "juventude é tão somente uma questão de estado de espírito".

Seria eu tão diferente?

Se "malhar é preciso!", o que significaria conviver com esta obrigação? Por que a estética corporal assumiu tamanha importância nos tempos atuais? Seria este um conflito vivido apenas pelos jovens de minha geração? Foi, basicamente, isto que fui investigar.

O presente trabalho visa discutir os efeitos desta ideologia na constituição da subjetividade de jovens e mulheres de classes média e alta, habitantes da zona sul carioca. Não pretendemos cair na equação simplista que reduz a preocupação com o corpo ao narcisismo ou à alienação, mas sim discutir as

implicações de uma cultura de consumo na formação destes ideais e a suas repercussões no sujeito.

Nas palavras de Costa,

"...coisas, pessoas, sexos, corpos e sentimentos possuem o mesmo estatuto de objetos. Só um valor tem primazia, o valor do mercado; só uma realidade existe, a do objeto-mercadoria, que existe enquanto dura a sua visibilidade..."  
(1994:141)

Nossa hipótese é que ao impor como um valor mercadológico o corpo a ser conquistado, reifica-se este corpo, tornando-o apenas um espelho de um sujeito-objeto, cuja representação psíquica será de um imenso vazio.

O trabalho foi desenvolvido em quatro capítulos, cujo conteúdo apresentaremos, resumidamente, a seguir.

No primeiro capítulo, intitulado A DIMENSÃO SOCIAL DO CORPO, partimos da idéia de Mauss [1934], de que o corpo é o lugar de diferentes formas de sociabilidade e que espelha a vida social de uma comunidade. O corpo produz, continuamente, um sentido, inserindo-se dentro de um espaço social, ou seja, longe de ser apenas algo da ordem do biológico, o corpo terá sempre uma dimensão social e cultural.

Dito de outra forma - sabemos que apesar de todos os seres humanos terem corpos, estes são representados, usados, controlados, enterrados e concebidos de formas diferenciadas de acordo com cada cultura. Dentre os diversos autores que nortearão nossa pesquisa neste capítulo, ressaltamos Da Matta (1986), Le Breton (1985), Strozemberg (1986), Rodrigues (1986a,1986b, 1999), Remaury (2000), Birman (1998) e Villaça e Góes(1998).

O segundo capítulo, CORPO E SOCIEDADE CONSUMO, tratará do modo de produção capitalista e a relação com os objetos. Nele abordamos o fetichismo da mercadoria no sistema de consumo, o apelo identitário, a felicidade com a posse de um objeto, versus a necessidade contínua de consumo, tomando como referência, Baudrillard (1970, 1990, 1995,1997), Certeau (1995), Garcia (1998), Lasch (1986), Mendlowicz (2000), dentre outros. Nas palavras de

Calligaris, "Nós somos drogaditos de objetos... Nossa relação com os objetos é tal que esperamos que eles nos constituam como sujeitos". (1991:18)

No terceiro capítulo, CORPO FEMININO: CONSTRUÇÃO E CONSUMO, tomando como fio condutor as idéias de Augras (1996), Costa (1985,1994), Courtine (1995), Del Priore (2000), Malysse (1997), Marinho (1995), Rabello de Castro (1998), Remaury (2000) e Steel (1997), buscamos estabelecer algumas hipóteses acerca do processo de subjetivação. Em uma sociedade onde o "corpo ideal", mais do que um objeto de consumo, transformou-se no *locus* privilegiado da construção identitária feminina, algumas repercussões podem ser observadas.

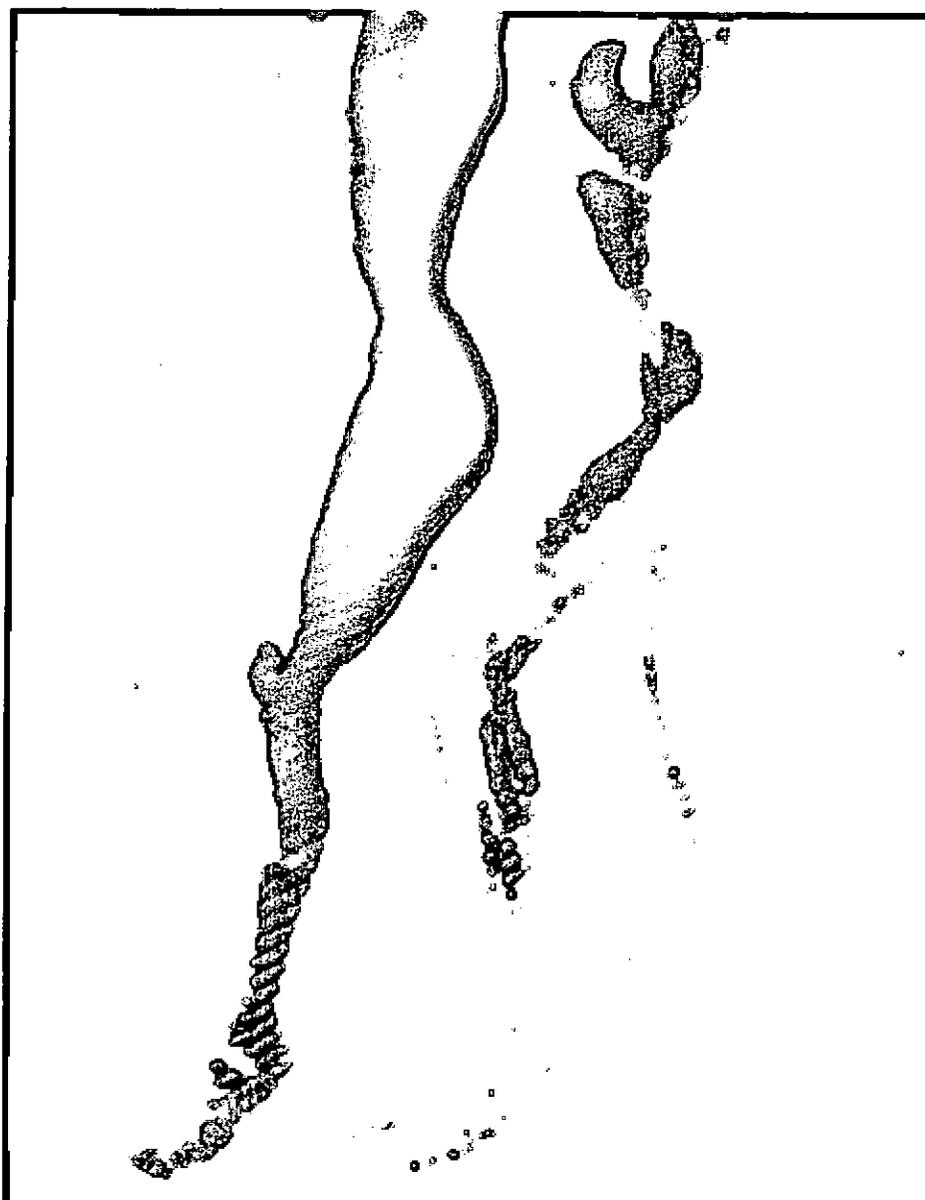
Nosso quarto capítulo, O CONSUMO DO CORPO, tratará da pesquisa de campo. Nele discutimos a forma como a mesma foi construída, os dois grupos de mulheres entrevistadas, os impasses, limitações e opções metodológicas.

Trabalhando no campo da cultura e das práticas sociais, enquanto agenciadoras da subjetividade, utilizamos os conceitos bourdieusianos de *habitus*, *illusio* e *jogo*. (Bourdieu,1980, 1992a,b)

Apresentamos o mundo da malhação tal qual descrito por nossas entrevistadas, suas angústias, medos e expectativas. Buscamos entendê-las na possível articulação que suas diferentes falas demonstram com o que foi anteriormente descrito.

PARA NÃO CONCLUIR, poderia ser o capítulo final de nossa dissertação – optamos por INCONCLUSÕES, para não assustar o leitor. Reafirmamos a nossa crença de que o uso de determinadas categorias preestabelecidas pode adquirir um caráter normativo, do qual deveríamos sempre tentar escapar.

Por esta razão, em nenhum momento buscou-se uma "verdade" mas, apenas, um "saber", que está sendo produzido e validado por um determinado grupo social, em uma determinada época e cultura, cujos efeitos sobre a subjetividade devem ser levados em conta, quando se trata da compreensão da construção de um sujeito, que sabemos ser marcado pela sua inserção na cultura.



### I- A DIMENSÃO SOCIAL DO CORPO

"Meu corpo é as vezes meu, uma vez que ele porta os traços de uma história que me é própria, de uma sensibilidade que é minha, mas ele contém, também, uma dimensão que me escapa radicalmente e que o reenvia aos simbolismos de minha sociedade."

A. Artaud

## I- A DIMENSÃO SOCIAL DO CORPO

### I.1- CORPO E SOCIEDADE

Iniciaremos nossa discussão examinando um dos mais clássicos trabalhos sobre corpo e sociedade, uma referência básica para quem se interessa pelo tema - M. Mauss [1934]. Para o autor, o corpo é o lugar de diferentes formas de sociabilidade e espelha, assim, a vida social de uma comunidade. O corpo produz, continuamente, um sentido, inserindo-o dentro de um espaço social, ou seja, longe de ser apenas algo da ordem do biológico, o corpo terá sempre uma dimensão social e cultural.

Segundo o autor, a maneira como caminhamos, sentamos e usamos as mãos à mesa ou como choramos, estará sempre referida à uma "educação" social, que por sua vez, espelha a mágica, a eficácia simbólica, as origens e as crenças de determinada sociedade. Para Mauss, estas diferentes formas são denominadas de *técnicas do corpo*.

Em um trabalho mais antigo [1921] "A EXPRESSÃO OBRIGATÓRIA DOS SENTIMENTOS", Mauss mostra-nos como uma multiplicidade de gestos, atividades consideradas banais da vida cotidiana e mesmo os sentimentos, estão imbricados e são modelados pelo campo social, chamando a atenção para a sua dimensão simbólica. Tal é o caso, por exemplo, do choro, atribuído freqüentemente a uma manifestação espontânea de dor ou de tristeza. No caso da população estudada, observou-se que o choro fazia parte de ritual de boas vindas. (Le Breton, 1985)

O corpo e suas manifestações não será, então, jamais natural. Mauss chama de técnica o que considera "um ato/ação tradicional eficaz", não sendo este diferente do ato mágico, religioso ou simbólico. "Ato técnico, ato psíquico, ato mágico-religioso são confundidos pelo agente" (1968:371). A única diferença residiria no fato de que, no primeiro caso, o agente o sente como uma ação de ordem mecânica, física ou psico-química.

Tal como entendemos, Mauss busca recuperar esta dimensão social e simbólica do corpo. Segundo ele, fazemos mais do que manifestar os nossos sentimentos aos outros; manifestamo-nos porque é necessário fazê-lo - porque esta é a forma de expressá-los para nós mesmos.

Para Le Breton, esta cisão do corpo/mente, corpo/sociedade, está diretamente ligada ao individualismo, que favoreceria o divórcio entre uma cultura da erudição e aquela dos saberes populares. Na idade média o homem era o seu corpo, não havendo a distinção atual:

"O corpo como objeto singular, autônomo, estatutariamente diferente do homem, é uma consequência da montagem do individualismo, no seio das camadas burguesas onde uma parte elabora uma cultura erudita, na época do Renascimento." (1985:12)

É preciso estar atento, relembra-nos o autor, que mesmo quando, hoje em dia, falamos em sociologia ou antropologia do corpo, nosso conhecimento muitas vezes perderá os elementos de uma outra herança ou "*Weltanschauung*", uma vez que o corpo, tal como o concebemos, é uma invenção da episteme ocidental moderna.

O tecido social, como aponta Le Breton, é uma rede muito diversificada de simbolismos relacionados aos diferentes grupos ou classes sociais: a linguagem, o corpo, os rituais, o espaço, o tempo etc. Assim, mesmo que o homem se conceba como autônomo, seu próprio corpo não pode escapar desta ordem de significações mais amplas - o corpo é, então, necessariamente, parte do simbólico.

O corpo responderá a uma soma de solicitações da vida social através de gestos, sensações ou sentimentos que o inserem em um lógica de significações - é esta subordinação relativa à ordem social, que dá ao corpo a possibilidade de ser o suporte essencial à vida do sujeito, sem que a vontade deste seja, constantemente, convocada para todas as manifestações da vida cotidiana.

No seio de uma mesma comunidade cultural, os indivíduos dispõem de um registro somático comum (sensações, sentimentos, gestos, etc.), que regulam as trocas sociais. O homem, como aponta Le Breton, não pode viver e

habitar um universo que ele não compreende; e o corpo seria o lugar de encontro entre a existência do sujeito e o seu *environment*. Os órgãos sensoriais seriam o termostato ou filtro, que regulariam as trocas com este meio ambiente.

Daí o autor afirmar que:

"O corpo é o operador semântico sobre o qual se funda a condição humana e, conseqüentemente, o redutor da angústia por excelência." (1985:37)

Para o autor, o corpo é uma construção social da mesma forma que a linguagem ou o pensamento e sua relação com a própria comunidade é de ressonância mútua - um jogo de espelhos infinito, onde um faz eco ao outro.

Esta relação fez-nos pensar na dinâmica do mito com a fantasia. Se o primeiro está referido ao coletivo, este não deixa de ser estruturante das fantasias individuais, como o mito de Édipo, por exemplo.

"...o mito contém, expressa e simboliza a vida fanstasmática de um povo. Mas é também a partir dele que se estruturam as fantasias.... Se o mito aparece como uma produção imaginária coletiva, a fantasia, no sentido psicanalítico, é uma produção individual." (Vilhena, 1991:94-95)

Da mesma forma, parece-nos possível pensar como o homem constrói o seu "próprio" corpo, a partir deste corpo dado socialmente. Mas sobre isto falaremos mais adiante.

Segundo Remaury (2000), é no princípio do século XX, que o corpo vai reunir o conjunto de discursos que hoje vemos vigorando. Para a ciência do nosso mundo contemporâneo, o corpo é uma das peças centrais de aferição do dispositivo de civilização: cirurgia plástica intensiva, clonagem, manipulação genética etc, independentemente de seus aspectos positivos ou negativos, são medidas de "avanço" da civilização. Um passo adiante em direção do corpo perfeito, última promessa do processo evolutivo.

Este corpo é, mais do que nunca, o centro do nosso cotidiano, em suas aspirações de saúde perfeita, juventude eterna e beleza ideal. Se suas aspirações individuais são, freqüentemente, criticadas, estas são representativas

da cultura dominante, nas quais se inscrevem as representações de homem, de corpo e de progresso da ciência.

"O corpo deste fim de século é mais do que nunca representado como expressão perfeita da evolução: o corpo do homem é a própria imagem de sua cultura". (p23)

Esta é hoje, a representação dominante da identidade corporal – uma "hipótese de maturidade" que regula a maioria dos discursos sobre o corpo.

Mas será que este discurso não gira em torno do sonho evolucionista? Ou seja, atingida a "maturidade", o homem torna-se, realmente, o seu próprio mestre?

Da Utopia de More aos filmes de ficção científica, o corpo é o *locus* privilegiado das aspirações de perfeição, como símbolo de uma sociedade evoluída. É também o lugar comum das políticas totalitárias, que buscam, através dele, estabelecer a superioridade das nações, pela representação de uma perfeição corporal e pela supressão, se não da doença, pelo menos de sua visibilidade.

A imagem de um corpo liberado, livre, é constantemente colocada no primeiro plano de representação de uma sociedade evoluída.

Freqüentemente apresentado em par com a evolução da civilização, sempre que se busca representar o grau de maturidade de uma cultura, convoca-se o corpo – liberto dos trabalhos escravizantes, das doenças infecciosas, do sofrimento desnecessário.

O corpo liberado, feliz e saudável, inscreve-se em uma perspectiva positivista, em um esquema discursivo que considera o corpo numa perspectiva evolucionista, deixando de lado, as determinações históricas que foram necessárias para produzi-lo, como veremos mais adiante.

O mito de uma ascensão progressiva a um corpo perfeito, situado no futuro, confunde-se, igualmente, com o mito da perfeição da Antigüidade. (Rodrigues,1999) Corpo de origem, paraíso perdido, sem sofrimento ou imperfeição, corpo dos heróis ou corpo dos deuses, mesclam-se em um galeria onde a humanidade, representada por super-homens, terá, finalmente, atingido o corpo perfeito, a partir do seu grau evolutivo de civilização.

“Somente os deuses não são visitados pela idade e pela morte. Todas as outras coisas, o tempo, o tempo que tudo governa, confunde... Os mortos são os únicos a quem a dor não alcança...” Édipo em Colona - Sófocles

Presente na cultura científica, através da imagem da perfeição corporal (medicina), bem como em outros domínios da cultura, como a higiene ou a atividade corporal é, sobretudo, a partir do século XVIII, que surge a idéia de um corpo que se direciona a um aperfeiçoamento graças ao progresso da ciência - além da medicina, a antropologia médica e suas derivações: morfologia, genética, frenologia, psiquiatria, psicanálise. Na mesma tendência, a vertente estética, com a educação física, cosmetologia, dietética e a cirurgia. Centrados todos no mesmo discurso, o corpo do homem se educa, se aperfeiçoa, se “civiliza”.(Remaury,op.cit)

Se o corpo e suas manifestações jamais serão naturais, como já apontava Mauss [1934] buscando resgatar dimensão social e simbólica, é preciso estar atento para perceber que o corpo, tal qual o percebemos, é uma invenção moderna, como dissemos anteriormente.

Segundo Le Breton (1985), esta cisão corpo/mente, corpo/sociedade, está diretamente ligada ao individualismo, que favoreceria o divórcio entre uma cultura de erudição e àquela dos saberes populares. Na Idade Média o homem era o seu corpo, não havendo a distinção atual:

“Nesse corpo medieval, o espírito e a matéria não se separam. Ainda não se os pensa como fadados respectivamente à eternidade e à degradação. Implicam-se simbolicamente, por uma lógica de metonímias e metáforas, para nós, hoje, difícil de compreender.” (apud Strozemberg,1986a:96)

Do corpo belo dos deuses, ao corpo *high tech* das tribos e dos heróis cinematográficos, a associação beleza/saúde/potência estará sempre presente e não poderá jamais ser desvinculada dos discursos que a produzem e que, por ela, são produzidos.

Para o trabalho, que ora pretendemos desenvolver, interessa-nos investigar, um pouco mais detalhadamente, a produção de alguns desses

corpos. Vejamos inicialmente, como se constrói, segundo Da Matta (1986), um corpo brasileiro.

## 1.2 O CORPO BRASILEIRO

Da Matta (1986) indica a existência de um corpo encerrado num certo tempo, em um dado espaço, que traduziria inúmeras conotações de prazer e desprazer, bem como refletiria códigos e espelharia costumes. Os diversos significados atribuídos e elegidos para este corpo seriam decorrentes da multiplicidade de culturas em que o mesmo poderia estar inserido.

É a partir deste mecanismo fundamental de conhecimento, a comparação entre o que é universal em todo corpo e as possíveis flexões que esse corpo sofre, de acordo com diferenciados sistemas de valores, que Da Matta irá destacar algumas dimensões do corpo no Brasil.

O autor atenta para o fato de existir uma adaptação das vontades, ou ainda, do "querer" individualista do corpo em relação a algumas situações sociais, que imporiam ao sujeito certas normas de conduta corporal.

Da Matta também nos informa que este conjunto de valores rígidos estaria marcado, preferencialmente, para aquelas camadas inferiores socialmente. Segundo ele, as camadas superiores assumiriam uma posição mais confortável, podendo até mesmo induzir as inferiores a imitá-las, dessa forma, exprimindo-os como valores.

Podemos entender que, embora haja um corpo que se individualize de formas múltiplas, considerando assim as diferenças subjetivas entre os sujeitos, existem situações em que técnicas e regras se tornam a expressão de um sentimento coletivo.

"...assim sendo, para cada situação social bem marcada temos um corpo que ajuda a demarcá-la numa série complexa e fundamental de reflexividades..."  
(1986:78)

A partir desta afirmação, o autor propõe que façamos uma breve digressão à respeito da seguinte indagação: "Quantos corpos temos no Brasil?"

A pergunta sugere duas dimensões para que se possa entender aquilo que chama de gramática social - entre elas estariam os conceitos de "corpo genérico" e "corpo particular".

No primeiro, o autor aponta tanto as oposições entre sexos, como as polaridades que revelam o estado de estar "sujo" ou "limpo", ambos constatados através de pesquisas, com base em expressões de significado social, assim como o modo pelo qual o corpo é disciplinado desde cedo a ser exibido.

A fim de ilustrar as oposições propostas por Matta, seria interessante apontar para algumas características contraditórias e também instigantes do nosso código cultural.

Citemos, por exemplo, o gestual masculino, determinado de forma muito rígida, no qual qualquer exagero ao manipular as mãos implicaria em ser confundido com um comportamento homossexual. Contudo, o andar diário e honesto de um homem pode se transformar em "remelexo", na cadência aceita do malandro.

Com relação ao padrão feminino, estariam explícitos a postura e o modo de agir, incluindo então, padrões de vestimenta e higiene. Nesse sentido, ao padrão feminino é, não somente, permitido, como característico, o "jogo de cintura", o rebolar dos quadris e o gingar. Assim como o malandro, ela também possui uma conotação ambígua que oscila entre a "mãe de família" e a "mulher da rua" ou meretriz.

Outro ponto de convergência entre os dois sexos, seria as conotações de "sujeira" e "limpeza". Dessa forma, há uma exaltação do corpo limpo e cheiroso - "sabor do pecado", em contraposição ao descuido da aparência de tudo aquilo que for de bem público. Matta exemplifica comparando a habitual limpeza das cidades norte-americanas e européias, ao mesmo tempo que seus habitantes exalam odores desagradáveis, ou seja, apresentam uma preocupação inversa à nossa, com relação ao espaço público e privado.

Por fim, o autor investiga as conformações deste corpo em um conjunto de três festividades bem definidas, quais sejam: os eventos religiosos, o carnaval, bem como as festas do Estado e de suas instituições. Para Da Matta,

a lógica que preside o universo social católico, é bem distinta da do protestante, uma vez que no último não existe nenhuma alternância entre o homem com seu corpo e sua alma, nos âmbitos familiares, de trabalho ou festa.

Na cultura católica, por sua vez, teríamos as cerimônias de ritos tradicionais como batizados, casamentos e funerais, impulsionando-nos ao mundo familiar, logo privado. As festividades como o carnaval e outros eventos, nos indicariam um corpo indiferenciado, sujeito a leis impessoais e regras morais, tomadas como modelo.

Assim, o carnaval busca o prazer, onde o corpo está aberto e deseja harmonizar-se com os outros. Na parada militar procura-se a nação e a civilidade das leis igualitárias, enquanto que nas festas religiosas, busca-se o elo perdido entre o céu e a terra, além da razão para o sofrimento.

"Enquanto muitas sociedades uniram tudo isso numa modernidade, nós, brasileiros, ao que tudo indica, estamos mantendo cada uma dessas festas separadamente...Cada uma delas festeja um tipo de corpo e, mais que isso, permite enxergar um corpo diferenciado, corpo que conjuga a casa, a rua e outro mundo, numa gesticulação aberta onde se tiram de ambientes originais certas posturas e atitudes."(1986:85)

Para Da Matta, o fundamental seria apontar a característica relacional deste corpo nas festas. O que seria da ordem do privado, como fazer amor ou rezar, pode ser legitimamente praticado nas festas públicas, tais como o carnaval ou a procissão, juntando de forma muito eficaz, espaços separados.

Esta seria para Da Matta, a alma do corpo brasileiro: "Uma alma que é tão dividida quanto a sociedade que a criou. Uma alma que deseja juntar-se com todos esses corpos."(p.85)

Mas o que mais podemos pensar sobre este corpo brasileiro? Visto como extremamente sexualizado e liberado em todo o seu erotismo, este corpo merece algumas reflexões adicionais. Com isto em mente, resolvemos explorar um pouco mais este campo, recorrendo agora a Rodrigues (1986a, 1999), autor que freqüentemente questiona a "liberação" do corpo.

### I.3- O CORPO LIBERADO

Parece-nos necessário, novamente, enfatizar que o corpo faz parte dos símbolos e da comunicação. As diversas culturas aproveitam-se dos sentidos para codificar o mundo, ou seja, são as convenções sociais que estipulam e direcionam a ênfase dada aos sentidos.

No caso do código brasileiro, segundo Rodrigues (1986a), a visão e o tato são exacerbados e o autor aponta algumas das expressões correntes como indicadores deste código: precisamos "ver para crer", ou como São Tomé; pessoas de maior sensibilidade e descortínio são "visionárias", "videntes"; os sábios são "iluminados", contrapostos àqueles que estão na "idade das trevas"; e ainda, "transparentes" quando referimo-nos às coisas sérias e honestas.

Ao contrário dos referidos sentidos, o olfato não traduz a mesma confiança, refletindo suspeita e insegurança. Vejamos: "algo não me cheira bem" ou "sinto cheiro de confusão".

Os códigos sociais constituem, na verdade, o que chamamos de mundo real - estes são introduzidos pela educação e servem para decodificar a gramática cultural. Assim sendo, cada cultura modela e fabrica, à sua maneira, um corpo humano - seja através de razões sociais, seja por rituais ou apenas por razões estéticas. A sociedade marcaria, assim, o corpo de seus membros na produção do que serão as insígnias da identidade grupal.

Fazem parte dos signos corporais, conforme vimos anteriormente, os gestos, a postura, a vestimenta, a higiene pessoal, incluindo dessa forma, a aparência. Estariam também presentes as práticas corporais, as expressões lingüísticas, bem como os códigos de cumprimento e de demonstração de afeto, tais como interação corporal, contatos, etc.

Vale ressaltar, que os conteúdos denotativos dessa linguagem gestual, nada têm de universal, variando de cultura para cultura. Tais conteúdos são, quase sempre, conscientizados por indivíduos de diferentes culturas, a ponto de fazê-los distinguir o cumprimento ou a transgressão dos códigos.

De forma distinta, os conteúdos denotativos já apresentam sentido secundário, que contêm a visão de mundo de uma sociedade e que, sutilmente, abarca princípios estruturadores entre as atitudes dos indivíduos praticadas inconscientemente. Esse conjunto de regras exprime o nosso conceito de humanidade.

Para Rodrigues (1999) o fato de estar-se alienado com relação à própria concepção de humanidade, interfere na legitimação do próprio corpo, enquanto propriedade privada do sujeito. Disto redundaria a crença em um corpo atemporal e descontextualizado, longe das conquistas históricas.

Para ilustrar, define historicamente, a passagem do corpo indissociado do âmbito público, para aquele construído ao longo da atmosfera da revolução industrial. De um corpo intensamente integrado à alma, compartilhado e constituído socialmente e perante a Deus, até o corpo da produção. Navegando do corpo medieval ao corpo moderno, Rodrigues (1986a) chega ao corpo contemporâneo ou o corpo liberado.

Atualmente, acredita-se que a liberalização deste corpo está calcada nas inúmeras conquistas femininas. Seria, então, total a sensação de gozo e liberdade corporais? O autor indaga sobre o conceito de liberdade no plano histórico.

A liberação do corpo é colocada como um mito, supondo-se uma relação na qual, de forma velada, estaria a submissão deste corpo ao poder, que se faz acreditar desejável, quando na verdade é obrigatório. É a retomada histórica da relação do homem com seu corpo, a grande contribuição que Rodrigues traz para a indagação acerca da liberação do corpo. Do "poder ao "dever" , será um dos temas que abordaremos mais adiante, com relação aos discursos sobre as práticas corporais atuais.

O corpo medieval, conforme aponta o autor, formava uma unidade com a comunidade. Além dos desígnios divinos, o corpo englobava o macro e o microcosmos, diferindo assim da forma cartesiana como era concebido - dual e fragmentado.

Vale, neste momento, abordar a idéia de espaço, tal qual concebida na época. Este não era dividido funcionalmente - reflexo disso, eram as moradias de camponeses europeus, que tinham apenas um único cômodo. Tal fato, tem como explicação a noção de privacidade, que ainda não se consagrara, como ainda não se consagrara o individualismo burguês. A intimidade era definida apenas pelas informações óticas, descartando-se ruídos e odores.

Segundo Ariés, somente em 1652 houve o primeiro testemunho, que assegurava o corpo como propriedade individual. Este era expresso através de um desejo de que: "... meu corpo e o de minha esposa sejam transportados à minha igreja..." (apud Rodrigues, 1986a:97). Assim como o próprio corpo, os parentes mais próximos constituiriam essa unidade juntamente com o sujeito.

É apenas a partir dos séculos XVII e XVIII que a preocupação com a saúde e o bem-estar emergirão. Até então, seria considerado uma blasfêmia, uma ofensa divina pedir do médico que este prolongasse a vida de qualquer cidadão. É com o surgimento desta nova classe, a burguesia, emancipada da sujeição ao poder feudal, que os indivíduos vão tomar posse de seus próprios corpos e, como aponta o autor, o farão posteriormente, com os corpos alheios.

"Foi este um episódio historicamente fundamental: a conquista do corpo e sua transformação em propriedade individual e privada de burgueses e poderosos. Um corpo-produtor, corpo-instrumento, de que os burgueses são os sujeitos; corpo a ser treinado, disciplinado, alimentado, fortificado, conhecido. Corpo que deve render e frutificar. É também o corpo a que os dominados deverão ser subjugados; corpo-ferramenta, corpo-alienado, corpo que se troca por um salário. Corpo-mercadoria."(p.98)

Mas existe um segundo ato na história do corpo moderno. A constatação de que este corpo não poderá atender, integralmente, às exigências da lógica capitalista - o lucro e a acumulação. Como este corpo esgota-se relativamente cedo para a produção, substituímo-lo pelas máquinas e, "libera-se" o corpo.

O sonho da liberação corporal da fadiga das máquinas e do trabalho, utopia contemporânea das direitas e das esquerdas, como aponta o autor, foi proposto e engendrado por esta mesma classe dominante. Para Rodrigues (1986a) é fundamental entendê-lo para podermos falar em corpo liberado.

Inadequado para as fábricas para que servirá o corpo moderno? Não mais um corpo-ferramenta, o novo corpo deverá servir de suporte e escoamento para a produção de todos os bens oferecidos por esta sociedade de fartura - o corpo-consumidor. Mas sobre isto, falaremos um pouco mais adiante, uma vez que, é nesta sociedade de consumo, atual, que centramos o nosso trabalho.

Busquemos, ainda, uma outra dimensão, certamente mais dramática, que os discursos sobre o corpo podem produzir.

#### 1.4 O CORPO DA ORDEM

Em um interessantíssimo trabalho, intitulado "A DEUSA IMPERFEITA: A ESTÉTICA COMO POLÍTICA", Birman (1998) vai analisar a proposta nazista de arianização da raça, em suas relações com o corpo, tomando como fio condutor os documentários Leni Riefenstahl, A DEUSA IMPERFEITA e ARQUITETURA DA DESTRUIÇÃO.

Segundo o autor, a ideologia nazista traz o corpo como instrumento e artifício para a construção de um mundo novo. A "pedagogia do corpo" tem como objetivo a reconstrução racial, na qual está presente o mito de um corpo capaz de performances mirabolantes e atributos como a invencibilidade.

A raça perfeita, o mito de completude, a fabricação de deuses, sem fendas, mutilações ou descontinuidades, ou seja, seres para além da castração, serviriam de pano de fundo para a ideologia nazista.

Essa ideologia preconizaria a disciplina corpórea que resultaria da autonomia do corpo em relação ao espírito - a disciplina leva à docilidade do sujeito, o que apontaria para um paradoxo - dóceis guerreiros.

A cultura germânica procuraria assim uma "aura" nova, diferente da aura calcada na tradição, ou seja, criar uma nova concepção de obra de arte. Tal tradição estaria baseada na cultura francesa, que teria sua origem na Grécia clássica, privilegiando a razão, uma forma de compreensão do mundo fundamentalmente platoniana.

O paradoxo presente na cultura alemã estaria no desejo de romper uma tradição franco-européia, uma vez que sentia-se excluída, ou não adequadamente representada, nesta tradição.

A criação de uma nova raça, significaria não apenas a inclusão, mas um modelo inaugural de uma nova tradição, buscando a origem desta forma de compreensão na Grécia pré-socrática. Um estilo anti-platônico caracterizado pela repulsa à razão e o apelo ao projeto estético. Tal tradição de pensamento, traria oposições entre as categorias de belo e sublime, razão e mito, humano e divino, completude e incompletude, finito e infinito.

A exaltação da estética é o novo discurso político da eugenia.

Nesta nova visão de mundo, implantada com a propaganda nazista, instalou-se um "imaginário corporal", no qual novas oposições de fazem presentes. Desta forma, o adestramento de um corpo de musculatura metálica-esculpida como uma obra de arte, oporia-se à cadência e à leveza de um projeto californiano de corpo. Musicalidade de gestos e potencialidade para a dança, versus perspectiva metálica e adestramento corpóreo.

O autor ressalta que a câmera veio contribuir para a fragmentação deste corpo, na intenção da construção de um novo. A lente, utilizada pela cineasta, prioriza pedaços (membros) de corpos de atletas, em sua musculatura esculpida. Mais ainda, com sua câmera, Leni traria um caráter "transgressor" a essas imagens, pois a olho nu, tal não seria ressaltado.

Seria a anti-natureza, aliada à tecnologia, a serviço da ideologia da estética nazista.

O perfeccionismo, exaltado a serviço de uma reconstrução racial, onde a mistura étnica "contaminaria" a perfeição desses deuses, o que viria servir de justificativa para o extermínio das populações "inadequadas":

"O corpo, como matéria prima para a construção do belo, estaria pois no fundamento do projeto nazista. A arianização do mundo, centrada na superioridade racial alemã, pretendia manipular os processos naturais e constituiria uma modalidade artificial de seleção da espécie. O ideário do eugenismo, com a eliminação e o impedimento para procriar dos mutilados, dos cronicamente doentes e dos loucos, seria consubstancial

com a eliminação crematória dos judeus. A raça seria aperfeiçoada pela mistura macabra de eliminação dos imperfeitos, extermínio e tecnologia biológica de ponta." (Birman,1998:111)

O projeto totalitário nazista teria, assim, como objetivo, deixar o mundo reduzido às cinzas, a fim de erigir uma nova civilização, na qual a arianização dos corpos, estaria no cerne desta ideologia. A "biologia se faz aqui estética". (p.111)

### 1.5 O CORPO OBRIGATÓRIO: DO BODY BUILDING AO BODY MODIFICATION

Villaça e Góes (1998) em um livro intitulado *EM NOME DO CORPO*, fazem referência a um texto de Drummond - *AS CONTRADIÇÕES DO CORPO*, no qual o autor demonstra a importância da boa aparência e da imagem corporal na cultura da atualidade. Percebidas como um fenômeno de supervalorização da imagem e de concentração na forma, reduzindo, dessa forma, as relações humanas à sua dimensão visual, estabelecem, dessa maneira, um confronto entre essência e aparência.

Nas palavras de Drummond: "quero romper com meu corpo, quero enfrentá-lo, acusá-lo, por abolir minha essência, mas ele sequer me escuta e vai pelo rumo oposto". (apud Villaça e Góes, 1998:55)

Numa perspectiva histórica, de Aristóteles (V.a.C) à invenção da fotografia em meados do século XIX, perdura a discussão acerca do que consistiria a perfeição, ou ainda, que tipo de perfeição o homem poderia alcançar. A idéia, que aqui nos importa, é a de construção do corpo (*body building*) no que se refere à perfectibilidade própria de cada época – portanto, genealogicamente circunscrita.

De acordo com Dutton (1995), "estratégias de identificação" qualificariam o corpo como mais ou menos perfeito. O autor assinala que, somente na tradição de pensamento ocidental, esses mecanismos produzem algum sentido, uma vez que farão sobressair padrões de perfeição estética, que variam cada vez mais rapidamente.

Não é intenção dos autores traçar um histórico desse processo, ater-se-ão apenas, em delinear um espectro de condições, que permitiram, hoje, a hipervalorização da construção corporal, seja pela via de toda sorte de cirurgias estéticas, como pelas dietas, cosmetologia, musculação, práticas de exercícios aeróbicos e tantas outras atividades similares.

De acordo com Góes e Villaça, no caso específico do desenvolvimento muscular, a combinação de uma cultura do consumo com a ética de trabalho protestante, parece refletir-se em atividades que, paradoxalmente, aliam disciplina e ascetismo por um lado e narcisismo e hedonismo por outro.

No que concerne a esse ponto, permito-me questionar o argumento não somente desses dois autores, mas também de teóricos como Bell e Lasch, no que se refere a uma relação hedonista com o próprio corpo. Do meu ponto de vista, embora apontado como um paradoxo, haveria ao contrário, uma relação de profundo desprazer, logo de sofrimento com esse corpo.

Julgamos pertinente para essa discussão, utilizarmos-nos do instrumental teórico trazido por Bourdieu (1980, 1992a, 1992b), na medida que trata-se aqui, de um estudo de campo e no qual fazemos do conceito de *Habitus*, introduzido por esse autor, um aliado para compreender os diversos atos não conscientes, explicitados na forma das mais diversas práticas descritas acima, tais como: cirurgias estéticas, exercícios exagerados, dietas rigorosas, entre outras rotinas dedicadas ao corpo.

Apreendidas, inicialmente, como uma disciplina, com o passar do tempo são incorporadas ao cotidiano do sujeito e sem que o mesmo perceba, acaba por reproduzi-las sem que haja uma dimensão crítica ou reflexiva sobre essas atividades/comportamentos: são simplesmente executados automaticamente.

Vivido como fragmentado (numa cultura onde mais vale um bíceps bem definido, do que uma imagem harmônica do corpo integrado), numa visão psicanalítica, o sujeito estaria remetido, invariavelmente, à vivências de aniquilamento e profunda desintegração. Por outro lado, se interpretarmos o discurso publicitário como uma estratégia para levar o sujeito a um estágio de

narcisismo primário (num sentido lato), ver-se-á que suas identificações são frágeis, uma vez que estão coladas a objetos/bens de consumo.

Por fim, esse discurso reduziria, como já foi aqui mencionado, a existência humana à sua dimensão mais superficial – a da imagem corporal. Constrói-se então, a figura de um sujeito que mais parece, mal comparando, um carrinho de supermercado, no qual seu valor está naquilo que pode comprar – o sujeito é aquilo que consome, tem sua imagem definida a partir daquilo que consome.

No espelho, a imagem refletida é a de um amontoado de objetos superpostos, que integrados, dão forma a um sujeito capenga, cuja existência e o psiquismo não suportam o menor “*quantum*” de frustração.

Nessa metáfora, assim como nos freqüentes distúrbios de narcisismo patológico, tem-se uma falsa ilusão de saciedade e completude. Contudo, tão logo o ego inflado sofre qualquer frustração, tal qual o carrinho de supermercado que é esvaziado, não sobra senão um sujeito “aos cacos...desestruturado”. Como bem aponta Certeau (1995), cooptado pela lógica publicitária e destituído de sua dimensão histórica que lhe conferia densidade e na qual as tradições inerentes à mesma forjavam algum sentido, o sujeito busca nos objetos de consumo sua história, devorando-os, sem que jamais se sinta satisfeito.

O termo devorar não foi ingenuamente por nós utilizado, é no mínimo curioso que, no campo aqui pesquisado as duas profissões em constante ascensão são, justamente, aquelas que controlam o que o sujeito deve ingerir, de que forma deverá fazê-lo e, através de uma disciplina espartana, desgastar as calorias adquiridas.

Trata-se dessa forma, de comer com a disciplina imposta pela nutricionista e, num segundo momento, anular os efeitos da ingestão, através de rigorosos exercícios físicos. Carregado de um sentimento de culpa infalível, fruto das advertências de ambos profissionais, nas quais comer não deve ser, senão, o ato de alimentar-se, destitui-se, dessa forma, a alimentação de toda a sua dimensão de prazer, fazendo com que o sujeito acredite que deva alimentar-

se do olhar que equivale à aprovação social e que, por consequência, legitima e estimula tais práticas na obtenção desse corpo.

Deverá o sujeito portanto, incumbir-se da árdua tarefa de seguir, também, a rotina de exercícios prescrita pelo *personal trainer*. Com isso, o sujeito adquire o estatuto da passividade, outrora sinalizado por Certeau. O *personal trainer* é, arriscaríamos comparar, nada além de uma espécie de reedição ou melhor corporificação de um “fiscal” - alguém cuja função é, tão somente, exigir que uma disciplina seja cumprida e que, acima de tudo, prontifique-se em assumir a condição de figura desejante no lugar do sujeito<sup>1</sup>.

Retomemos, pois, a questão do *body building*, depois da argumentação contrária no que se refere ao conceito de hedonismo, caracterizando a relação do sujeito contemporâneo com o próprio corpo.

Atribuímos o espaço privilegiado que esse tipo de construção do corpo ganhou a dois aspectos fundamentais, quais sejam, a era pós-industrial e o crescente rebaixamento dos valores que instrumentalizavam esse corpo e que, a partir daí, sofreram o efeito da espetaculização característico do contemporâneo.

Sabemos historicamente que, a partir do Renascimento, a identidade havia sido construída com bases na glorificação do homem-razão, centro e senhor do universo, após a submissão religiosa e o temor de Deus expressos nos flagelos do corpo medieval. Como bem salienta Luis Cláudio Figueiredo:

“A partir desse instante, os processos de subjetivação vão ser marcados, por movimentos de ordenação identitária em alternância e concomitância com processos de dessubjetivação, de metamorfose, que aceitam as surpresas e agenciamentos articuladores do devir no encontro com a diferença”. (apud Villaça e Góes, 1998:59)

Ainda de acordo com o autor, na sociedade contemporânea cresce a preocupação com as identidades pela crise de inúmeras fontes de referência, como nação, família, escola e de técnicas artificiais de modelagem, tanto no plano psíquico como no físico.

---

<sup>1</sup> No capítulo IV descreveremos, mais detalhadamente, o lugar ocupado pelos PTs, incluindo algumas falas dos mesmos.

Segundo Figueiredo, o real contemporâneo ganha outras cores, havendo uma espécie de reconfiguração do que é público e do que é privado, num cenário no qual, modificações corporais, possibilitadas pelas novas tecnologias em busca do quase-inumano, se dão num ritmo alucinante.

O corpo "construído", demonstra este autor, é um conceito peculiar e relativamente moderno: um corpo visto como objeto público.

Dutton (1995), identificou o que poderíamos chamar do primeiro *body builder* surgido no final do século XIX – Sandow, o Magnífico. Sublinha que o sucesso e a repercussão de sua imagem, devem-se à uma série de circunstâncias, entre elas o movimento de cultura física germânico, a influência emergente do palco popular como espaço de exposição do corpo e, finalmente, à crescente importância da fotografia como meio de contemplação estética do corpo – restrita até então à pintura e à escultura.

Acompanhando o percurso histórico referido pelo referido autor, vimos que foi entre 1870 e 1880 que a cultura física passou a integrar a cultura americana, participando, mais intensamente, de um imaginário regenerador em meio à depressão de 1873-78, às greves violentas de 1870-80 e à imigração em massa dos povos do sul e do centro da Europa.

Foi esse o momento de impulso/aparição de uma cultura visual do músculo masculino, que rompe com as tradicionais feiras, nas quais tomavam conta figuras bizarras e exóticas – *freak shows*.

Talvez possamos pensar se não residiria nesse momento histórico e bem datado, a matriz do espetáculo da superexposição dos corpos, bem formatados e esculpados em cada extensão de sua anatomia, explorados exaustivamente pela mídia em geral, no que talvez seja o mais característico da apropriação da cultura atual.

Não devemos nos esquecer, atenta o autor, que a nudez em exposição encontrava já nos heróis gregos e romanos seu álibi estético e era aceita pela moral puritana pela força e vigor musculares. Dentro dessa perspectiva, um corpo de homem, se fosse musculoso, não estava jamais verdadeiramente nu – a especificidade do padrão estético servia como um invólucro em si para esse

corpo, como também possuía uma espécie de adaptador para o olhar do público em geral.

Um fenômeno parecido se dá nos dias de hoje, a moda que se apresenta com indumentárias cada vez mais reduzidas/justas, parece legitimar um determinado padrão estético, o qual tem a função, entre outras coisas, de adequar-se à vestimenta ou à falta da mesma. Dessa forma, não importa o quão ínfima ou inadequada a peça vestimentar possa ser, contanto que o corpo que a preencha esteja adequado aos padrões – aí então, o olhar social parece aprovar e não chocar-se.

Mas voltemos ao momento histórico localizado na virada do século XIX para o século XX. Parece, este, ter sido um marco na história por nós aqui reproduzida, com inúmeros eventos que cercaram a nova moda – revistas, concursos, contratos para apresentações públicas, etc.

Tudo isso, determinou a voga do *body building*, termo esse que passou a determinar a construção da massa muscular desligada da idéia de força e de saúde (o belo pelo belo, simplesmente reduzido à sua condição visual), pelo uso de pesos e exercícios com máquinas – aquilo que desenvolver-se-ia na prática da musculação, tão presente nas academias de ginástica, mais comumente freqüentadas nos últimos vinte anos.

É nos primeiros vinte anos deste século que a exibição das anatomias vai se tornar mais freqüente, incluindo-se aí a exibição do corpo feminino – as *chorus girls*.

Entre as décadas de vinte e trinta há um momento de relaxamento da moralidade pública, com o aumento do consumo do álcool, acesso das mulheres ao cigarro e a vulgarização do debate sexual. A máxima na América do entre-guerras torna-se: *have fun, enjoy yourself* – basicamente divirta-se, é isso!

O sentido do entretenimento a qualquer preço, perdura com sua força máxima na sociedade do consumo e do espetáculo. A cultura, em suas diversas manifestações, virou sinônimo e só terá valor se for equivalente a entretenimento e diversão. O homem pós-moderno, na sua falta de densidade

parece perder ou não suportar, uma dimensão mais profunda ou reflexiva de nenhum tipo de espetáculo – é o show das imagens.

Analisando-se a iconografia esportiva da época, salienta Dutton (op.cit), o período mostra atletas felizes e tranqüilos, refletindo o caráter hedonista do espetáculo esportivo. A essa postura, como um modo de designar uma comunicação não verbal, na maioria das vezes inconsciente, utilizando-se de posturas, gestos e expressões faciais – determinou-se chamar *body language*.

Até 1930, muitos dos praticantes do *body building* eram levantadores de peso e se apresentavam em espetáculos circenses ou como modelos fotográficos. Com o declínio gradual do teatro de variedades e do *vaudeville*, o *body building* se diversificou.

A partir de 1920 o levantamento de peso tornou-se um esporte olímpico, o que requereu um treinamento específico para que os atletas adquirissem força. Por outro lado, o fato de posarem, deu ênfase maior na estética voltada para a fotografia, na qual a atenção às formas seria o elemento determinante. Uma curiosidade seria o fato das poses feitas pelos modelos masculinos serem intituladas de pose “tipo herói”, remetendo-nos, invariavelmente, à perfeição da imagem produzida.

Acreditamos ser pertinente estabelecer uma analogia entre o início dos ensaios fotográficos descritos acima e os editoriais de moda, amplamente utilizados pela publicidade como estratégia de marketing – a matriz dessa prática já estava aparentemente sendo disseminada desde então.

Os anos 40 foram marcados pelos concursos de beleza masculino e a preocupação com a perfeição corporal tomou forma em concursos como o Mister América. Dos Estados Unidos a tendência espalhou-se pelo mundo e a partir daí foi criado o Mister Universo. No fim da década de 60 criou-se o Mister Olympia (duelo entre deuses), esse último já com repercussões no cinema – inicialmente com filmes cuja temática eram os épicos, com seus típicos gladiadores, até a era Schwarzenegger/Stalonne já no final dos anos 70 e 80. Como bem aponta Dutton, o herói que havia desaparecido no plano real, reaparece então, no plano virtual.

Para Courtine (1995), numa espécie de releitura esportiva das Escrituras, a “pastoral do suor” , cuja inspiração é o puritanismo protestante, foi uma das molas mestras do *body building* , em sua crença de que a moralidade é uma questão, não somente de piedade religiosa, mas também de forma muscular.

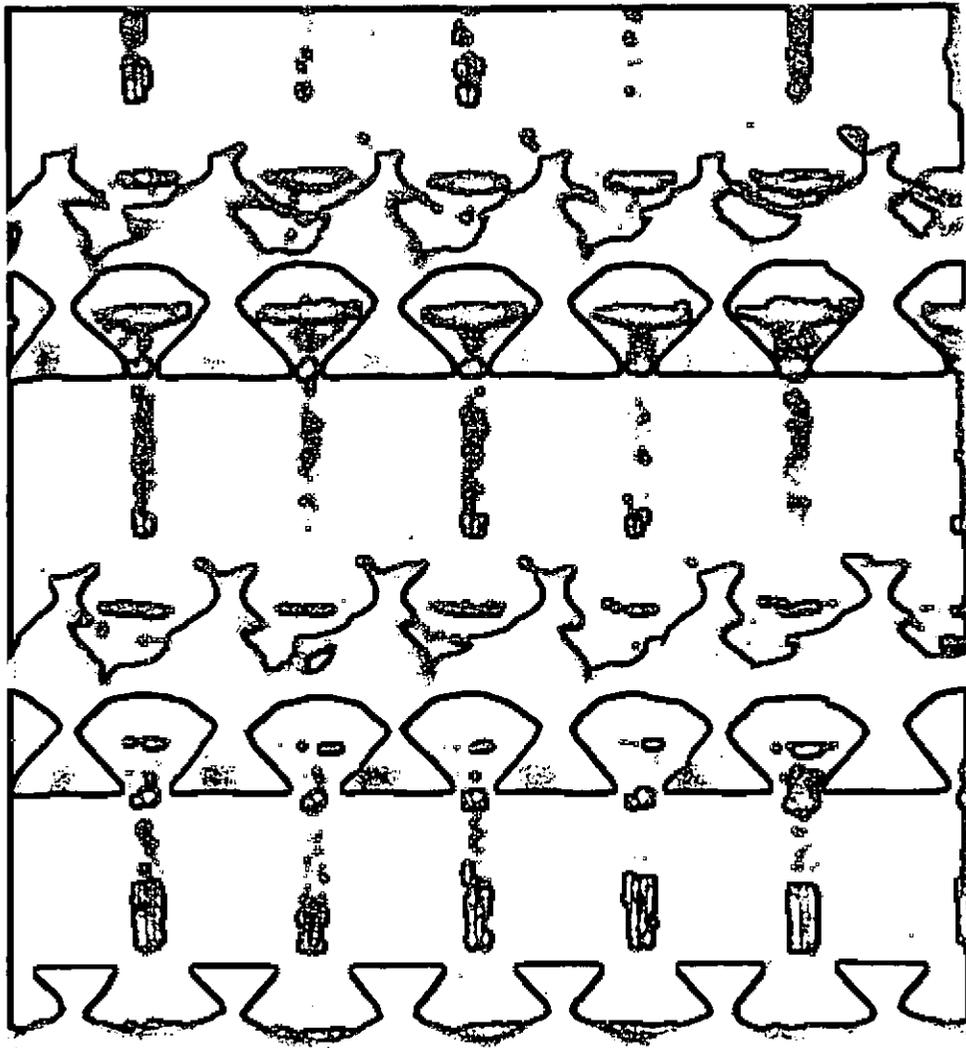
De certa forma, foi o que se considerou como um surto hedonista do *body building*, que antecedeu os anos 60, que serviu de palco para o espírito dessa década, que dentre seus paradoxos, pregava a idéia de se aliar prazer pessoal à disciplina, fator implícito na competição esportiva.

A idéia de *have fun* em si já carrega o imperativo da alegria consigo. De acordo com Courtine, a chave para se entender esses novos tempos seria a compreensão de que os pressupostos religiosos foram trocados/transferidos para a disciplina médica.

Nas palavras de Villaça e Góes:

“No movimento histórico que conduziu uma sociedade puritana à era do consumo de massa não se encontra, como por vezes se supõe, nem uma estratégia puramente repressiva, nem um hedonismo totalmente novo. Daí, a dificuldade que verificamos, na análise da cultura contemporânea do corpo, em discernir disciplina e prazer no horizonte da cultura de caráter individualista, na qual a promoção pessoal e a busca de sucesso substituirão os valores morais. A ambigüidade do *body building* reflete também a fragilização do indivíduo na cidade moderna e a redefinição dos papéis dos dois sexos.” (1998:62)

Vimos então que uma das expressões mais evidentes da cultura do narcisismo é o fenômeno do *body building*, revelado através da multiplicação de academias de ginástica e de toda sorte de publicações cujo conteúdo principal seria informar ao leitor como adquirir a boa forma.



## II- CORPO E SOCIEDADE DE CONSUMO

"Imagens não passam de incontínências do visual"  
Jorge Luis Borges

## II- CORPO E SOCIEDADE DE CONSUMO

### II.1 O REINO DOS ESPELHOS

Em “O MAL ESTAR NA CIVILIZAÇÃO”, Freud [1930] mostra-se intrigado acerca da valorização da beleza pela civilização, ainda que esta não lhe proporcione nenhuma utilidade. No mesmo texto, o autor caracteriza a fruição da beleza como uma estratégia para buscar a felicidade. A esta fruição, Freud dá o caráter de um “sentimento tenuamente intoxicante”.

Qual seria o significado desta coisa inútil sem a qual não podemos passar? Reza o ditado popular que *uma imagem vale mais do que mil palavras!*

Em uma cultura, com cada vez mais telas e menos páginas, as imagens passam a constituir, por si só, a realidade ao invés de retratá-la, reproduzi-la e representá-la. A imagem toma o lugar do sujeito e, sem perspectiva de si mesmo, não há identidade possível - torna-se estrangeiro em seu próprio corpo, alienado em si mesmo, pois ele é, somente, enquanto imagem.

Segundo Baudrillard (1970), a lógica social do consumo aponta para uma ideologia fundamentada no mito da felicidade e da igualdade. A matriz desse pensamento tem origem nos ideais de democracia, propostos pela revolução francesa, quais sejam: liberdade, fraternidade e igualdade.

Contudo, tais preceitos caíram por terra, havendo uma apropriação desses ideais pela lógica do consumo, passando então os mesmos a funcionar como um equalizador das diferenças, caracterizando assim a sociedade contemporânea.

Baudrillard afirma que aspectos como a “técnica midiática” e a “política sexual” conduziram para uma libertação que redundou em um distanciamento do sujeito para com a sua história. Segundo o autor, “a perda das diferenças funda o culto da diferença”. (1990:134)

Abolindo-se as diferenças reais entre os homens, destituindo-os de suas histórias, homogeneizam-se homens e objetos – meros produtos. O reino da

diferenciação se dá agora a partir da exclusão, entre aqueles que têm e os que não têm.

Na mesma linha de raciocínio, segundo Edgar Morin (1967), a individualidade sofre um processo de diluição, na medida em que só tem identidade em oposição ao que é público. Ressalta o sujeito que vive entre o real e o ficcional e que se constitui de um *mix* de imagens de sensacionalismo e romanesco, dando suporte à dinâmica da sociedade de consumo.

Baudrillard (1995) radicaliza quando anuncia a “morte do sujeito”, fazendo referência a um texto de Virgílio Martini datado de 1935. Em última análise, o texto discorre sobre a eliminação do feminino, tendo em vista o lugar da mulher como o lugar da alteridade, abordando de uma forma mais ampla a eliminação da reprodução simbólica do outro.

Dessa forma, eliminando-se o outro, as diferenças não são toleradas. Nesse caso, é importante entender quais os aspectos compreendidos no lugar da alteridade, sendo eles: a raça, a língua, o sexo. Assim, cria-se um mundo homogeneizado, globalizado, em tons pastéis, enfim sem grandes distinções.

Não há mais lugar também para o estranhamento, para a negatividade, para a doença e finalmente para a morte.

Poderíamos, então, indagar-nos, sobre a razão pela qual essas dimensões não encontram mais espaço nas sociedades contemporâneas ou, mais precisamente, na lógica do consumo.

O que é feio, finito, perece e morre ... não consome e, indiscutivelmente, ainda não se encontrou um valor mercadológico/troca para esse fenômeno.

Enfim, eliminam-se todas as singularidades, em busca de uma positividade total; em última análise elimina-se o sujeito a fim de reduzir sua existência à dimensão de consumidor. A engrenagem que sustenta a lógica do consumo não deve ser quebrada e, para que isto aconteça, os sujeitos devem desejar o mesmo.

A despeito desse desejo de uniformidade, as diferenças étnicas, econômicas, de idade e racial são abolidas. Cria-se uma aldeia global.

Baudrillard (1995) introduz a partir daí, a noção de Transparência, que define uma cultura, cuja característica fundamental é a anulação da alteridade, em oposição à supremacia do sujeito e na qual o gozo é ilimitado - sem restrições.

Como aponta Albuquerque (1999), a sociedade contemporânea, muito bem definida por Dumont como individualista, vem funcionando em grande escala sobre o imperativo do gozo. A ordem é: " seja feliz, custe o que custar, haja o que houver". O grande tirano da atualidade talvez tenha o nome de Sucesso.

Contudo, esse ditador torna-se, cada vez mais, exigente: a realização tem que ocorrer na vida profissional, financeira, amorosa, sexual, física e familiar. Como bem observa Roudinesco (apud Mendlowicz,2000), a sociedade moderna, quanto mais submetida à essa lógica de excesso narcísico, menos interesse tem pelo sujeito, a não ser para contabilizar seu sucesso ou para olhá-lo como uma vítima.

Segundo Mendlowicz, é na sociedade da globalização, onde os indivíduos são classificados, grosseiramente, entre os *winners* e os *losers*, que os fracassos lançam o sujeito numa dor difícil de suportar. Sem encontrar outros ideais, aos quais se dedicar e incapaz de cumprir essas exigências, só lhe resta a depressão.

Impotentes para suportar as faltas, os sujeitos caem no desespero, na tristeza ou entregam-se às compulsões. O tempo é o da urgência e a única saída, é "emagrecer rapidamente" - a espera virou sinônimo de desespero.

O imediatismo na cultura atual, é também o aspecto privilegiado por Albuquerque (1999) em seu trabalho, GET THERE NOW! No imaginário atual, o termo imediato aproxima-se mais do "instantâneo" do que do rápido. Mas por que então associar a cultura contemporânea à idéia de imediato?

Aspectos, aparentemente isolados, da vida cotidiana têm como traço comum essa idéia . De uma forma subliminar, os meios de comunicação de massa difundem-na em termos de consumo: adquira determinado produto e

realize seus sonhos de imediato. Sugere, assim, o relato de uma adolescente para melhor ilustrar sua argumentação:

"Os pais de hoje não deviam esquentar a cabeça com o uso de maconha, mas sim com o uso de 'bombas'; 'bomba' é a gíria usada para designar o coquetel de anabolizantes, fórmula mágica de aquisição de músculos a curto prazo e sem esforço". (1999:2)

Prossegue a sua análise, citando mais um exemplo tirado da fala de uma outra adolescente, que dessa vez projeta uma banda de rock. O primeiro item a ser pensado, segundo a autora, não é o aprendizado da música, do instrumento, mas a confecção do símbolo da banda, das camisetas e propaganda. Enfim, aspectos de marketing de um produto já pronto, mas antes mesmo de se iniciar a construção efetiva do grupo. Curiosamente, nenhum dos integrantes dessa banda, conhece seu ofício, ou dispõe-se, inicialmente, ao aprendizado da música.

Os exemplos acima, indicam o Imediato, como valor que permeia vários aspectos da cultura, constituindo uma qualidade essencial a qualquer bem a ser consumido. Mais precisamente, o que se veicula é a satisfação imediata: esse é o bem maior.

No que se refere ao uso do corpo, os efeitos de tal exigência de imediatismo são particularmente marcantes: na busca da sensação de prazer e auto-estima, recorre-se a soluções milagrosas, cujas conseqüências, a médio e longo prazo, são desconsideradas.

Nesse sentido, o uso de anabolizantes acelera o lento processo de preparação física em academias; cremes, massagens e pílulas garantem a modelagem do corpo de modo rápido, eficiente e sem sacrifícios; excessos alimentares são neutralizados com medicamentos e pílulas para eliminação de gordura, pílula para azia, etc.; "o Viagra garante a boa performance com o mínimo de interferência do contingente".(p.3)

A indústria farmacêutica, gradativamente, substitui o delicado autocontrole do corpo. Os sinais corporais, indicadores de sua saciedade e de seus limites, são silenciados por substâncias químicas.

De modo análogo, aponta Mendlowicz (op.cit), estados de ansiedade, angústia, tristeza e experiências de dor que sinalizam o modo como o homem posiciona-se em certas situações, preparando-o para elas, também são aplacados por medicações. Busca-se permanecer no estado de prazer e alegria, ao preço de se eliminar parte da experiência humana. A dor e a frustração não são mais reconhecidas como constitutivas do percurso rumo aos ideais de prazer e alegria.

Mais ainda - dor e frustração passam a ser indicadores, não de limites inerentes à experiência humana, mas da insuficiência daquele sujeito singular. Ou seja, veicula-se a idéia de que essa imagem ideal de pleno prazer está disponível para todos, a um mínimo esforço e que a não concretização desse modelo decorrerá, exclusivamente, por incapacidade individual do sujeito.

## II.2 OLHAR E SER OLHADO

Grosso modo, poderíamos dizer que nossa época de comunicação de massa transforma a sociedade em um "público" - uma palavra-chave que substitui a de "povo".(Certeau 1995:52)

Vivemos na era das imagens. Existir é ser visto, segundo o próprio autor, nada mais restando da realidade senão sua imagem. Mas o que vemos? De onde vemos? E como somos vistos?

A palavra público, contraposta a povo remete-nos, a espectadores, interativos ou não, a espetáculos, festas, enfim à teatralização. Conseqüentemente, remete-nos igualmente, a atores, personagens, modelos e ídolos. Olhar implica também em ser olhado, ver em ser visto, construir uma imagem é também ser afetado por ela.

O discurso publicitário, promete o preenchimento do vazio existencial, do qual nenhum sujeito poderá escapar, e a grande cilada seria acreditar que o consumo poderia preencher tal vazio.

"Sonhe que faremos o resto..." (Certeau,op.cit:p.43), resume de forma exemplar a tentativa de monitorar/controlar o que existe de mais individual no

sujeito. É, principalmente, através dos meios de comunicação de massa, com privilégio da televisão, que o Imediato se difunde e se consolida como valor. Numa primeira visada, este é difundido, explicitamente, através da propaganda: a melhor qualidade de um produto traduz-se por sua rápida eficácia.

Em uma segunda observação, mais atenta, percebemos uma aplicação mais sutil e estrutural desta categoria. Este é divulgado, na mídia, não apenas no conteúdo de notícias e peças publicitárias, mas principalmente pela forma como é estruturada a programação televisiva.

No noticiário, por exemplo, notícias ruins são intercaladas com notícias boas e amenidades; a linguagem é a mais simples possível; conteúdos mais complexos são depurados e apresentados de modo panorâmico.

Com esses recursos, o espectador é poupado do trabalho de pensar, de processar as informações recebidas; o mundo em *flashes* é facilmente deglutível, minimizando-se, assim, a possibilidade de apropriação crítica e seletiva do conteúdo veiculado.

Gradativamente, o jornalismo noturno que, tradicionalmente, contava com um formato mais informativo-descritivo e comentado, assume feições de jornalismo *light*, mesclando noticiário e variedades. Em linhas gerais, jornais e revistas acompanham essa tendência da TV, recorrendo cada vez mais ao uso de imagens e à simplificação da linguagem de modo a facilitar, aparentemente, a apreensão das mensagens.

Poderíamos dizer que, na contemporaneidade, prevalece a lógica de um jornalismo de impacto com apreensão rápida, panorâmica e globalizante do conteúdo, transmitido, sobretudo, através de imagens - única forma de transmissão de conhecimento que pode se adequar à demanda de rapidez e "*immediatez*".

Enfatizemos, porém, que nesse processo, o que se perde é a possibilidade reflexiva do pensamento, ficando-se aprisionado ao fascínio das imagens.

Garcia (1998) aponta para duas questões, intimamente entrelaçadas, que se destacam nesse olhar panorâmico sobre a cultura contemporânea. A

primeira refere-se aos valores veiculados nessa cultura, ideais de prazer e bem-estar imediatos e contínuos. A segunda, ao modo como esses valores são difundidos e apreendidos prioritariamente através de imagens.

De acordo com seu ponto de vista, a consolidação do Imediato como valor, é um dos desdobramentos da lógica da sociedade de consumo. Nesta, o ser é definido pelo ter: para se ser alguém, há que se ter ...um corpo bem modelado, posição, dinheiro, bens. Os bens adquiridos garantem a inserção social do sujeito e são as insígnias de poder que se tornam definidoras de seu ser e de seu valor.

Numa sociedade altamente competitiva, as estratégias de marketing assumem importância central. Na propaganda, cada produto é associado a um estilo de vida, a um status social, à um ideal subjetivo, à uma "tribo"; em contrapartida, a expectativa do consumidor é que com a aquisição daquele produto, ele adquira também aquele padrão corporal, a filiação àquela tribo, aquele status.

Gradativamente, como nos mostra Garcia, a lógica de propaganda e marketing, que rege a circulação de produtos e serviços, ampliou seu campo de atuação, ao incluir o sujeito como "produto-a-ser-divulgado". Em face da crescente competitividade de mercado, não basta ao sujeito ser competente ou interessante, há que se mostrar em sua aparência a imagem de competência e interesse.

Num primeiro momento, como bem lembra a autora, o esforço pessoal afigurava-se como o caminho possível para a aquisição dessa imagem: estudo, trabalho, academia eram meios disponíveis para se adequar ao modelo de sucesso, belas formas e bons bens de consumo; havia, portanto, um reconhecimento e uma validação do processo, de um tempo necessário para se alcançar tal modelo, tempo esse durante o qual havia que se lidar com a frustração do sentir-se insuficiente.

No entanto, atenta para o fato de atualmente haver uma mudança sutil, mas significativa, referida ao tempo do processo: predomina, agora, a ordem do Imediato, com a exigência de se alcançar, ontem, o modelo ideal. Com essa

urgência, o processo, antes de se constituir uma trajetória para se atingir uma meta, é vivido como obstáculo a ser superado.

Experimenta-se, então, como sendo quase da ordem do insuportável, o adiamento da satisfação, que seria alcançada ao se atingir a meta idealizada. Todos os meios para se alcançar resultados favoráveis imediatos parecem válidos, como refere Garcia.

Nesta medida, entende-se que a cultura do consumo teve como um de seus desdobramentos a cultura da imagem, sendo a passagem de uma para outra marcada pela tendência à supressão do tempo de processo. Nessa mesma perspectiva, faz-se preciso estabelecer uma distinção entre ter uma imagem (na qual está presente a idéia de tempo de processo) e ser uma imagem (na qual a instantaneidade é marca fundamental).

A autora destaca aqui, dois pontos fundamentais:

1) A dimensão de mudança na experiência temporal, na medida em que a imagem se associa à apreensão instantânea de conteúdos, como exemplificamos acima com relação às notícias jornalísticas.

2) Com a utilização dos meios de comunicação de massa como principal veículo de reprodução da sociedade de consumo, os ideais de subjetividade passaram a ser o maior produto a ser consumido. Quando se vende uma griffe de biquínis ou um biquíni de griffe, não está em jogo, sinaliza a autora, somente a aquisição do produto, mas o que se vende subliminarmente é o padrão corporal.

Resta-nos ainda, tratar aqui de um terceiro ponto fundamental considerado pela autora, a saber, o papel desempenhado pelos meios de comunicação de massa, em especial, a televisão, na configuração da subjetividade contemporânea.

Numa primeira aproximação, como nos mostra Garcia, os programas televisivos parecem constituir importante fonte de modelos identificatórios, na medida em que crianças, adolescentes e adultos buscam imitar, em seu modo de vestir e em seus trejeitos, os personagens mais difundidos da mídia. No entanto, é preciso considerarmos como esses modelos são apropriados pelo

sujeito; a nosso ver, essa apropriação é, com freqüência, mediada pela fascinação, o que nos permite estabelecer, nesse caso, uma distinção com o processo de identificação propriamente dito.

A autora atenta para o fato de ser preciso enfatizar que o mecanismo de incorporação é marca inegável das patologias narcísicas e, certamente, não pretendemos transportá-lo diretamente ao campo da modelagem subjetiva imposta pelos meios de comunicação. Porém, entende que, no campo do fascínio hipnótico, um fenômeno semelhante, embora parcial, possa ocorrer; supondo que na apropriação fascinada de modelos televisivos, entram em jogo mecanismos muito próximos ao da incorporação, principalmente no que se refere ao efeito de um rebaixamento da possibilidade reflexiva de pensamento.

Ademais, há que se considerar que o modelo televisivo, por sua dimensão de simulacro, não se mostra adequado à mediação inerente ao processo de introjeção, enquanto, simultaneamente, se pretende constituir objeto de identificação.

O que se nos apresenta como paradoxal na cultura contemporânea, é a promessa/exigência de conquista de satisfação de maneira imediata. A mídia-cultura parece estar sempre afirmando, através de simulacros, que você pode - e pode imediatamente. Definitivamente, como nos lembra Garcia, o processo de constituição do sujeito não é marcado nem pelo instantâneo, nem pelo imediato.

É preciso um longo "aprendizado" para que se instaure o sujeito social. Presos à rede de fascínio da mídia-cultura vivemos um logro, já que mecanismos psíquicos complexos estão imbricados na possibilidade de alcançar o estado de prazer-satisfação; e esses mecanismos, os quais estão atrelados aos processos de socialização, atestam que para se ascender ao social, há que se parcializar a onipotência infantil, própria ao narcisismo primário, onde temos a certeza que podemos : um bebê-criança tem a certeza que, estendendo as mãos, alcançará a lua e parece que, no âmbito da mídia-fascinação, mães e pais crêem que suas filhas tornar-se-ão a Xuxa (ou qualquer outra que ocupe este lugar) vestindo-se e imitando seus trejeitos.

### II.3 NO MUNDO DAS IMAGENS

Retornemos, brevemente a Certeau. Vivemos na era das imagens. Existir é ser visto, segundo o próprio autor, nada mais restando da realidade senão sua imagem. Mas o que vemos? De onde vemos? E como somos visto?

Para Certeau o olhar substitui o campo da ação, no sentido da práxis, não significando, porém, passividade total como veremos mais adiante. Realidade - ficção, sexualidade - ficção, ficção erótica, religião-ficção, revolução-ficção são imagens de uma "história que não se faz" (1995:42).

Ficção, contudo, não significa necessariamente mentira, falsidade ou engodo. Esta tem a estrutura de uma verdade que se constrói e pela qual somos afetados, estando nela implicados. O conceito de camuflagem, utilizado por Certeau, remete-nos assim à idéia de simulacro e para melhor compreendermos este conceito, recorreremos brevemente a Deleuze (1974).

Na concepção de Deleuze a distinção principal estabelecida por Platão não é a dualidade entre um mundo aparente e mundo das essências, mas sim a distinção latente entre boas e más cópias - sendo o simulacro o equivalente a esta última.

A leitura deleuziana de Platão subverte a filosofia da representação afirmando o direito dos simulacros e reconhecendo neles uma potência positiva, capaz de destruir as categorias de original e de cópia.

"O simulacro não é uma cópia degradada, ele encerra uma potência positiva que nega tanto o modelo quanto a reprodução. Das duas séries divergentes, ao menos, interiorizadas no simulacro, nenhuma pode ser designada como original, nenhuma como cópia. Não basta nem mesmo invocar um modelo do Outro, pois nenhum modelo resiste à vertigem do simulacro." (pp 267-268)

Com um projeto de pensar a diferença nela mesma, e não na diferença já mediatizada pela representação, Deleuze vai enfatizar o valor do simulacro.

A simulação, longe de ser uma aparência, uma ilusão - é o próprio fantasma, efeito do funcionamento do simulacro, do falso como potência. Ao ser construído sobre uma disparidade, uma diferença, o simulacro interioriza uma

dissimilitude, isto é, ele contém em si o elemento diferencial; não se constitui portanto como um erro, frente a um modelo. O observador faz parte do próprio simulacro, que se transforma e se deforma de acordo com o seu ponto de vista.

A simulação operada pelo simulacro designa o falso como potência para produzir efeitos de verdade. A potência do falso constitui a verdade como máscara, exprimindo um processo de disfarce em que atrás de cada máscara não é a essência, o significado, oculto e derradeiro que surge, mas outras máscaras, infinitas máscaras, cada uma com efeito de verdade, num processo contínuo de criação ou de sucessivos desvelamentos, na terminologia de Certeau.

Tomando emprestado o conceito junguiano de "máscara", Augras (1996) irá referi-lo a um dispositivo do qual o sujeito lança mão socialmente para poder identificar-se e, ao mesmo tempo, ser aceito por um determinado grupo social. Dessa forma, a máscara serviria duplamente como instrumento de adequação e dissimulação para os diversos papéis sociais.

Como apontará a autora, vivemos numa "cultura da máscara", na qual os meios de comunicação de massa seriam criadores e divulgadores, ao mesmo tempo, dos cânones de beleza corporal a ser simultaneamente almejados e freneticamente consumidos numa espécie de "neurose social", através da qual os produtos são apresentados com um único intuito, o de escoar o excedente cada vez maior dessa produção incessante. Finalmente, "a máscara passa a substituir o sujeito por um ser irreal" (p.63), aquele que persegue sempre um ideal ou, como aponta a autora, um novo status frente ao grupo social.

#### II.4 O DISCURSO PUBLICITÁRIO

O discurso publicitário promete o preenchimento do vazio existencial, do qual nenhum sujeito poderá escapar e a grande cilada seria acreditar que o consumo poderia preencher tal vazio.

"Sonhe que faremos o resto..."(Certeau,op.cit:p.43) resume de forma exemplar a tentativa de monitorar/controlar o que existe de mais individual no

sujeito. Para Deleuze (1999) o sonho do outro é o que existe de mais ameaçador, uma vez que não temos acesso ao mesmo.

"Sempre que há o sonho do outro, há perigo. O sonho das pessoas é sempre um sonho devorador, que ameaça nos engolir. Que os outros sonhem é algo perigoso. O sonho é uma terrível vontade de potência. Cada um de nós é mais ou menos vítima do sonho dos outros. Desconfiem dos sonhos dos outros..." (p5)

O operação publicitária humaniza o produto ao inseri-lo numa rede de relações sociais, atribuindo ao mesmo uma identidade. O produto passa do universo despersonalizado da produção, chegando ao mundo das relações humanas, simbólicas e sociais, através de seu potencial de transformação do sujeito e de seu estilo de vida. Desta forma, é possível concluir que o que menos se consome num anúncio é o produto:

"Em cada anúncio vende-se estilos de vida, sensações, emoções, visões de mundo, relações humanas, sistemas de classificação e hierarquia, em quantidades significativamente maiores que geladeiras, roupas ou cigarros" (Rocha, 1984:27)

A sociedade de consumo cria o desejo, ao contrário do que pensamos. Não consumimos porque desejamos este ou aquele objeto, mas sim o contrário. O Objeto signo de status, confere uma identidade ao seu futuro consumidor - daí a necessidade de adquiri-lo. É através dele que me torno igual ao outro, na moda, importante – pertencendo!

Mas pertencendo a que? A sociedade em que vivemos, tomada pelo consumismo, deu ao mundo uma aparência volátil, com uma existência objetiva, frágil e instável. A lógica de produção deste sistema exige que tudo seja consumido e descartado rapidamente e novas demandas sejam criadas. A substituição é indispensável para manter o sistema produtivo.

Ora, em um ambiente de alto grau de mutabilidade ou de pouca confiabilidade e duração das referências externas, somos tomados por uma constante sensação de separação, de isolamento e de desestruturação - e a

solução que o consumismo propõe para o desconforto existencial do homem moderno é justamente consumir, descartar e desperdiçar mais.

Em um breve artigo publicado na rede, Kehl (1996) discute de maneira simples e sistematizada o papel perverso da publicidade ao convocar os sujeitos a apostar em sua onipotência.

Recorrendo a Lasch, a autora comenta o quanto adaptado está o sujeito, das "culturas do narcisismo", às condições desejantes das grandes sociedades de mercado, mesmo que, contudo, não tenha condições materiais para dispor dos bens almejados, acredita, ainda assim que tem uma espécie de direito natural ao desfrute de todos os bens que a publicidade lhe oferece ou, pior ainda, que tem uma espécie de dever de desfrutar deles.

Segue a sua análise do discurso publicitário, acrescentando que, evidentemente, o dever de gozar suplanta toda interdição ao gozo que funda as sociedades humanas – considerando que este é suplantado até mesmo na sua dimensão fundamental do Princípio de Realidade, que nos ensina que nenhum desfrute é possível sem um adiamento inicial, seguido de um certo investimento de, digamos, trabalho físico ou mental.

Retorna a Freud estabelecendo um paralelo entre o sujeito onipotente da Cultura do Narcisismo e o sujeito que Freud descreveu, vivendo um delírio semelhante a um estado psíquico regido pelo Princípio do Prazer: sem história, sem mediação de tempo e esforço entre desejar e obter, sem dívida para com nenhum passado, nenhuma instância paterna. É o *self-made-man* imaginário, que se acredita sem outro compromisso a não ser com o próprio gozo, ao qual a mídia publicitária apela incessantemente.

Segundo Kehl, o consumidor contemporâneo tem uma representação de si mesmo como um eterno filho do presente, sem história e sem lei, regido por um pastiche do Princípio do Prazer e voltado para o futuro imediato que só lhe promete mais mercadorias.

Uma das respostas, apontadas por Kehl para esta alienação contemporânea é a neurose. Ela se indaga a razão pela qual as sociedades modernas produzem culpa e neurose, se elas apelam incessantemente para que

o sujeito goze sem culpa e seja feliz. E refaz o questionamento, feito por Freud em Totem e Tabu, com relação às formações sociais não sustentarem mais os sujeitos.

Segundo Freud [1913], a resposta para o enigma reside no fato de que nas sociedades arcaicas, as estruturas simbólicas determinavam os destinos dos sujeitos. Laços de parentesco, posição dentro da família, origem de classe, etc, decidiam pelo sujeito, em grande parte, a vida que ele deveria ter, portanto culpável, pelo que fizesse dele.

Ainda de acordo com Freud, o sujeito moderno seria neurótico porque se acredita soberano e o que é pior, acredita que a soberania é condição de sua liberdade. Para Kehl (op.cit) os sujeitos das culturas narcísicas são tão sociais quanto quaisquer outros, mas têm que se acreditar livres e soberanos para poder tudo desejar e tudo consumir.

Em outras palavras: quem é e quem não é cidadão, no sentido definido pela Declaração dos Direitos do Homem, passa a ser decidido em termos de quem é e quem não é consumidor.

Dessa forma, o esquecimento nos condenaria a uma eterna indiferença, perturbada somente pela angústia, que nos avisa que nenhuma situação de privilégios dura para sempre. Nos condenaria, também, a um estado de adolescência permanente, impotente e ansiosa, em que cada um se acredita sempre capaz de, sozinho, partir do zero e conquistar o mundo.

Kehl conclui seu texto fazendo menção ao que chamou de "adolescência envelhecida" do homem contemporâneo, acompanhada do medo pânico de nossos únicos limites naturais – o envelhecimento, a morte – não oferecendo, assim, nenhum porto onde possamos ancorar ou de onde zarpar o navio dos nossos sonhos, utiliza essa metáfora para mencionar a perda da dimensão coletiva e histórica a que pertencemos.

Assim, segundo a autora, até nossos mais belos sonhos se transformam em delírios narcísicos, impotentes na medida justa da nossa fantasiosa onipotência. Termina com um verso da poeta Ana Cristina Cezar sobre a adolescência: *"É sempre mais difícil ancorar um navio no espaço"*.

## II.5 A PROMESSA DE FELICIDADE

Insistir, persistir e forçar os limites é manter vivo o desafio dos enigmas do homem e, ao mesmo tempo, reconhecer que somos seres inseridos na cultura e, portanto, castrados. Diante da dor e dos problemas que o afligem, o homem busca soluções e são várias as tentativas de saída que ora a ciência, ora a religião oferecem. Tudo o que propõe soluções rápidas e sem maiores implicações do sujeito, seduz e provoca a adesão. Como diz Piera Aulagnier,

"A idealização parece mais acessível que a sublimação e transferir sobre os ombros dos outros a responsabilidade do desejo é mais fácil que ser o único responsável pela escolha; a ilusão sempre parece mais humana que a verdade."(1980:21)

O discurso do corpo fala das relações internas à sociedade e também nele vai se expressar a busca da felicidade plena. Palco privilegiado dos paradoxos e dos conflitos, o corpo que busca a sua singularidade é o mesmo que tenta negar a diferença e a alteridade.

Fragmentado e serializado mostra o que se oculta numa tentativa de eliminar o que o separa. Tudo deve ser visto, dito e compartilhado. Simultaneamente, imprime nele as marcas que o distinguem tanto cultural quanto socialmente, através de seus adornos e símbolos.

A eterna busca da imortalidade, transforma-o em um corpo de encenação da obra de arte. O discurso da saúde, da medicina, do erotismo, tamponam o real que apavora: o mal-estar e a finitude

"A distância entre o modelo da revista e o reflexo no espelho também contribui para a dificuldade de integração. Não se trata apenas de conciliar senso de realidade e aspirações narcisistas. O que propõem as fotografias são corpos imaginários, abstratos e inatingíveis e, por assim dizer, eternos. Não são submetidos à dor, nem ao envelhecimento, ainda menos à morte..."  
(Augras, 1996:44-45/ grifo nosso)

Para Jurandir Freire Costa (comunicação pessoal) não tardará o tempo em que viveremos como tartarugas, cento e cinquenta anos, com pinos de titânio, segurando o corpo que aos poucos vai se deteriorando.

A ação é também deslocada para o olhar, ao sugerir-se: "seja esportivo em sua poltrona" (Certeau, op.cit. p 43). Quando renuncia-se a ser ator, pelo ato de tornar-se espectador, como aponta o autor, distancia-se, de certa forma, deste corpo finito, assegurando-se de sua existência pela permanência do olhar.

O corpo como obra de arte é o corpo teatralizado, palco onde as palavras são encenadas. Tal qual nas cidades povoadas pelos murais e *outdoors*, uma nova forma de escritura estabelece-se.

Assim, algumas vezes, exhibe-se o bíceps, a panturrilha ou a rígida musculatura do abdômen, como ícones da perfeição pretensamente atingida. A escultura perfeita, a obra de arte a ser admirada. E a arte, como nos relembra André Malraux, é a única coisa que resiste à morte...

Através dos mecanismos citados acima, tem-se então um retrato do sujeito colado ao produto, adotando a identidade do produto que consome – um sujeito sem graça, sem história, sem substância, um sujeito com cara de coca-cola light, comida diet, entregue ao dinheiro e regido por ele, referido somente ao êxito, sem espaço para os fracassados. Poderíamos acrescentar aqui, um sujeito que é só imagem, destituído de toda a sua dimensão de interioridade – chapado, bidimensional.

Baudrillard (1990) sugere um sujeito desvitalizado, sem referências, onde reina o efeito sem causa. O sujeito da Sociedade Espetáculo cuja ambição é receber o reconhecimento social e ter lugar de visibilidade na cena social.

De acordo com o autor, a característica da modernidade é conceber o Outro como objeto de produção, vigorando o paradoxo que se segue: o rigor da diferenciação culmina na indiferenciação. (Baudrillard, 1995) O que antes da modernidade determinava a atração erótica – estranheza e alteridade, torna-se com a mesma, atraente por ser idêntico e semelhante.

Nesse contexto, a tendência é compreender o mundo como superficial, um cenário onde tudo é imagem e é a perda do sentido das imagens que constitui nossa identidade.

Seria este o fenômeno de repetição e massificação apontado pela Indústria cultural, um esvaziamento do princípio de representação? Assim, as imagens passam a constituir por si só a realidade ao invés de retratá-la, reproduzi-la e representá-la, conforme apontamos anteriormente.

Uma vez que a imagem passa a ocupar o lugar do ser, conseqüentemente, o sujeito passa a ocupar o lugar destinado à alteridade e dessa forma, sendo o sujeito a própria alteridade, o outro ou qualquer coisa diferente disso, é atacado com violência e intolerância.

Queremos aqui marcar a presença crescente, de uma estética corporal na mensagem do Outro. Tal mensagem, cuja dimensão política não poderá ser deixada de lado, acaba por definir uma *gestalt* apontada como bela.

Mas como falarmos da intolerância ao diferente nas sociedades contemporâneas, sem contudo mencionarmos a forma como esse sujeito vem se organizando e mapeando dessa forma as cidades?

Não é difícil supor que a forma que esses grupamentos sociais, dispõem para auxiliar na identificação entre seus membros, estará diretamente ligada aos bens de consumo que portarão. Dessa forma, o elemento que os une, ao invés de afinidades ideológicas e morais, reduz-se apenas à dimensão da imagem, ou seja, às suas meras aparências.

A relação das tribos com a sociedade de consumo é bastante complexa. Basta aqui mencionar dois aspectos que nos interessam mais de perto: a função dos objetos de consumo como insígnias e a questão da imagem.

✍ Baudrillard (1995) observa que, na cultura do consumo, longe de serem apenas utilidades, os bens de consumo têm um valor simbólico, um valor de signo. No caso das tribos, os objetos de consumo enquanto signos de diferenciação, têm sua função exacerbada.

Assim, também o culto exagerado à imagem, alimentado pelo consumo e pela mídia, levou a uma "estetização da vida cotidiana" como aponta

Featherstone (1997: 69) e que, como vimos, impera nas tribos.

Segundo Maffesoli (1988 apud, Featherstone, 1997:67), a sustentação das "identificações temporárias de afeto" baseia-se na posse de determinados objetos que se articulam na composição da imagem do homem sobre si mesmo.

Desta forma, como expõe Castro (1998), apoiando-se em Simmel, os sentimentos de identidade e de pertencimento social apoiam-se, cada vez mais, na materialidade dos objetos externos e o subjetivo fica cada vez mais remetido ao objetivo.

Featherstone (1997:67), nos diz que a cultura da materialidade intensifica as "sensibilidades estéticas", tornando o sentimento de posse de uma interioridade cada vez mais frágil, colando a identidade na imagem que se constrói para si, incluindo aí a imagem corpórea. Portanto, há uma articulação clara entre o consumo, a valorização da imagem de si como marca identitária privilegiada e a formação das tribos.

De acordo com Garcia (1998), na cultura da imagem, na qual impera a fluidez de identificações imaginárias, na busca de uma completude ilusória através de objetos de consumo tomados como fetiches, as tribos têm uma função aparente de demarcação e sustentação subjetiva.

Porém, os critérios de pertencimento a uma determinada tribo, são tão frágeis e descartáveis, que produzem o que Castro (1998:1320) chamou de "identidades nômades", que mais se assemelham a identificações provisórias.

## II.6 CONSUMO E IDENTIDADE

A cidade é o espaço onde os acontecimentos se dão no ritmo das necessidades de produção e de consumo. Simmel (1967) em sua análise, aponta a demarcação do espaço urbano e a uniformização do consumo como sendo causadoras da ampliação do corpo do indivíduo, o que por consequência, estaria referido a uma necessidade de diferenciação e também à criação de um modo de vida próprio.

Segundo o autor, a produção também seria afetada, uma vez que a especialização é cada vez maior, visando não apenas atender como também facilitar a identificação do consumidor com o produto.

Featherstone (1995) ressalta o papel dos novos regimes e estruturas de identidade e significação, na cultura da contemporaneidade. O consumo, afirma o autor, não seria apenas uma decorrência das exigências de produção, e sugere três perspectivas a partir das quais irá desenvolver sua tese.

A primeira delas refere-se à expansão capitalista, que deu origem à grande acumulação de bens materiais e fez também com que proliferassem os lugares de venda e consumo desses bens.

A segunda, diz respeito à exibição e conservação desses bens, existindo uma relação direta entre a satisfação proporcionada pela aquisição dos mesmos e os *status* socialmente alçado.

Finalmente, a terceira, remete-nos às mercadorias consumidas, estando sempre referidas ao estilo de vida do sujeito/consumidor, que dessa forma, percebe-se como único e diferenciado, com uma consciência estilizada de si mesmo. Acima de tudo, os bens são signos de distinções sociais.

Ao utilizar a noção de "cultura do consumo", Featherstone relaciona duas esferas, quais sejam: a dimensão cultural da economia, ou seja, não há relação direta entre consumo e necessidade, e a dimensão econômica dos bens culturais, na qual a imagem triunfou sobre o conteúdo.

Em última análise, dizemos que mercadoria diluiu os seus vínculos com a necessidade, expressando um estilo de vida e um elemento de diferenciação social.

A dimensão política do consumo é tratada por Canclini (1995) não como a simples aquisição/posse de bens, mas como algo que é apropriado coletivamente, onde se pode traçar uma rede de relações tanto de solidariedade, como de distinções sociais, o que redundaria pensar num retrato social, seja de uma cultura seja de uma sociedade.

O consumo é uma atividade social sob um certo controle das elites que deteriam o *capital* (simbólico/econômico/cultural), tomando aqui emprestado um conceito Bourdieusiano.

Não se trata, como já mencionado anteriormente, de uma mera aquisição de bens individuais, mas de uma função maior, a de estabelecer um código social que é composto por uma cadeia simbólica, caracterizando assim, o poder de "emissor" do consumo, ao qual o autor se refere. Tal código é, em última instância, responsável pela formação da identidade e da posição socialmente ocupada pelo indivíduo.

Canclini faz ainda menção, à subordinação da cidadania à uma cultura imagética e questiona a legitimidade da representação política e os conceitos clássicos de cidadania.

"Quando se perde a distinção entre o real e o simbólico, quando a pergunta sobre a legitimidade das representações se extravía e tudo vira simulacro, não sobra lugar para a confrontação racional de posições, nem para a troca, nem para a negociação." (1995:223)

Mas embora haja, como vem sendo tratado até agora, a massificação do gosto e dos hábitos do indivíduo, que é visto sempre como um consumidor em potencial, a globalização da cultura tem limites e resistências diante do acervo de tradições dos grupos sociais. Público e privado convivem, assim, simultaneamente.

"A despeito da globalização dos bens materiais e da informação, da convergência planetária em certos hábitos de consumo, as tradições e crenças locais ou regionais continuam configurando diferencialmente o público e o privado, os processos de inclusão e exclusão". (Canclini, 1995:258)

Como aponta Jameson (op.cit), a cultura não é uma "substância", ao contrário, surge através do relacionamento entre grupos, sendo algo percebido na observação mútua de um grupo para com o outro, ou seja é relacional.

Em um interessante trabalho sobre cultura popular, Chauí (1986) aponta exatamente, para o caráter ativo e dialético da incorporação de determinados

valores. Segundo a autora, imaginar a população como seres apáticos, passivamente receptivos, incapazes de uma produção autônoma, porque desautorizada pela elite, é incorrer no mesmo tipo de engano.

Como aponta Vilhena (2000) se as classes populares aceitam, conformam-se, obedecem, também selecionam, rejeitam e recriam conteúdos da cultura dita dominante.

É neste contexto, de apropriação e contestação, de imagens e simulacros que talvez possamos entender as estratégias mais radicais do *body modification*

### III.7 O CORPO COMO PALCO

É a partir do conceito de beleza e da estetização da vida contemporânea, que buscamos entender as práticas de *body building* e *body modification*, que estão na base do que denominamos de corpo *high tech*.

Se todas as culturas, de uma forma ou de outra, praticaram a modificação corporal, segundo Rodrigues (1986b)), as práticas atuais adquirem um caráter sempre mais individualista e violento, no seu afã de questionar as relações natureza/cultura, homem/máquina.

Transformar o corpo em lugar de debate público, é a proposta da professora da Escola de Belas Artes de Dijon, Orlan, que vem se submetendo a múltiplas cirurgias plásticas. Segundo Orlan (apud Couto,2000), interferir no corpo é blasfemar contra o que é imposto à humanidade – uma luta contra o inato, o inexorável e a natureza.

O conceito de *body modification* conjuga em sua definição, uma série de práticas baseadas, não somente na tecnologia da cirurgia plástica, mas também referidas ao *piercing* e à tatuagem, passando ainda pela química dos esteróides, numa mistura que combina técnica, arte e denúncia. É caracterizado como um fenômeno típico da pós-modernidade, cuja idéia fundamental seria a desconstrução das categorias identitárias que ancoravam uma série de pares dicotômicos até então.

Cada modificação efetuada sobre o corpo significaria uma revolução, no sentido de que a anatomia não fosse mais o destino – parafraseando Freud. A figura de Michael Jackson é uma das mais representativas dessa metamorfose – sua figura é andrógina e além disso, mistura raças e referências.

Como bem apontam Villaça e Góes (op.cit), sintomático desse desejo de transformação é a moda *drag queen*, que tem como propósito fundir as diferenças homem-mulher-travesti.

Segundo Baudrillard (1983), vivenciamos atualmente o desaparecimento do simbólico, o autor é categórico ao dizer que navegamos no espaço da indiferenciado. Nas palavras do autor:

“Nenhum discurso pode ser metáfora do outro, uma vez que, para que haver metáfora é preciso que haja distinção entre os objetos. É a metonímia total, viral por definição ou por indefinição, no processo de metástase.”  
(p:67)

O corpo sexuado estaria entregue a uma espécie de transexualidade, não apenas no sentido anatômico, mas no sentido de travestido, num “jogo de comutação dos signos dos sexos”. Por oposição ao jogo anterior da diferença sexual, o jogo da “indiferença sexual”.

A beleza neste contexto, deixa de ter como função mostrar as características essenciais das mulheres/homens e passa, cada vez mais, a seguir modelos menos diferenciados entre homens e mulheres - o modelo andrógino apontado por Baudrillard (1970). Ou seja, é belo o corpo cirúrgico, esculpido, fabricado e produzido.

Ao falar sobre a estetização da vida, Jameson (op.cit) refere-se ao fluxo veloz dos signos e imagens que saturam o cotidiano na sociedade contemporânea. Apoiando-se, teoricamente, na teoria do fetichismo da mercadoria de Marx, conclui que a dominância cada vez maior do valor de troca, não somente suprimiu o valor de uso original das coisas e o substituiu pelo valor de troca abstrato, como deixou a mercadoria livre para adquirir um valor de uso secundário, que foi definido por Baudrillard (1970) como “valor signo”.

Em uma matéria sobre a era dos mutantes e as técnicas ligadas à tatuagem e ao *piercing*, o articulista João Ximenes conclui, a partir de declarações obtidas em entrevistas, que a dor e o narcisismo estão profundamente ligados no mundo do *body modification* – “Se a tatuagem fosse um carimbo indolor não teria a mesma graça ... – diz um dos entrevistados e continua, ... quando começa a se formar sinto que é um novo pedaço de mim que está nascendo”. (apud Góes & Villaça:1998:39)

André Lázaro, professor da UERJ, (apud Góes & Villaça, op.cit.) associa o *body modification* à prática de flagelação medieval, afirma que se antes se mexia no corpo para obter efeito interior de purificação, agora há uma estimulação de vida, via dor, já que a vida urbana criaria couraças.

Retornando à Orlan, observamos que seu recurso à cirurgia estética, busca um confronto com o gosto da ideologia dominante. Longe de querer tornar-se uma Barbie, Orlan propõe “ser um outro” – um arquétipo, como potência de atualizações. Porque ela cria sobre o corpo, a carne e sobre o imaginário do corpo, afirma poder dele se ausentar. Nas suas palavras:

“...ser narcísico não é tão fácil, quando não se trata de mergulhar e se perder em sua imagem, mas de ver, verdadeiramente, colocando-se à distância, a fim de criar neste intervalo.”(apud Góes & Villaça, op.cit.p68)

A estratégia do *body modification* pode ser compreendida em um cenário de indiferenciação, na estetização da vida cotidiana transformada em obra de arte mas, também, como uma problematização do estatuto do corpo na contemporaneidade. De qualquer forma, o corpo está em cena, sem que haja qualquer possibilidade de predizer o futuro e seus limites.



### III- CORPO FEMININO: CONSTRUÇÃO E CONSUMO

"Todos os homens que conheci se apaixonaram por Gilda...  
e acordaram comigo."

Rita Hayworth

### III-CORPO FEMININO: CONSTRUÇÃO E CONSUMO

#### III.1. MULHER E BELEZA

No mundo das imagens contemporâneas existem muito mais mulheres do que homens. Nossa cultura exhibe a mulher permanentemente, como forma de reforçar seus arquétipos.

Destinada ao público feminino - identificação com o modelo, ou a um público masculino - registro da alteridade desejável, menos do que a feminização do mundo, como apontam alguns, esta exposição parece reforçar a idéia de colocar em imagens o objeto de desejo. A mulher representada nas imagens encarna o Outro da nossa cultura. (Remaury, op.cit)

A imagem de mulher se justapõe com a de beleza e, como segundo corolário, à de saúde e juventude. As imagens refletem corpos super trabalhados, sexuados, respondendo sempre ao desejo do outro ou corpos medicalizados, lutando contra o cansaço, contra o envelhecimento ou mesmo contra a constipação.

Implícita está a dinâmica perfeição/imperfeição, buscando atender aos mais antigos desejos do ser humano, conforme narram os mitos, os elixires e fontes de eterna juventude.

O discurso publicitário, seja na área dos cosméticos, seja na da saúde, vai apontar para a mesma vertente. No cenário público, os corpos devem adequar-se à função perfeita, à prova de velhice, que antes se esperava das mercadorias. O que é feio, finito, perece e morre ... não consome e, indiscutivelmente, ainda não se encontrou um valor mercadológico/troca para esse fenômeno.

Beleza exterior e saúde, aparência exterior e doença, cada vez mais se associam como sinônimos, no tocante às representações do corpo feminino. A questão tradicional, aceitar ou não o corpo recebido, parece ter-se transformado em – como mudar o corpo e até que ponto?

Neste sentido, a relação da aparência feia, com essa rede de expectativas comuns acerca da beleza, necessita ser problematizada, na medida em que se constroem, cada vez mais, formas de sociabilidade normatizadas por ideais de aperfeiçoamento de um físico belo.

Como aponta Maïsonneuve (apud Daniels, 1999), nossos julgamentos de gosto, que supomos espontâneos, não são alheios às categorias sociais que os determinam. O reconhecimento comum sobre a aparência humana, não é desvinculado de ideologias e preconceitos e, por isso mesmo, produz enunciados discriminatórios, que se revelam nas apreciações estéticas.

A imagem da mulher na cultura confunde-se com a da beleza. Este é um dos pontos mais enfatizados no discurso sobre a mulher – a mulher pode ser bonita, deve ser bonita – do contrário não será totalmente mulher.

Convidadas a esculpir seu próprio corpo, como se este tivesse a plasticidade da argila, os ideais fornecidos, freqüentemente, reportam-se a modelos fotográficos, enquanto representantes de uma estética da perfeição.

Beleza é uma possibilidade de ascensão – dos contos de fada (O PRÍNCIPE E A GATA BORRALHEIRA) às produções cinematográficas (OS HOMENS PREFEREM AS LOURAS) – beleza é valor e moeda de troca – beleza é capital.

“Um capital, ou um tipo de capital, é aquilo que é eficaz em um determinado campo. É ao mesmo tempo a arma e o que se disputa, o que permite a seu detentor exercer poder, influência, e portanto, existir em determinado campo, em vez de ser uma simples quantidade negligenciável. No trabalho empírico é uma só e mesma coisa determinar o que é campo, seus limites, os tipos de capital atuantes, qual alcance de seus efeitos, etc. Vemos que as noções de capital e de campo são estreitamente interdependentes.” ( Bourdieu, 1992 - grifo nosso)

A citação acima mostra-nos como os conceitos de capital e campo se misturam e se complementam nas respectivas definições dos conceitos. Portanto, tal como o campo, o capital não deve prescindir da noção de jogo para ser melhor compreendido.

Da mesma forma que os jogadores dispõem de uma crença ( doxa) e não de um contrato, para investirem no jogo, estes também dispõem de trunfos, que podem ser entendidos como cartas que apresentam menor ou maior força/valor de troca variando do jogo.

Assim como variam os jogos, variam os capitais, que se apresentam hierarquicamente organizados nos diversos campos. Dessa forma, para cada campo específico teremos um capital (definindo regras, códigos, valores, enfim a lógica daquele campo) determinado, falando sobre as especificidades do mesmo, daí podermos falar em capital econômico, cultural, social, simbólico.

Neste sentido, como bem aponta Malysse (1997) o corpo não mais é visto como algo que nos é dado - "Para estas mulheres a anatomia não é mais o destino, mas um capital, logo um projeto a longo prazo."(p.165)

### III.2- DO PODER AO DEVER

Para a mulher, a beleza é representada como um dever cultural. Enquanto o "homem público" remete-nos ao dever social, a imagem da "mulher pública" (o termo já tem uma dupla conotação) é sempre associada a sua aparência, apresentação e atração.(Del Priore s/d)

Importante ressaltar, que trata-se aqui da "imagem da mulher na cultura" ou das representações sobre a feminilidade, uma vez que, felizmente, muitas mulheres são capazes de fazer escolhas não determinadas pelo discurso hegemônico, bem como identificar-se em outras posições.

Acreditamos que o terrorismo contemporâneo com relação à beleza, tem menos a ver com o grau de repetição das mensagens do que com a evolução da mesma, devida, inclusive à sua democratização . O que é normativo para a mulher contemporânea, não é o fato de modelos de beleza serem impostos, uma vez que isto sempre existiu, nem mesmo de que seja dito que ela deve ser bela (o discurso sempre foi este), mas o fato de afirmar-se, sem cessar, que ela pode ser bela, se assim o quiser.

A partir do discurso higienista do século XIX , os fabricantes da beleza retomam o mote da possibilidade de beleza, transformando-o, não apenas numa obrigação, mas sobretudo numa “facilidade” – apenas uma questão de escolha e de vontade. Com Lancôme, “ser bela tornou-se fácil..”

“Não existe mais mulher feia... a mulher inteligente, que queira de verdade, poder tornar-se pelo menos, bonita... Até aonde ela irá depende apenas dela”... Mais ainda: “Nos tempos atuais, imperdoável que a gravidez faça com que a mulher perca a sua silhueta... A mulher deve ter um belo corpo para mostrar após os filhos estarem criados.”(Helena Rubinstein, apud Rouet, 1978:22)

Uma intensificação do dispositivo repressivo, onde as mulheres são objeto, através de seus corpos, exprime bem um mal estar constante. O modelo de beleza proposto e a consciência corporal (identidade corporal do sentido estrito) que as mulheres têm de si, apontam para a crescente insatisfação que as mesmas têm com seus corpos.(Cash & Henry, 1995)

Se, historicamente, as mulheres preocupavam-se com a sua beleza, hoje elas são responsáveis por ela. De dever social (se conseguir, melhor), a beleza tornou-se um dever moral (se quiser eu consigo). O fracasso, não se deve mais a uma impossibilidade mais ampla, mas a uma incapacidade individual.

Enquanto nos séculos passados podíamos culpar a natureza, na contemporaneidade, a negligência é a responsável e a culpa é individual. Segundo Baudrillard (1970) o que hoje podemos observar é "moralização do corpo feminino", o que indica a passagem de uma estética para uma ética do corpo feminino.

A multiplicação das técnicas corporais e a difusão cada vez maior de modelos de beleza, provocaram uma pressão cada vez mais prescritiva, com relação ao autocontrole.

“O mais importante para a mulher em programa de cuidados próprios é aprender como se educar eficazmente para um melhor resultado... vocês devem exercitar a sua inteligência...” (New Woman, 02/1994:122)

Uma “tarde para cuidar de si” é apresentada como uma forma de liberação. Uma consciência libertadora para a mulher que nisto investe.

Trata-se, na verdade, de colocar a mulher aprisionada e sempre a serviço de seu próprio corpo, seja para aperfeiçoá-lo, ultrapassá-lo, modificá-lo e, muitas vezes, mutilá-lo, pois não importa o preço a pagar.

“*No pain... No gain*”, frase utilizada por Benjamin Franklin em *THE WAY TO WEALTH*, já no século XVIII, não foi aleatoriamente escolhida para ser o slogan do vídeo de Jane Fonda.

As mulheres devem aprender a viver seus corpos toda as suas vidas e, mais ainda, devem acreditar que isto é lúdico!

“Chegou o esperado período das férias. Durante todo o ano, você freqüentou a ginástica, trabalhou seus músculos e controlou sua alimentação. Resultado: seus esforços foram recompensados. Você é o senhor de seu corpo, de sua forma e pode colher agora os frutos. Pode enfrentar a praia e o olhar dos outros... Nossa palavra de ordem. Aproveite ao máximo, divirta-se... Você merece!”  
(Santé e Fitness julho/agosto 1977:2)

O editorial da revista acima citado, demonstra, sem necessidade de muitas palavras, todo o trabalho envolvido no “entrar de férias”, como aponta Remaury (op.cit)

1ª. fase: a espera das férias. Não seria exagero nosso, imaginar que a praia a ser freqüentada, é vista como uma arena, a ser enfrentada.

2ª. fase: a preparação. Como em um exercício bélico, tal tarefa necessita de muita preparação, obstinação e renúncias

3ª. fase: a prova. Chegado o momento, é necessário confiar no esforço despendido, adquirindo uma grande autoconfiança.

4ª. fase: a recompensa. Todo o esforço despendido será recompensado pelo prazer de ter cumprido com o seu dever.

A lógica das práticas corporais, que associa o prazer à saúde, vitalidade e beleza, promete eliminar a inquietude que o olhar do outro provoca, através do esforço, determinação e disciplina, apontando todo o tempo para a responsabilidade do sujeito.

O prazer é, irreversivelmente, associado ao esforço, o sucesso à determinação, e a intensidade do esforço é claramente proporcional à angústia provocada pelo olhar do outro. Nada aqui é gratuito – tudo é obtido num sistema de regulação de trocas, seja ele dentro da lógica capitalista ou inserido no pensamento do sacrifício cristão.

Em um artigo intitulado “Os Stakhanovistas do Narcisismo”, Courtine (1995) discute o caráter hedonista, que muitos apontam na chamada cultura do corpo. Retraça a origem aos Estados Unidos, país onde as práticas sociais, sobretudo aquelas ligadas ao corpo, são mais evidentes e aponta para o caráter prescritivo das disciplinas corporais, herança do puritanismo e da cultura do “faça o melhor de si mesmo”. Para Courtine, “a pastoral do suor”, de inspiração puritana, foi uma das molas mestras do *body building*, com a crença de que a moralidade não é apenas uma questão só de piedade religiosa, mas também de forma e disciplina muscular, como mencionamos anteriormente.

De acordo com Del Priore (2000), o século XX deixou suas marcas no corpo, regulando seus usos, normas e funções. Inúmeras foram as transformações físicas sofridas pelo corpo feminino, introduzidas a partir de uma mentalidade higienista que preconizava, fundamentalmente, a higiene corporal e que teve sua radicalização com a revolução microbiológica. Num breve rastreamento, podemos acompanhar a invenção do batom em 1925, ao corte de cabelo à “*la garçonne*” - opondo-se à vasta cabeleira do século XIX e ao desodorante nos anos 50. Depois, vieram os decotes que obrigariam então as mulheres a aderir à depilação, suspendeu-se o espartilho graças ao trabalho das mulheres nas fábricas, o que deu origem ao *soutien*, nas palavras da autora: “Manter a linha tornou-se um culto. A magreza ativa foi a resposta do século à gordura passiva da Belle Époque.” (pg:1)

Ao longo desse século o corpo feminino foi sendo despido, do *jeans* à minissaia nos anos 60, ao desaparecimento da luva e o conseqüente aparecimento do esmalte, todos esses invólucros que funcionavam como estimulação ao desejo, transformam-se no mais absoluto desvelamento desse corpo na esfera pública, chegando até o mais alto grau de banalização da

sexualidade. De acordo com Philippe Perrot ( apud Del Priore) quão maior for o afastamento do campo do discurso e do olhar, mais facilmente os objetos referidos ao sexo invadirão e habitarão o imaginário humano.

Finalmente, a descoberta da pílula anticoncepcional, fez do sexo uma questão de prazer/bem estar, destituindo-o de seu caráter moral.

Segundo a análise dessa autora, a solução foi cobri-lo de cremes, vitaminas, silicones e colagens:

"A pele tonificada, alisada, limpa, apresenta-se idealmente como uma nova forma de vestimenta, que não enruga nem amassa jamais... Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nossos corpos da desgraça da rejeição social. Nosso tormento, não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho. Liberar-se, contrariamente ao que queriam as feministas, tornou-se sinônimo de lutar, centímetro por centímetro, contra a decrepitude fatal. Decrepitude, agora, culpada, pois o prestígio exagerado da juventude tornou a velhice vergonhosa." (pg.1)

### III.3 OS PRIMÓRDIOS DA GINÁSTICA NO BRASIL

Schpun (s/d), em seu trabalho intitulado " BELEZA EM JOGO: CULTURA FÍSICA E COMPORTAMENTO EM SÃO PAULO NOS ANOS 20" nos fala sobre rotina e prática de exercícios indicada às mulheres da burguesia paulista nas décadas de 20/30. Quais eram as prescrições dos médicos para essas mulheres e o que consideravam adequado?

A cidade de São Paulo, após o término da primeira guerra, vivia um ideal progressista, opostamente às cidades européias, estava em expansão e sua população era constituída majoritariamente por jovens. Contudo, por trás desse ideal de progresso, estava um ideário higienista, igualmente ancorado nas necessidades mercadológicas de ampliar a venda de produtos voltados para um corpo que não é mais, apenas, um "corpo da produção" conforme descrevemos anteriormente.

Mas qual seria finalidade do investimento nessas práticas corporais?

A autora chama a atenção para a construção de uma identidade de classe, de uma burguesia, que dispunha de tempo e dinheiro para copiar as práticas esportivas da aristocracia européia e que, sobretudo, almejava adquirir, através da tradição vinda da Europa, algum status frente às classes excluídas.

Retornando à prática burguesa da época, vale destacar que essa era marcada pela diferença de gêneros, na qual a ginástica era a única modalidade esportiva que incluía as mulheres, marcando dessa forma, a exclusão da mulher juntamente com outros grupos.

A educação física teria então a função de regular o contato físico entre os sexos e a disciplina do corpo e, sob a vigilância do treinador, servia para combater o ócio. Embora conservadora, a sociedade paulistana não encarava com pudor a exposição do corpo feminino, pois o que importava era a atenção dada à beleza e a forma física.

Vemos então que a educação física, indicada à mulher, buscava não somente confiná-la ao lar, mas também não estimular o desenvolvimento de características consideradas eminentemente masculinas, dentre as quais a ambição, a competitividade, a auto-suficiência, a agressividade e o espírito de liderança.

Contudo, não era somente a personalidade feminina que deveria ser moldada, pois além de ser dócil e resignada, o corpo da mulher deveria também ser disciplinado e, porque não, "domesticado". Dessa forma, a prescrição feita, ao contrário daquela referida aos homens, era de exercícios que não demandassem força, ou ainda, que não estimulassem o aumento da musculatura, sobretudo àquela referente aos membros superiores do corpo. A força era compreendida até então como um atributo masculino.

Acreditamos ser pertinente notar que, embora os padrões estéticos tenham mudado com relação a beleza feminina, o discurso que fala sobre esse corpo é, invariavelmente, o masculino.

Tomemos como exemplo: se outrora o discurso dominante dizia à elas que não desenvolvessem sua musculatura e na cultura do momento as mesmas não devem prescindir de usarem sua força para tonificar e enrijecer seus

músculos, mesmo que possamos contrapor dois ideais distintos de feminilidade, no qual opta-se por um corpo "seco" e "definido" ao invés de sinuoso, ainda assim percebemos qual a relação de dominação entre agentes e gênero.

Não trataremos, neste trabalho, de apontar em que momento e por quais razões, deu-se uma radical mudança nos padrões da estética corporal feminina, cada vez mais calcada em atributos tradicionalmente masculinos. Optamos, neste momento, em aprofundar um pouco mais o caráter de regulação social que a "modelagem do corpo" pode assumir, apontando para possíveis radicalidades.

#### III.4 O CULTO AO CORPO

Em um interessante trabalho acerca da procura do corpo ideal na sociedade carioca, Malysse (1997) vai apontar como ponto de virada fundamental para o novo culto ao corpo, a americanização dos costumes nas classes média e alta cariocas. É a partir da importação de valores e padrões estéticos americanos que se dará o *boom* do "*body business*".

"É nos anos 70 que as bonecas Barbie começam a ser comercializadas nos magazines e shopping centers da zona sul. Com este primeiro objeto simbólico desembarcam dos Estados Unidos numerosas máquinas e técnicas do corpo que são instrumentos de um verdadeiro marketing de vivências corporais: o "*body business*" pode começar..." (p.160)

Apontando o número de publicações existentes voltadas para o corpo, a autora recorre a Baudrillard e seu conceito de "moralização do corpo feminino", que indica a passagem de uma estética para uma ética do corpo feminino.

A mulher seria agora responsável por este novo corpo; suas formas de envelhecimento e os cuidados consigo mesma passarão a ser vistos como um dever e uma responsabilidade própria.

Como aponta Rodrigues (1986a), o corpo em uma civilização de abundância industrial, tem uma nova tarefa. Ainda que não seja mais um corpo-

ferramenta deverá ser um corpo consumidor, individualizado, livre e, sobretudo, cuidado.

Estetizado, curtido, "ginasticado", nas palavras do autor, cada parte do corpo - das unhas (esmalte, lixas etc.), ao cabelo (shampoo, secadores, tinturas), torna-se um consumidor especializado. Difundindo exaustivamente padrões de beleza, as imagens publicitárias recebem como resposta do público feminino o consumo dos produtos anunciados como nunca antes visto.

Para Rodrigues (1986a), é daí que surge a imagem do corpo livre e liberado - o corpo que é meu, de quem sabe o que quer, que goza, que é dono do próprio nariz, livre da submissão dos signos do trabalho. Um corpo sem cicatrizes, um corpo sorriso - um corpo publicitário.

Ironicamente, um corpo que, ao buscar incessantemente a sua originalidade, sua individualidade, apaga-se no coletivo desta busca, pois esta transforma-se em regra.

Dramaticamente, esta busca estará sempre referida a um ideal inatingível, uma vez que as imagens veiculadas nada têm de humano e a promessa de felicidade absoluta, plenitude e atemporalidade, remete o sujeito à uma insatisfação maior ainda, face à sua impossibilidade de adequar-se aos novos padrões estéticos.

Segundo Costa (1985), a publicidade veicula, em relação ao sujeito que não se encaixa nos padrões difundidos, uma ideologia de fracasso, como se aquele que não corresponde ao modelo de beleza, demonstrasse sua incapacidade, sua impotência diante de seu próprio corpo. Ora, quem não consegue agenciar nem seu próprio corpo certamente não será o agente de sua própria vida.

Cuidar do corpo em si, nos afirma a indústria cultural, é indispensável. O binômio saúde-beleza, no qual o segundo termo é o determinante (a saúde possui um padrão estético estabelecido), nos é apresentado como o caminho legítimo e seguro para a felicidade individual. O sentido normativo das mensagens faz do corpo um dever e uma obrigação: é o culto ao corpo na

religião do indivíduo onde cada um é, simultaneamente, adorador e adorado. (Strozemberg, 1986)

A importação do modelo californiano de saúde e beleza não seria apenas um fenômeno brasileiro mas, segundo Malysse (op cit), a geografia e a cultura carioca serviram de solo fértil para a importação destes valores. Segundo a autora, em 1996, a importação de equipamentos esportivos dos EUA foi da ordem de US\$ 200 milhões, ilustrando perfeitamente a tese de Baudrillard que postula uma passagem do corpo natural ao corpo artificial.

Revistas tais como CORPO, CORPO IDEAL, BOA FORMA, CORPO E BELEZA são indicadores da relação que o carioca está estabelecendo com seu próprio corpo e cultura. Enquanto na França só existiria uma revista, SANTÉ, dedicada ao corpo feminino e, assim mesmo, mais ligada aos aspectos de saúde no estrito senso, a autora observa a abundância de publicações brasileiras sobre o tema<sup>2</sup>.

Convidadas a esculpir seu próprio corpo, como se este tivesse a plasticidade da argila, os ideais fornecidos, freqüentemente, reportam-se a modelos fotográficos enquanto representantes de uma estética da perfeição.

Não escapa à Malysse o vetor ideológico e de exclusão de tais práticas. Como afirma a autora, o mero custo da freqüência a uma academia é um indicador de que tais publicações estão voltadas para uma camada mais favorecida da população, revelando a construção de um "corpo de classe".

" As revistas que citamos defendem apenas a vida das classes dominantes e um modelo de comportamento corporal que reenvia aos extratos superiores da hierarquia social brasileira. Na verdade as práticas psicologizantes das academias brasileiras apontam diferenciações que são também de ordem social. "(1997:164)

Os exercícios dirigidos, o dispêndio de tempo, energia e dinheiro são para a autora, típicos de uma burguesia já acostumada com projetos rigorosos de médio e longo prazo. O corpo visto como um capital, tal qual as revistas nos

---

<sup>2</sup> Ainda que não tenhamos estatísticas recentes acreditamos que, também na França, o número de publicações tenha aumentado. O trabalho de Remaury (2000), mais recente que o de Malysse (1997), parece apontar neste sentido.

informam, precisa ser investido e trabalhado, para ser valorizado e possuir condições de competitividade. A consciência corporal é de tal ordem que lhes parece impensável não investir tempo e dinheiro em tal projeto.

Na mais perfeita lógica capitalista, o corpo não mais é visto como algo que nos é dado. E, sobretudo, na lógica neo-liberal, a exclusão estará presente também neste modelo. Em uma sociedade com tais diferenças sociais o corpo e suas técnicas não poderiam deixar de apontar para esta divisão.

No mundo das academias, dos personal trainers, do "*body fitness*", pobre não entra. Mas no mundo da globalização, da informação e dos *mass media* os pobres são necessários (como consumidores), sendo inundados por modelos, ideais e padrões estéticos muito distantes de sua realidade.

Para Malysse (op.cit), as mulheres cariocas estariam então cada vez mais condenadas a encarnar um corpo que porta as marcas de sua classe social, com todo o estigma e exclusão que a impossibilidade de acesso a este corpo traz àquelas que não o podem obter.

Mas se a lógica psíquica permite a exclusão, através da neurose, como veremos mais adiante, a lógica do consumo, busca a inclusão através de um esperto artifício. O modelo americano da "*self-made-woman*", onde você é a responsável pelo seu destino e o seu próprio corpo poderá lhe permitir uma ascensão social.

O artifício é esperto e eficaz em termos econômicos, uma vez que insere em um outro tipo de mercado consumidor, toda uma camada da população excluída das academias de ginástica e de práticas mais dispendiosas. O canal de TV SHOPTIME e os catálogos a domicílio, com todas as ofertas a preços populares, de aparelhos para tirar a barriga, cremes para celulite, pastas emagrecedoras, steps e esteiras domésticas, são exemplares para ilustrar a lógica do mercado.

O modelo visa consumidores à procura de gratificação imediata, que nada neguem a si próprios e a publicidade é o veículo principal para promover o consumo como modo de vida. A ideologia subjacente à publicidade, reforça nos sujeitos a convicção de que a insatisfação que sentem é algo inevitável e propõe

o consumo como algo que vai satisfazê-los. A beleza vendida como possibilidade aberta a todos, reforça a responsabilidade que cada um tem em relação ao seu corpo. Através do corpo belo conseguiremos até transpor as diferenças sociais(!!!) e finalmente atingir a tão merecida felicidade.

Para Marinho (1995), os produtos apresentados podem ser agrupados em três categorias:

a) aqueles que se propõem a oferecer ao consumidor, a possibilidade de afirmação radical de um desejo particular e individual;

b) aqueles que se propõem a permitir ao sujeito, o reencontro do paraíso perdido;

c) os que pretendem proporcionar ao indivíduo, a experiência de um encantamento com uma imagem de si mesmo, fortemente idealizada.

"Em todas as condições somos induzidos a nos vermos nos olhos do outro e a darmos mais valor à auto-imagem projetada do que à habilidade que porventura tenhamos adquirido. Assim como Narciso, tendemos a permanecer extasiados diante de um espelho, sem distinguir o que somos nós, do que é o outro."(p.195)

Com isto, o sujeito perde em interioridade e ganha em exterioridade. Pela subversão das hierarquias entre verdadeiro e falso, original e simulacro, este passa a ser regulado pela sedução que representa para o outro (Birman, 1997).

No plano individual, perde-se a singularidade do desejo e no público transformamo-nos em sociedade de consumidores, amorfa enquanto corpo político, uma vez que descomprometida com as singularidades do outro.

A autonomia individual, quando livre de compromissos públicos, com as injustiças sociais, com as desigualdades econômicas, com a diferença leva, não apenas a um possível estado de anomia ou banditismo, mas a um esgarçamento do tecido social, onde a família, freqüentemente, espelha o etos de uma cultura. Como aponta Costa (1994):

"...é moralmente odioso querer reduzir a família ao conjunto de bípedes aparvalhados que assistem juntos à televisão; adultos à zumbi de shopping centers; pai a suplente de caixa registradora; mãe a orelhão para

desaforo e grosseria de adolescente; criança a cabide de artigos da moda e etc..." (p.158)

Mas qual a outra lógica que podemos identificar por trás desta nova consciência corporal? Qual o discurso subjacente das academias de ginástica?

Para não correremos o risco de parecer simplistas ou mesmo maniqueístas, é bom retornar a Malysse (op cit) que chama a atenção para o fato de que não se trata de encarar esta cultura do corpo carioca como um "bio-poder", exterior ao processo e ao corpo social na qual ela está inserida. Não se trata de uma força causal, mas de um sistema de significações estruturado dentro do próprio processo.

Na Grécia antiga a educação física era um meio de transformar o corpo no belo - domínio privilegiado dos homens, o corpo era um corpo hedonista. No Rio 60% dos freqüentadores das academias são mulheres e o que chama a atenção de Malysse, ao compará-las com a França, é o caráter ativo desta transformação corporal - ao invés de pastas e cremes, halteres e pesos. Um corpo construído artificialmente e que cada vez mais, utiliza-se de recursos tradicionalmente associados à masculinidade.

Ambas as academias (a grega e as atuais), parecem ter a mesma finalidade estética - a valorização do corpo hedonista, mas parece que o discurso social acerca do corpo feminino, convida-nos a inferir que toda a questão da construção social da identidade feminina estaria sendo calcada exatamente na montagem e escultura deste novo corpo.

Este novo corpo, como aponta Malysse, toma como referência cada vez mais padrões masculinos de beleza, induzindo freqüentadoras das academias a ultrapassarem os limites de sua própria anatomia. É freqüente, como sabemos, o uso de esteróides e de anabolizantes como formas de redefinição da musculatura feminina.

Para o sociólogo americano Alan Klein (apud Malysse), este uso de esteróides pelas mulheres é "...uma aceitação acrítica do padrão masculino de corpo que se impõe com um custo de risco importante contra a saúde".(p.169). É sabido o número de mulheres com distúrbios na menstruação, espaçamento ou

mesmo suspensão das regras, em função de distintas práticas nas academias de ginástica.

Ter um corpo trabalhado está na ordem do dia e não é a toa que o verbo mais empregado é "malhar"<sup>3</sup>. Malhar como se malha o ferro, o intenso trabalho e esforço embutido neste significante. Trabalhar diferentes partes do corpo que precisam ser modificadas. Do joelho ao culote, do braço à panturrilha, o corpo é visto fragmentado, uma parte a ser reesculpida, consertada, desconectada de um todo.

A beleza neste contexto, deixa de ter como função mostrar as características essenciais das mulheres e passa, cada vez mais, a seguir modelos menos diferenciados entre homens e mulheres - o modelo andrógino apontado por Baudrillard (1970). Ou seja, é belo o corpo cirúrgico, esculpido, fabricado e produzido. O corpo, neste final de século, é eleito o centro das atenções - o objeto fetiche do consumo.

Para Valerie Steele, autora do livro FETICHE: MODA SEXO E PODER, numa época marcada pelo "*body modification*", incluindo-se aí, além das práticas corporais, os "*piercings*", as cirurgias plásticas e as tatuagens, a fantasia do século XXI será marcada pela sexualidade andróide, onde o corpo esculpido, é transformado em meio humano e meio tecnológico. Para Steele, segundo entrevista concedida ao Jornal O Globo, poderíamos estar entrando em uma era onde o fetiche clássico mudaria do sapato de saltos altos para o látex, material antes inexistente.

"No passado havia uma fixação muito grande nos sapatos de salto alto. Acho que brevemente aparecerá um novo tipo de fetiche, quem sabe em relação ao tênis e ao Doc Martens... Um bom exemplo disto é um outdoor em Nova York com uma mulher usando vestido de borracha e luvas e o slogan: 'No glove no love', uma erotização do látex que remete à idéia de camisinha e de sexo seguro." (1997:2)

---

<sup>3</sup> Segundo o Dicionário Aurélio: bater com o malho ou martelo, espancar, contundir, surrar, zombar de, juntar o gado em um cercado para pastar. Na gíria: fazer ginástica vigorosa visando o emagrecimento ou musculação; adulterar (droga) com misturas.

Como aponta Costa, "o corpo tornou-se um dos mais 'belos objetos' de consumo, no capitalismo atual" (1985:154). O que significa que hoje o sujeito serve ao corpo ao invés de servir-se dele.

Contudo é na "bundinha definida", ou no bumbum arrebitado e bem trabalhado, que aparece o *lócus* onde se encontram os ideais de valorização masculina de beleza de uma parte do corpo, com a construção social da feminilidade enquanto corpo - o ponto onde as identidades sexuais se influenciam em sua dimensão corporal.

Esta mulher estaria então, face a face com dois ideais inatingíveis. O primeiro referido ao modelo masculino de corpo - anatomicamente impossível de ser alcançado - O segundo referido às modelos fotográficas. Mais do que a possível ou não similitude, o que está em pauta aqui, como aponta Augras (1996), é a impossibilidade de integração:

"A distância entre o modelo da revista e o reflexo no espelho também contribui para a dificuldade de integração. Não se trata apenas de conciliar senso de realidade e aspirações narcisistas. O que propõem as fotografias são corpos imaginários, abstratos e inatingíveis e, por assim dizer, eternos. Não são submetidos à dor, nem ao envelhecimento, ainda menos à morte..."(pp.44-45)

Para Augras, o que muitas vezes poderia ser encarado com uma das maiores possibilidades do feminino, qual seja, a vivência da dor, do sangue, do corpo em sua interioridade, em função de sua própria anatomia, foi sempre ocultado, não valorizado e, muitas vezes tido como vergonhoso. Desta forma, ao invés de apropriar-se do que, até por essência seria da ordem do feminino, a mulher contemporânea investe na exterioridade de seu corpo, deixando-se aprisionar pelo mito imposto da juventude eterna. Prisioneira em seu próprio corpo.

Se o lugar é uma parte do ser, como afirma Cassirer, é no corpo que se expressará toda a ambigüidade existencial.

"Origem do espaço, o corpo situa-se também como testemunha do tempo em que passa. O belo corpo da modelo funciona então como uma tentativa de negar a

impermanência e a ameaça do futuro. Mas o distanciamento da realidade pode tornar-se fonte de desajustamento. Um dos obstáculos que a mulher contemporânea terá de vencer, no seu caminho de afirmação, reside na superestimação da superfície do corpo que lhe foi imposta como bem supremo." (Augras, 1996:45)

Augras relembra-nos que herói, é aquele que consegue transpor os umbrais, passar de um território para outro, cabendo também ao sujeito construir na liberdade seu espaço existencial. Não existe contudo, liberdade sem assunção da dor, da perda e da separação - enfim, reconhecimento da inevitabilidade do sofrimento e da limitação.

Se a identificação com tais modelos vislumbra a potência, o narcisismo perdido, a constatação de sua impossibilidade transforma este objeto em persecutório. Assim, a imagem esplendorosa da mulher "malhada", jovem e perfeita volta-se como um duplo contra ela, diante da qual se sente permanentemente consumida e diminuída (Carneiro, 1997).

Não é a toa que tratam de seu corpo com profunda tirania, privando-o de alimentos, mortificando-o nas inúmeras cirurgias ou submetendo-o a exercícios físicos torturantes.

"Por reviravolta completa, o corpo transforma-se em objeto ameaçador que é preciso vigiar, reduzir, mortificar para fins 'estéticos', com os olhos fixos nos modelos emagrecidos da Vogue, onde é possível decifrar toda a agressividade inversa de uma sociedade da abundância em relação ao próprio corpo e toda a recusa veemente dos próprios princípios." (Baudrillard, 1970:175)

Ao elevar a exigência de beleza como uma imagem para encobrir a própria morte esta passa a ter o efeito oposto: acaba por declarar uma promessa de morte para o ego. Isto se dá porque o nível cada vez mais elevado de exigência estética elege como ideais o inatingível, o sobre-humano, muito distante para serem minimamente apropriados pelo sujeito. A este cabem apenas duas escolhas: ou encarna o corpo da moda e não pode mais conviver com o seu corpo mortal, ou desenvolve uma relação de ódio a esse ideal inacessível e a si próprio. (Costa, 1985)

A beleza moderna longe de prometer uma compensação narcísica à mulher, agudiza sua frustração e sua impotência face à potência da imagem. A mulher passa a ser mais algoz de si mesma em relação à beleza, prosaicas "Mouras-Tortas" como afirma Costa, desenvolvendo uma relação persecutória do ego com o corpo, onde cada ruga ou cada grama a mais leva-a ao desespero.

"Este corpo, insaciável, não é mais para o ego objeto que realiza o desejo de prazer. É o objeto que o ego tenta dominar e controlar, à custa de um crescente sentimento de culpa e de uma ansiedade infundável."(Costa,1985:187)

Para Wolf (1990), a mulher aparece na mídia como um espelho do homem e é bom lembrar que esta está nas mãos masculinas. Segundo a autora, a imagem de mulher veiculada pelos meios de comunicação teria que corresponder aos anseios masculinos: juventude, sensualidade e, sobretudo, oferecimento como objeto para servi-lo.

"Contemplar um objeto de arte criado a partir de uma mulher viva é uma forma de se iludir com a idéia de imortalidade. Se os olhos da mulher são o seu espelho, e o espelho envelhece, o homem que o fita deverá ver que também está envelhecendo. Um novo espelho, ou um espelho fantasia feito de "beleza" e não de carne e osso que se degradam, pode salvá-lo dessa conscientização do próprio eu ."(p.230)

A fabricação da beleza transforma o corpo em um objeto de trabalho extenuante - o corpo te libertará, mas para tanto, você terá de submeter-se a ele sem reservas.

Aprisionada às máquinas, ao "*personal trainer*", às drogas, mas, sobretudo, a este olhar, que define cada vez mais, como igual a si, o que é belo, muitas destas mulheres, se vêem capturadas imaginariamente neste mundo de Barbies e de Gildas. Eu sou apenas aquilo o que o outro quer que eu seja, deixa que eu seja, precisa que eu seja.

Gilda flutua numa aura de erotismo, adornada pelo vestuário e pelo jogo de luz e sombra da fotografia em preto e branco. Peles, decotes, luvas, algo que

cintila nas roupas insinuantes e nas jóias. Uma miragem, porque trata-se daquilo que se quer ver e não do que ali está. Uma miragem ao redor da qual se desenrolará um drama. O drama de uma mulher que só consegue ser vista pelo marido e pelo amado quando está se mostrando para outros homens, como na cena do strip-tease. Somente neste viés ela se faz ver - enquanto máscara.



#### IV- O CONSUMO DO CORPO

"Estamos tão acostumados a nos disfarçar para os outros que terminamos por nos disfarçar de nós mesmos."

La Rochefoucault

## IV-O CONSUMO DO CORPO

### IV.1 DIÁLOGO COM O LEITOR

Uma das primeiras questões que, tradicionalmente, se coloca para o investigador de campo, é a representatividade de sua amostra e a fidedignidade de seus dados. Neste sentido, é sempre bom dizermos de que lugar estamos falando e o que buscamos com uma “visita ao campo”.

O trabalho que ora se apresenta, constitui-se em um aprofundamento de um trabalho anterior, desenvolvido no curso de graduação, que descreveremos, brevemente, a seguir.

A literatura, especializada ou não, nos dizia das implicações do consumo na cultura do corpo; as conversas com os colegas nos bares e na faculdade apontavam para uma preocupação constante com a boa forma. As angústias vividas com um docinho a mais, “um minutinho na boca - o resto do ano nos quadris...” parecia indicar que “malhar é preciso!...” Mas será que tudo isto era vivido tão prazerosamente quanto nos era apresentado? Seriam também iguais, as experiências vividas por jovens e por mulheres mais velhas?

Foi basicamente isto que fui investigar.

Para minha decepção e, certamente, sem nenhuma surpresa para a minha orientadora, tive de reduzir o escopo de minha pesquisa. O pouco domínio teórico e metodológico, aliados à falta de tempo, reduziram-na a uma pesquisa sobre o significado da “malhação” para jovens adolescentes de classe média urbana carioca, ficando as mulheres mais velhas excluídas de minhas entrevistas.

Para o referido trabalho (Novaes, 1997) realizei 8 entrevistas, com jovens frequentadoras de academias cariocas, que confirmaram minha hipótese inicial, de que as práticas corporais atuais, estavam forjando um determinado tipo de subjetividade, onde o sujeito vê-se, freqüentemente, infeliz e incompetente, por estar em dissonância com os modelos propostos em termos da estética corporal atual.

Ingressando no mestrado, com um projeto versando sobre o mesmo tema, decidi aprofundar minha pesquisa. Se os discursos sobre o corpo são socialmente produzidos, forjam subjetividades e são instrumentos de regulação social, tornava-se necessário um aprofundamento teórico da literatura, bem como um alargamento de meu campo de investigação,

Neste sentido, fui entrevistar mulheres mais velhas, também de classe média e média alta carioca, cuja preocupação com o corpo era, notadamente, uma questão relevante em suas vidas. Realizei mais 12 entrevistas, seguindo um roteiro adaptado, de meu modelo original.

Em meu trabalho de graduação, muitas dúvidas surgiram. As razões para citá-las, ficarão claras, logo a seguir,

“A primeira indagação que me surgiu foi: deve o pesquisador ir para o campo suficientemente informado? Deveria ele ler o máximo sobre o assunto e daí seguir com algum problema, temário, linha de investigação ou algo semelhante? Ou ao contrário ir, como dizem os antropólogos, “cru” rumo ao “cozido”, sem influências que embotem sua percepção?” (Novaes, 1997:29 )

Acredito que também no mestrado, pude perceber que a preparação teórica anterior me foi muito útil, principalmente, porque me permitiu avaliar *in loco* a sua pertinência. Foi o que me possibilitou aproveitar aquilo que era de real importância. A teoria foi, igualmente, proficiente para a formulação das entrevistas dirigidas e para a coleta dos dados.

Elaborei, inicialmente, um roteiro com dez perguntas, sendo as entrevistas gravadas e depois transcritas. Ainda que as perguntas, de certa forma, circunscrevessem meu campo, havia sempre a preocupação de não amarrá-las demais, deixando que o entrevistado ficasse livre para expandir-se caso sentisse necessidade.

Ao retornar os problemas que sobrevêm são outros. É a fase em que temos que escrever sobre nossa experiência de campo ou sobre o que resultou dela. É uma fase de escolha, principalmente. O que dizer, como dizer e, sobretudo, quais as teorias que nortearão o nosso discurso.

É na escrita, na construção do texto, que se formaliza o resultado do encontro entre o sujeito e o seu objeto de conhecimento, a relação entre o observador e o observado, enfim, do autor com sua página. (Geertz, 1978)

Longe de buscar uma verdade absoluta busquei, acima de tudo, apreender uma certa lógica que orientaria e daria sentido ao comportamento daqueles por mim investigados. A visão aqui apresentada é, então, refratada como o próprio campo pesquisado, ambígua e contraditória como a própria subjetividade construída. As falas apresentadas são entendidas como teias de significados, ou um conjunto de textos, frouxamente interligados e freqüentemente contraditórios.

A escolha, quando da escritura de um texto... Momento difícil e de responsabilidade. Se incluímos dados em excesso, matamos o leitor de tédio e corremos o risco de sermos vistos como alguém que confunde a floresta com as árvores. Mas por que retomo o tema? Porque uma de minhas maiores dúvidas, dizia respeito à inclusão ou não de meu material mais antigo, relativo às jovens adolescentes.

Ainda que o tenha utilizado em minha dissertação, inclusive para cotejar suas respostas com as de mulheres mais velhas, talvez ficasse excessivo. Optei, então, por uma solução de compromisso. Recortei, o que me pareceu mais pertinente objetivando, sobretudo, dar ao leitor um retrato mais vivo sobre o que pensam estas jovens, a forma como se expressam e as práticas adotadas pelas academias de ginástica e pelos *personal trainers*, que não são objeto específico deste trabalho.

Desta forma, em um primeiro momento, apresentarei o mundo da malhação, tal qual descrito pelas jovens entrevistadas, cotejando-o, sempre que possível, com a fala das mulheres mais velhas. Buscamos as conjunções e disjunções entre os diferentes discursos, seus pontos de contato e suas possíveis dissonâncias. Suas ansiedades, expectativas, modelos, e práticas sociais.

Em um segundo momento, busco analisar o discurso de todas as minhas entrevistadas, agrupando-os em categorias, que no nosso entender, mostraram-

se como as mais relevantes. Recorro à literatura utilizada anteriormente, menos como a confirmação de uma hipótese, mas como um ponto de apoio, como algo que ilustra e dá vida, àquilo que vimos tratando ao longo do trabalho.

Ainda que nenhuma de minhas entrevistadas tenha me solicitado sigilo, utilizo iniciais e idade para identificá-las. Contudo, objetivando tornar a leitura do material mais leve e agradável, muitas vezes agrupo as respostas pois, como veremos adiante, a identificação torna-se desnecessária.

É neste momento de conclusão do trabalho que a responsabilidade das escolhas ameaça nos soterrar!

A teoria psicanalítica, certamente, poderia fornecer inúmeros subsídios teóricos para uma excelente apreensão de meu objeto de estudo – narcisismo, castração, instâncias ideais e construção da feminilidade, dentre outros, seriam, sem dúvida alguma, conceitos que me ajudariam muito. Não os desprezei – utilizo-os, quando julgo pertinentes, mas não me dediquei a aprofundá-los. Não era este meu interesse principal.

Desde meu trabalho de graduação, minha atenção estava mais voltada para os dispositivos de poder e regulação social das práticas corporais. Busquei, então, aprofundar a revisão da literatura referente à sociedade de consumo em seus efeitos sobre a subjetividade. Da mesma forma, através de autores do campo da antropologia, fui investigar, mais detidamente, a dialética sujeito-cultura, área de maior interesse para mim.

É a partir da perspectiva acima descrita, que a análise dos meus dados se dará. Conforme disse anteriormente, é preciso definir de que lugar falamos e quais as teorias que norteiam as nossas reflexões.

É no campo da cultura, das práticas sociais enquanto agenciadoras de nossa subjetividade, que pretendemos trabalhar, utilizando os conceitos bourdieusianos de *habitus*, *illusio* e *jogo*, que serão brevemente descritos a seguir, como ferramentas acessórias para uma melhor compreensão do campo investigado.

## IV.2 ILLUSIO E JOGO

Segundo Geertz (op.cit) somos artefatos culturais, a sociedade fala através de nós. Também a compreensão de Pascal, embora situado historicamente em outro momento, segue a mesma linha de pensamento: "O mundo me contém, mas eu também contendo o mundo. O mundo me compreende, mas eu também compreendo o mundo" (Augras,1999).

As citações acima remetem-nos à idéia de uma rede, na qual indivíduo e cultura se interpenetram, constituindo um ao outro, obedecendo a uma lógica específica ao campo e à prática. Tal lógica assemelha-se às regras de um jogo, que possibilitam as condições de existência do mesmo e de seus integrantes como jogadores, mas cujas contradições e o sentido só aquele que não as compartilha preocupa-se em decodificá-las.

Com relação ao sentido prático:

"O sentido prático orienta escolhas que, por não serem deliberadas, nem por isso são menos sistemáticas, que não são ordenadas e organizadas com relação a um fim, mas nem por isso são menos portadoras de uma certa finalidade retrospectiva... A noção de jogo, ( noção de posicionamento, arte de antecipar, etc), que dá uma idéia exata do encontro quase miraculoso do habitus e do campo, da história incorporada e da história objetivada, que torna possível uma *antecipação* quase perfeita do futuro inscrito em todas as configurações concretas de um espaço de jogo." (Bourdieu, 1980)

Há assim uma fluidez na assunção de papéis/posições, o que torna portanto pertinente fazer uso, aqui, da expressão utilizada por Gilberto Freire na sua obra intitulada CASA GRANDE E SENZALA. Segundo Freire, o "amolengamento das tensões nas relações cotidianas", acabaria apontando para o esgarçamento dos históricos pares de oposições dominante/dominado – vítima/algoz.

Podemos assim inferir que a interpretação desses autores assemelha-se ao conceito Bourdiesiano de *illusio*, que busca, analogamente, representar uma situação de jogo, no qual os agentes, de posse dos códigos vigentes e do capital simbólico de um determinado campo, estão aptos à driblar e manipular as

regras. Mais adiante, veremos como isto se atualiza no cotidiano de nossas entrevistadas.

#### IV.3 SOBRE O CONCEITO DE HABITUS

Segundo Bourdieu (1992b) *habitus* é aquilo que é apreendido pelo indivíduo ao longo de sua socialização e no qual estaria compreendido o sistema de significações de uma cultura. Entendido como uma verdadeira "bacia semântica" o *habitus* engloba o elenco de expressividades perpetrado por uma determinada sociedade.

São os aspectos mais considerados no esquema de significações de uma comunidade, quais sejam, as leis e os costumes- indumentários, alimentares, o gestual / ginástica corporal, hábitos de higiene pessoal e para com o espaço público, entre outros - que determinam por fim, o capital simbólico do qual o agente dispõe dentro de uma organização social.

Dessa forma, o termo compreende tudo aquilo que faz parte do hábito do sujeito e que é vivido como natural, pois não é percebido de forma consciente; em última análise, é aquilo que se refere a uma ação automática e espontânea para o mesmo. É um saber não sabido, exatamente porque diz respeito àquilo que é costumeiro ao agente fazer.

E é a despeito desse saber, que fica às margens da consciência, que o autor introduz o corpo como palco principal para a assimilar e encenar todos os esquemas fundamentais de significação de uma cultura. É ele, também, o mediador das tensões e dos conflitos que estão presentes nas sociedades, sendo utilizado como instrumento de mediação e interpretação da cultura em que o agente está inserido.

Bourdieu retoma o conceito platônico de *mimesis*, utilizando-o como uma forma de crítica à visão, tradicionalmente apresentada pela psicologia social, de *representações* de corpo. A argumentação do autor segue no sentido de apontar para o fato de não haver um distanciamento reflexivo na aquisição desse corpo, mostrando-se avesso à idéia de um corpo que é constituído através de uma

relação estanque entre o agente e o olhar do outro. Tal visão, segundo o autor, parece apontar para uma espécie de reforço ou *feed-back* que é dado ao agente, no sentido de ajudá-lo a formar uma imagem de si, bem como formar representações acerca do seus efeitos sociais.

Dessa forma, o processo de aquisição, ou ainda, o mimetismo prático desses esquemas fundamentais, nada têm de imitação ou esforço consciente para reproduzir um ato, pois não há, ao contrário daquilo que Bourdieu critica, um distanciamento dessas ações encenadas pelo corpo.

Segue o autor dizendo:

“O corpo acredita naquilo que imita: se imita a tristeza, chora. Não representa o que imita, não memoriza o passado, mas aciona o passado que, anulado enquanto tal, é então revivido. O que é aprendido como corpo não é algo que se tem, como um saber que temos diante dos olhos, mas algo que se é.” (Bourdieu, 1980)

Uma de nossas entrevistadas (G.22) ao responder nossa primeira pergunta, que refere-se à razão pela qual se malha, respondeu: “É um hábito, que criei”. Indagada se teria prazer nesta atividade, é enfática: “Como já disse anteriormente, sentir prazer não sinto, mas o corpo vicia”.

O mesmo parece valer no que concerne a assunção da culpa, em decorrência de um hábito adquirido e inquestionável. Mesmo não admitindo esse sentimento, nossas entrevistadas, como veremos adiante, parecem assumir de forma tirânica a disciplina da malhação. Vejamos mais um exemplo dessa mesma entrevistada: “Culpada não me sinto, mas o corpo reclama, esse hábito vicia”.

Tal como a rotina da malhação e o hábito de ir à academia - no capital simbólico e cultural que a zona sul carioca e a televisão ajudam a difundir, o ato de malhar, em si, não é divertido, mas encarado como um hábito que a entrevistada criou, já é rotina e por isso, não se questiona mais sobre o fato de ser cansativo ou maçante.

Nossa entrevistada apresenta-se com um bom exemplo de um tipo de subjetividade que está sendo forjado, em uma lógica onde as práticas corporais são constitutivas do sujeito.

Assim, nos indagamos: aquilo que era compartilhado nesse campo como o capital simbólico, poderá vir a se tornar o habitus desse campo? Será que caminhamos para um futuro, onde malhar terá sido incorporado como um hábito de higiene pessoal, como escovar os dentes?

#### IV.4 O MUNDO DA MALHAÇÃO

A título de esclarecimento para os “não iniciados”, faz-se necessário um pequeno glossário da terminologia mais usada, sobretudo, pelas mulheres jovens. Vejamos:

*Amino-Ácidos*: complemento alimentar.

*Bomba*: anabolizante.

*Chuleada*: sem pique, sem disposição.

*Definida*: corpo feminino mas com a musculatura aparente como a masculina.

*Fat Burner*: composto para queimar gordura.

*Murchada*: fraca, sem músculos aparentes, pouca massa muscular.

*Pipocado*: interrupções na ginástica; tempo descontínuo.

*PT: personal trainer* : professor particular de ginástica.

*Sarada*: toda definida, com o mínimo percentual de gordura, musculosa<sup>4</sup>.

Como pudemos constatar, os adjetivos empregados, referem-se, historicamente, a características atribuídas ao sexo masculino. O último adjetivo, parece ter virado a palavra de ordem na luta das mulheres e jovens que entrevistamos.

Estimuladas por seus instrutores ou PTs a lutarem contra a natureza de sua anatomia, submetem-se à toda a disciplina, fundamental em um projeto dessa ordem. O destino está em suas mãos, já não é mais um desígnio divino – “As Deusas, somos nós!”

---

<sup>4</sup> Segundo o Dicionário Aurélio, *sarado*, seria uma expressão, originariamente, utilizada pela literatura, mais especificamente, por nordestinos para designar homens valentes e guerreiros – “cabra sarado ou osso duro de roer” , mais tarde no entanto, foi incorporado num sentidomaisamplo e adquiriu na linguagem coloquial o sentido a seguir: forte, rijo e resistente .

A despeito da incontestável ascendência que esses profissionais têm na vida dessas mulheres, é preciso poder entendê-la em uma perspectiva mais ampla e para isto, vale lembrar a contribuição de Certeau, no que se refere à “passividade” do sujeito frente ao discurso publicitário –“sonhe que faremos o resto!” (1995:43)

A apropriação que aqui fizemos das idéias do autor, busca estabelecer uma analogia entre a condição de passividade do sujeito descrito por Certeau e as jovens e mulheres, pesquisadas por nós, em sua relação com os detentores do capital simbólico pertinente a esse campo – os novos mestres...

“Ou aceita a forma como eu trabalho ou nada feito, não tem acordo!” (PT)

Para todas as nossas entrevistadas (jovens ou não) malhar está associado à saúde. Assim, malha-se:

“por saúde...pelo coração, para manter a forma”; “ por saúde ....para ficar forte, enrijecer os músculos”; “... para ganhar mais definição”; “para ficar sarada”; “para definir melhor” “para ficar bem consigo mesmo”. (mais Jovens)  
 “para mim é uma terapia”; “para ficar bem comigo mesma”; “porque faz bem.”

Porém, o conceito de saúde estará sempre referido à uma melhoria estética, confirmando os achados de Malysse (1997). Para conseguir a estética ideal, a cautela no tocante à ingestão de *bombas*, *fat burners* ou mesmo anorexígenos é, muitas vezes, deixada de lado.

Das nossas vinte entrevistadas, algumas reconheceram ter feito uso de tais substâncias:

“Porque malhava pesado” (C.20a) “Porque já tomei de tudo... bomba, amino-ácido, fat burner e além disso me trato com ortomolecular” (M.43) “Tomo Inadrine que é um fat burner, mas vou parar porque está dando taquicardia, sinto agonia, meu metabolismo não se habituou, além disso tomo um estimulante energético. Sabe quem os receitou? O melhor amigo desses medicamentos é o espelho! ” (A.46) “Eu tenho um amigo que

toma "bomba", eu vivo dizendo para ele, só existem duas pessoas na sua vida você e o espelho, ele vive se "curtindo" (S.23) "Eu sei que vou morrer mais cedo, mas tudo bem – até lá eu vivo magra." (L.48)

Todas as demais demonstraram receio, uma vez que isto representaria "mexer nos hormônios" (C.22) e "porque se parar tudo cai" (A.18). Contudo, segundo informações em *off*, muitos daqueles que tomam anabolizantes não divulgam o fato. Segundo um freqüentador da academia, ao saber de minha pesquisa, "falar ninguém fala... pelo jeito a gente desconfia..ninguém aqui diz que toma bomba." Esta informação foi confirmada por uma das professoras.

Foi também por mim confirmada, uma vez que existe uma certa aura de mistério com relação às fichas de diferentes cores dos freqüentadores da academia. Indagados acerca de tal critério, nenhum dos responsáveis me deu uma resposta satisfatória. Alguns diziam que as fichas brancas haviam se esgotado, outros desviavam o assunto. Por que fichas de cores diferentes?

Não sei se o procedimento por mim adotado pode ser considerado "correto"... Mas a justificativa acadêmica serviu-me de desculpa para um trabalho detetivesco. Alegando precisar conferir algo em uma ficha, pude, rapidamente, perceber que as diferentes cores indicam diferentes combinações de drogas como anabolizantes.

Todas as entrevistadas apontam a importância de estar em forma, enrijecidas e definidas como um indicador de boa saúde – "quando estou magra, me sinto como uma máquina perfeita, bem azeitada, eficiente..."(B.50)

Ser ou não *sarada* vai variar de acordo com cada uma, sendo um padrão estético para algumas e desprezado por outras.

Contudo, tal projeto de saúde está longe de ser prazeroso para nossas entrevistadas. Indagadas se gostavam ou achavam divertido malhar houve quase unanimidade nas respostas:

"Não... eu malho obrigada. Meu sonho é ficar velhinha para poder comer uma macarronada sem culpa" (M.17); "Não... só quando o meu namorado reclama que eu estou caída" (C.19); "As vezes é divertido ver as figuras: homem de braço forte com

perna fina" (D.42); "Prefiro a musculação... sou eu e eu... sem ordens... só os aparelhos" (I.26); "Não... só gosto pela sensação do dever cumprido ... aí eu posso ir correndo para a praia" (R.22) ; "Me matriculava, ia 15 dias parava. Agora adquiri uma rotina, agora fiz um plano de 3 meses academia; é coisa de guerreiro, para mim tem que ser no caminho. "Vivo em função disso. Igual a criança quando vicia nas coisas.(AP.24) "Hoje em dia, é um hábito- antes era obrigação" (T.23); "Faço uma ginástica passiva aplicada em astronautas russos. Eu fico lá deitada enquanto recebo as aplicações, pois você sabe que não rola mais dinheiro para pagar a mensalidade da "Estação"<sup>5</sup> (M.43) "Eu encaro a malhação como profissional, é uma obrigação - e não porque me impuseram. Aí, não devia ter faltado. Me obrigo mesmo a acordar - é uma disciplina, igual ao ballet. " (AE. 44)

E como se sentem elas quando não vão malhar? Se muitas não se reconhecem "culpadas" a grande maioria, acredita estar cometendo uma falta grave e sente-se mal com isto:

"Lógico... não fiz nada, só estudei... só comia e não queimava" (C.17); "muito, fico complexada... fico nervosa quando como porque não vou queimar" (R.24); "não fico culpada... mas eu teria perdido muitas calorias..." (A.20) ; "não... mas me sinto mal fisicamente"(AR.49) ; "não... aí eu como porque não vejo aquelas meninas todas saradas" (D.42); "não... mas a gente murcha logo" (L48); "eu como e não gasto.."(M43).

Acreditamos que o termo "culpada", por nós empregado na entrevista, tenha sido inadequado, provocando, muitas vezes, uma reação mais defensiva. Contudo, o mal estar permanece presente e o sentimento de não ter cumprido com um dever expressa-se claramente nas respostas.

O corpo ideal para todas as nossas entrevistadas é rígido, sem gorduras, que possibilite ir à praia sem vergonha e usar roupas insinuantes. Cientes desta dificuldade, algumas têm uma visão mais crítica e apontam para esta impossibilidade; mas se fosse possível...

---

<sup>5</sup> Estação do Corpo; academia de ginástica localizada na Lagoa – bairro da zona sul carioca, cuja mensalidade custa aproximadamente R\$380,00 (US\$140.00)

"Para mim é ter uma barriga definida... tem tipos de corpo diferentes"; "forte e sem gordura igual ao da Demi Moore, em Strip-Tease é claro"; "sem gordura, toda certinha ... mas é duro... só se eu ficasse 5 horas por dia na academia"; "não tem isso de corpo ideal não... você tem que se sentir bem ...vê, estas modelos todas macérrimas, ninguém acha bonito... eu poderia usar roupas mais insinuantes, como uma calça St.Tropez"; "magro, definido, tudo no lugar"; "o corpo que você se sente bem, junto com chopinho e massa..."

Ao comentar o filme de Leni Riefenstahl, *A Deusa Imperfeita*, Birman (1998) ressalta o caráter transgressor que a câmera veio introduzir na percepção do corpo, priorizando pedaços da anatomia humana, ressaltando músculos. Parece-nos então, que tal percepção do corpo, não somente vingou ao longo das décadas, como encontra sua máxima na cultura atual, explicitada nas falas de nossas entrevistadas:

"Hoje em dia vale muito mais um braço sarado, seco e definido do que um bando de roupas no armário... O corpo ideal é aquele que é visto como um objeto de consumo, objeto de prazer"(M.43) "Para mim é assim: acho que a gente não tem que conviver com aquilo que não gosta... a cultura atual preconiza que estejamos bem, para podermos expor ao máximo o nosso corpo... eu procuro estar bem para não vestir a camisa de velha; faço questão de usar as roupas da Yes Brazil." (B50)

Indagadas se alguma coisa se modificaria para elas após a malhação, as jovens são unânimes em responder que não e, simultaneamente, apontar a mudança:

"Não... eu me sentiria melhor"; "não... eu seria a mesma pessoa só que com a barriga malhada"; "não... mas me sentiria melhor, por pura vaidade"; "não... mas é claro que você com o corpo melhor vai ser muito mais azarada"; "não... o valor está em quem eu sou."

Já as mulheres mais velhas...

“Desde o momento em que resolvi adotar uma outra postura com relação ao meu corpo, colocando-o como prioridade, passei a ter uma grande vantagem em relação às mulheres da minha idade.”(C.47). “Outro dia, menina, fui a uma festa da velharia, na qual a idade média deveria ser de 50 anos... me senti uma deusa, todos os maridos das minhas amigas me olharam. É por isso que hoje em dia, só saio com a garotada, com os amigos dos meus filhos, para evitar esse tipo de constrangimento, como roubar marido de amiga minha, por exemplo”. (A.49)

“Depois que passei a investir no meu corpo, como objeto de consumo e prazer o retorno foi fabuloso, é como meus filhos me dizem: Pô mãe, você tem o corpo mais sarado que as gatinhas do Pepê.” (M.43) “Meus filhos dizem que estou ótima... que tenho tônus de garota. Deus sabe o que fez – só me deu filhos homens. Se tivesse tido uma filha, certamente não suportaria a competição/comparação com alguém tão mais jovem.” (B50)

Em ambos os grupos a busca de um olhar de aprovação do outro faz-se notar. É, contudo, no grupo das mulheres mais velhas que a competição parece explicitar-se de forma mais clara. Competição com as amigas, com os filhos e, sobretudo, com as meninas mais jovens.

E o que fazem nossas entrevistadas em suas horas de lazer? O que é considerado um bom programa ou um programa ruim? Dentre os bons programas entre as mais jovens destacamos:

“Sair a noite, praia e festas”; “os lugares da moda”; “teatro, cinema e comer... é a minha cara” (referindo-se a comer); “viajar para locais de praia e comer sem culpa”; “comer japonês, mexicano e ir à praia... nesta ordem”; “beber e comer com os amigos e dançar até o sol raiar... durante o dia gastar muita energia porque é diferente da noite.”

Para as mulheres mais velhas, o ato de comer já vem mediado pela culpa e pelas conseqüências:

“A maioria das pessoas quando estão *down*, vão às compras, eu vou mesmo à geladeira” (D.42) “Uma alimentação balanceada, com verduras, frutas e muita

hidratação... e uma boa série do X” (PT) de acordo com a necessidade...”(C47) “Os programas, típicos de quem está solteira – dançar e ir à festas. Jantares? Só quando convidada e, mesmo assim, deixou de ser um dos meus programas prediletos, pois vivo numa dieta rigorosa, na qual como bastante quantidade, mas com muitas restrições. Como já disse, comer há muito deixou de ser um prazer e sim, a satisfação pura e simples de uma necessidade vital... Me alimento muito mais dos elogios que recebo.” (M.43)

Todas as nossas entrevistadas se percebem como consumistas e, simultaneamente, criticam-se por isto:

“Sim... é um absurdo quero comprar tudo o que vejo... as pessoas agora com o plano real têm uma ilusão que podem”; “sim até quem não tem recursos quando vai ao shopping sai sempre com uma pecinha”; “sim,, até os homens compram sempre”; “sim, fico triste quando não consigo comprar alguma coisa apesar de saber que isto é ridículo”; “sim.. a gente cai nessa... todo mundo apelando para o consumo... shopping, banca de jornal... até meu namorado... ele é mais consumista”; “sim mas tento me controlar”; “estou inserida em uma sociedade de consumo”. (Grupo mais jovem)

“Me considero consumista com relação ao meu corpo e todo o investimento que nele deposito e também no uso que faço de todas as técnicas de intervenção no mesmo” (M.43) “Consumo é igual gula – você incorpora sem necessidade.” (AE.44)

Nossa última pergunta dizia respeito ao modelo de beleza ideal. Haveria algum? Quem o representaria?

Luis Cláudio Figueiredo (1992) atenta para a busca do quase inumano na formatação dos corpos apresentados como o ideal para nossas entrevistadas. Dessa forma, o corpo construído é sujeito a todo tipo de próteses que a tecnologia permitir, é entendido então, como um objeto público.

Tal se confirma, com aquela que foi escolhida pelas jovens as quais entrevistamos, que apontam Demi Moore como símbolo de perfeição estética. Não podemos desconsiderar contudo, que a mesma é apontada como alguém

que fez amplo uso de todas as técnicas disponíveis no ramo da cirurgia estética - em última análise, alguém que teve um corpo construído no laboratório.

Tal qual aparece no filme *Strip-Tease*, parece representar ao mesmo tempo, a modelo maravilhosa e a impossibilidade de se chegar lá, seja pela natureza, seja pela classe social "... também pagando milhões para um pt... até eu". Cindy Crawford é citada, mas nossa entrevistada diz que: "não tenho nenhuma pretensão a ser igual a ela". E finalmente, para nossa última entrevistada mais jovem: "A beleza é um estado de espírito - a mulher comum...é claro que o ideal seria ter a barriga de uma, a perna de outra, mas..."

Madonna, parece ser a favorita das mulheres mais maduras, uma vez que, "aponta para aquilo que é incômodo e indesejável de se lidar"(A.46)', "está com 41 anos e ninguém diz a idade que tem. Se veste como garota e dança que nem garota"(L.48); "Audrey Hepburn – beleza sem excesso..." (AE.44))

A percepção que uma de nossas entrevistadas demonstra, acerca do discurso publicitário merece ser destacada:

"A Isabela Rossellini foi e continua sendo inegavelmente bonita, contudo eu escolhi ela porque não é aquela beleza irretocável, é uma imagem mais acessível, que não intimida as mulheres porque não é ideal. Uma vez assistindo a uma entrevista dela lembro-me dela dizendo que a Lancôme gostava de sua imagem porque não era antipatizada pelas mulheres, que de uma forma geral consumiriam os produtos dessa linha. Dessa forma, ao contrário de outras campanhas publicitárias estimulava-se a identificação ao invés da idealização." (L.48))

E como se dá a relação de nossas entrevistadas com seus mestres? Qual o lugar que estes ocupam? Como se estabelece esta relação de tanta entrega e confiança com quem as faz "sofrer" tanto?

Confidências que se trocam, promessas que se fazem, receitas maravilhosas que vão de anabolizantes, que são um *must* nos Estados Unidos, à seis litros d'água ou quinze bananas por dia. Tudo isto em troca de um corpo ideal!

Pacto é o termo usado entre os contratantes; fidelidade cega e confiança o total. Como retorno, um número telefônico para contato permanente, em caso de dúvidas ou tentações: SOS \*\*\*\*\* . A ligação é gratuita pois o código é 0800 - não há pois justificativa para você transgredir. O importante é atingir a sua meta." Se você tiver vontade de comer queijo ligue para mim...O Y me ligou da Inglaterra, para eu fazer um novo programa e dieta para ele...".(PT)

O senso crítico e o humor são ainda saudáveis alternativas para tantas receitas descabidas: a recomendação das 15 bananas por dia foi rebatida com a seguinte frase: "ô fulano, assim eu vou ter que malhar em cima de um galho...". Segundo a mãe de uma aluna, a ingestão de seis litros de água por dia, somada ao 1/2 kg de gelatina recomendado, com as 400 gr de folha, como dieta básica, redundaria não apenas na impossibilidade de afastar-se do banheiro, como numa profunda modificação na fala: "desse jeito você vai parar de falar e começar a relinchar."

Mas se o humor é algo que deva ser levado a sério, como bem dizia Freud, ele aqui está presente para demonstrar que nossas entrevistadas não escutam tudo de forma acrítica e passiva. Muitas vezes, as questões levantadas sobre o corpo suscitam observações que, em realidade, remetem à questões mais amplas. Sobre estas questões, trataremos a seguir.

#### IV.5 A INSATISFAÇÃO COM O CORPO

Em recente entrevista publicada no jornal o GLOBO (21/05/2000) , 98% da população investigada (1.197 estudantes universitários), demonstrava-se insatisfeita com o próprio corpo; apenas 2% dessa amostra encontrava-se satisfeita, sendo esse pequeno residual composto por homens, cuja auto-estima parecia não estar tão abalada.

"Pô, fico pau da vida, eu sou magra mas sou flácida. As pessoas dizem, você deve fazer localizada, faço aeróbica. Principalmente o bumbum que eu tenho avantajado, mas o seio também." (F.26)

Os dados estatísticos, utilizados na referida reportagem, foram extraídos de um estudo feito para uma tese de doutorado em educação física e são dois os aspectos constatados que mais nos interessam aqui.

O primeiro refere-se ao fato das mulheres não estarem incluídas nesse pequeno percentual de indivíduos "em paz" com a própria imagem – seriam elas mais algozes de si que os homens? Seria esse um calcanhar de Aquiles feminino? Por que, ao que tudo indica, as mulheres estariam mais sujeitas, a regredir a um modelo narcísico de relação - aqui com o próprio corpo especificamente? Presas nesse ideal narcísico, seriam elas mais facilmente capturadas por essa imagem ideal?

Villaça e Góes (op.cit) vêm nos lembrar que, na cultura atual, os arquétipos da feminilidade são reforçados. Paradoxalmente, percebemos que cada vez mais, as insígnias masculinas tomam conta do universo feminino. Características como força e resistência, antes atribuídas e imprescindíveis ao gênero masculino, são agora emprestadas à mulher.

Numa perspectiva histórica, vimos que a figura da mulher está associada a idéia de ser, eternamente, objeto de desejo masculino – tanto no exemplo paradigmático de Gilda, como na apropriação que a publicidade faz disso. Neste sentido, o corpo feminino é o Outro da cultura.

De acordo com Remaury (op,cit), a imagem do feminino, sempre esteve associada aos significantes beleza, saúde e juventude. Este último, intrinsecamente, ligado a idéia de fertilidade. A associação mulher/corpo é então histórica, podendo variar a ênfase dada a cada um deles.

Em nossa cultura contemporânea a beleza, evidentemente, assumiu um valor capital, ou seja, passou a ter valor de troca, como tudo mais, na sociedade de consumo.

No exemplo dado por Remaury, referindo-se ao filme "Os HOMENS PREFEREM AS LOURAS", Marilyn Monroe parece ter espantosa lucidez, no que diz respeito a razão pela qual seu noivo a teria escolhido em meio a tantas outras. Ao ser indagada se deveria casar-se com um homem apenas pelo fato dele ser rico, a personagem de Marylin responde prontamente à indagação, dizendo

tratar-se de uma troca, na medida em que o mesmo a teria escolhido em função, apenas, de sua beleza.

Vemos assim, que não é espantoso que as mulheres espelhem e vivam muito mais, o mal-estar provocado pela insatisfação com o próprio corpo.

"Tenho 1.74 deveria 64, mas 70 tá bom". (AP.24) "De roupa me sinto bem satisfeita. O incômodo é na praia mas também não deixo de ir ou usar biquíni. . Sobretudo eu que não pego peso mas eu ficaria mais de bem comigo mesma se eu chegar a esse corpo ideal (M.18)" "Se tivesse tudo maravilhoso eu certamente não faria."(C.17) "Jamais vou alcançar Luana Piovanni, Adriane Galisteu e Feiticeira." (F.24) "Adoro colocar as pernocas de fora ( risos), como tenho muita tendência à flacidez e à engordar, decidi então optar por malhar." (A.46)

Se a utilização do corpo como objeto por parte da indústria cultural é abusiva, isto se dá de forma mais grave, ainda, no caso do corpo feminino. Embora a figura masculina não esteja ausente dos apelos dos meios de comunicação, é o uso do corpo da mulher que representa o paradigma básico do uso do corpo pela indústria cultural. Mais do que o homem, portanto, a mulher teria sua dimensão interna desvalorizada, reduzida a uma externalidade corporal objetificada.

Muito embora o número de homens a freqüentar as academias de ginástica venha aumentando a cada dia, a presença feminina nesse campo ainda é esmagadora, exceção feita para os profissionais que coordenam esses espaços, razão pela qual vimos nesse mesmo suplemento do jornal o Globo, na mesma data, uma matéria sobre a moda das academias – o que as mulheres devem vestir ao malhar?...

É necessário ressaltar, que a jornalista responsável sente-se na obrigação de advertir às leitoras que os modelos apresentados nas fotos são para uso exclusivo de poucas mulheres: "aquelas poucas bem-dotadas, cujas fendas das malhas não sejam atravessadas por adiposidades ... um corpo polêmico, como o da modelo - só pele e músculo." (p.3 grifos nossos)

Como bem salienta Dutton (1995), a super-exposição dos corpos já encontrava o seu alibi estético desde os heróis gregos e romanos. O que significa dizer que a nudez não era vista como algo chocante, inadequado e imoral, se o corpo que a preenchesse estivesse dentro do modelo estético apreciado. Tanto na antigüidade, como nos dias atuais, um corpo bem esculpido, com músculos bem delineados jamais deverá ser coberto – são as prerrogativas dos jovens guerreiros e heróis.

Ao que tudo indica, talvez seja a esse modelo/moral, que tanto a jornalista citada, como as nossas entrevistadas, estejam referidas, ao mencionarem o desejo de estarem secas e definidas, para poderem usar roupas mais insinuantes, algumas chegando até mesmo a explicitar o desejo de andarem semi-nuas.

Resta-nos, contudo, a indagação: polêmico para quem? Certamente não para as mulheres, uma vez que a jornalista que assina a reportagem, intitula a mesma de CORPO IDEAL: A MODA DAS ACADEMIAS! com uma exclamação, sem sequer indagar-se sobre esse ideal de corpo. Seria então, polêmico enquanto objeto de desejo para os homens?

Poderíamos pensar a cultura da malhação como um excesso/consumo, que levaria mulheres à rotinas compulsivas/extremadas de alimentação e exercícios? Será que o fato dessas mulheres terem transformado a perseguição desse ideal num hábito, faz com que o mesmo tenha códigos tão específicos, tais como uma moda específica?

Indagamo-nos ainda: que ideais são almejados? De acordo com a Organização Mundial de Saúde – OMS, os modelos veiculados pela mídia, como padrões estéticos ideais para mulher, são considerados subnutridos, ao passo que aqueles referidos à figura masculina são classificados como obesos.

“Depois de velha foi quando me dei conta de que para continuar a comer tudo o que comia quando jovem precisaria queimar em dobro senão ficaria uma vaca. Além do mais na cultura/moda atual infelizmente conjugamos: roupas ínfimas com corpos secos, destituídos de qualquer gordura, para meu desespero, gordinhas não são apreciadas.”

(V45)

Mais ainda, além de não serem apreciadas a gordura é, hoje em dia, o grande diferencial entre “incluídos” e “excluídos”. Associada à feiúra, dissonante dos padrões estéticos vigentes, a gordura denota preguiça, falta de força de vontade e desleixo. Tal qual descreve Daniels (op.cit) em seu trabalho acerca da feiúra, discriminamos os gordos sem nenhuma culpa – “afinal de contas estão assim porque querem - se quisessem chegavam lá!”. *No pain, no gain!*

O corpo ideal existe? Não, e como apontou uma de nossa entrevistadas, por isso ele é ideal. Sua função deveria ser , servir de parâmetro, de medida, para um grupo social distinguir, com um mínimo de concordância, o bonito, o feio, o desejável e o repulsivo.- apenas isto. O rigor e a seriedade com que cada um vai perseguir este ideal ( e acreditar nele!) vai depender da maior ou menor ênfase que atribuam à forma estética, em geral, o que é nela depositado, em função das vicissitudes de suas vidas pessoais.

“Eu por exemplo jamais conseguirei fazer um tipo longilíneo e esguio, portanto, o melhor que tenho a fazer, é tentar estar com um tônus legal e manter o meu peso ideal. Se eu entrar nessa de ter uma perna fina e um metro e oitenta, tô ferrada, não saio nem de casa!” (A.46)

#### IV.6 O HÁBITO, O SACRIFÍCIO, A TIRANIA... E O PRAZER

Longe de ser uma atividade prazerosa, malhar é visto como constitutivo do cotidiano da existência dessas mulheres. O corpo é um capital, como dissemos anteriormente e como tal, precisa ser investido.

Se as academias de ginástica são, para muitas das entrevistadas, um espaço de sociabilidade, um lugar de encontro e as relações que ali se estabelecem são consideradas prazerosas, nem sempre isto é visto com bons olhos.

Ao comentar com um PT que estava escrevendo uma dissertação, este me falou:

“Sabe o que mais me irrita aqui na academia? Conversa e distração.”

Ao ser indagado sobre o motivo desse sentimento, acrescentou:

“Academia é lugar de mudança de hábitos – disciplina mesmo. Só tolero que converse e se divirta, aquele povo que já atingiu os objetivos do programa. Isso aqui não é parque de diversão, que você brinca um pouquinho, descansa um pouquinho, conversa um pouquinho”.

Concluimos ambos, que a flexibilização da disciplina da malhação, dentro dos parâmetros por ele estabelecidos, estaria restrita a poucos, uma vez que, visivelmente, o número de pessoas que já atingiu o percentual de gordura indicado como ideal pelas academias é baixíssimo, igualmente proporcional à quantidade de pessoas que possuem poder aquisitivo que as permita dispor de um PT. Mais calvinista, impossível!

Felicíssima, a jocosa expressão cunhada por Courtine (1995) - “Pastoral do Suor”. Somente a essas poucas mortais, será dada a recompensa de poder enfrentar a praia sem pudor. Depois de tanto esforço, o PT mencionado acima, as liberaria para um pouco de diversão nas academias.

No tocante à passividade, mencionada por Certeau (op.cit), vale destacar a fala de um outro PT:

“Quer mudar o corpo, então tem que levar a sério – vai dormir a hora que eu quero, comer e beber o que eu mando e malhar quantas vezes eu disser que é necessário! (parece se dar conta e ri)... Sabe assim, obediência cega, não tenho muita paciência com aluno me questionando, ou aceita a forma como eu trabalho ou nada feito, não tem acordo!”

Se a disciplina corpórea levaria à docilidade dos sujeitos, como vimos anteriormente, ao abordarmos a ideologia do projeto estético nazista, seria possível fazer uma articulação entre as análises de Birman (op.cit) e as contribuições trazidas por Certeau, na obediência cega que é exigida pelos profissionais da área saúde que aqui se faz estética?

Birman parece ter captado muito bem o espírito do projeto nazista, pois o definiu dizendo que, nesse contexto, “a biologia se faz estética”, ou seja, todo o ideal de raça pura, da qual o resto da humanidade estaria excluída - não somente os judeus, nos faz refletir acerca da fala do nosso entrevistado, embora numa conversa informal, por estar fora de nossa amostra proposta.

Assim, além de excluídas da diversão e impelidas a sacrificarem-se na conquista desse ideal estético, devem ainda depositar na figura do PT a condição, não apenas de mestre, mas de autor, cuja “obra de arte” lhe pertence:

“O que eu faço é o seguinte: trata-se de uma mudança de hábito, o resto é consequência. Agora tem que funcionar dentro do seguinte esquema: Farei tudo o que o mestre mandar (risos)... Na minha profissão costumamos zoar nossos alunos, é assim: quando alguma aluna é convidada à pousar nua ou então é escolhida como musa do verão ou coisa parecida, nos referimos à ela dizendo que aquele corpo é nosso. Assim, por exemplo, quando a Luma de Oliveira saiu na Playboy, alguns dias depois eu estava andando com um amigo meu que foi contratado para fazer um trabalho com ela antes do ensaio fotográfico e ele me falou que ganhou trinta e cinco mil, porque ela queria um corpo. Eles fecharam o contrato e ela topou fazer tudo o que ele mandasse durante quatro meses. Por isso, outro dia ele a viu no shopping e gritou, zoadando: Esse corpo me pertence, é meu!!!”

Ao ser indagado sobre a reação da ex-modelo, ao ser “desmascarada” em meio a todos, no que diz respeito ao seu mérito e esforço pessoal na obtenção daquele corpo, a resposta foi incisiva:

“Que isso, tá maluca?! Pagar o fulano não é para qualquer uma não – quantas mulheres você acha que vão poder bancar aquele corpinho?.... Lipo, silico, Pt, ...”

Curioso mecanismo!!! Nossa insatisfação com o próprio corpo, devemos creditar ao desleixo, preguiça ou falta de vontade. Atingido o chamado corpo ideal, já nada temos a ver com ele, a não ser o tamanho de nossa conta bancária!

Sem dúvida alguma a malhação pode ser considerada uma fonte de bem-estar subjetivo ao nível da cabeça, porque relaxa e descarrega e, simultaneamente, recarrega as baterias e dá disposição aos que a praticam. Contudo, não parece ser esta a mola mestra para se adquirir um certo bem-estar. Ou, dito de outra forma, com o que nossas entrevistadas associam bem-estar? Vejamos:

"Porque a competição hoje é f..., Você vê, eu tenho 43 anos e todo mundo diz que eu pareço trinta e poucos. Não dá para parar né?" (M.43)

"Para ir com a minha filha no Pepê e me sentir bem melhor que as amigas dela ... eu posso usar um biquíni minúsculo, que não tem perigo, não tenho nem estria, nem celulite, mas também é uma vida inteira de ralação, muito trabalho e disciplina, vida de bailarina é assim!" (AE.44)

"P/ ficar ... me sinto bem... bem mais disposta para adquirir forma física melhor." (R.24)

"Porque eu não quero e não posso chegar a uma certa idade flácida." (F.24)

"Eu e 90% da população, para melhorar a auto-estima". (C.23)

"Detesto, mas tive que me habituar, mas hoje não vivo sem, porque não tenho que me privar mais de vestir o que desejo, como também não acho mais inapropriado usar roupas de menina. Agora tem um lado bom, os elogios que recebo." (L.48)

"Conforme já disse, quando venho malhar e mantenho o meu peso ideal tá tudo azul, saio me divirto levo uma vida normal, quando não, é depressão na certa, não me relaciono nem com os meus filhos. Namorado então nessas épocas nem pensar!" (D.42)

"Adoro, é uma terapia para o cansaço mental." (L.48)

"Malhar para mim é terapêutico, é um meio de não ficar em casa pensando m., pois você sabe quando não se tem nada para fazer, nada que presta vem à cabeça. No meu caso como parei de trabalhar, se não saio para malhar, fico ociosa comendo em casa, conseqüentemente engordo e por fim deprimido. Nessas fases, nem acendo a luz porque não suporto a minha imagem caída, toda flácida no espelho." (D.42)

As falas de nossas entrevistadas parecem ilustrar como a busca por um bem-estar subjetivo, ancora-se na imagem que as mesmas têm de seu próprio corpo. A satisfação com o mesmo, parece justificar todo o sacrifício e a tirania vividos.

Se é correto afirmar que para as mulheres mais jovens o aspecto "guerreiro" e "sarado" está mais presente, o medo de engordar ou ficar flácida no futuro também está presente desde cedo.

O tempo é certamente o grande inimigo de nossas entrevistadas mais velhas, e sua grande evidência parece manifestar-se na competição que estabelecem com as mais jovens.

#### IV-7 JUVENTUDE E ENVELHECIMENTO

Ao longo de todo o nosso trabalho, apontamos, de diferentes formas, a busca do homem pela perfeição, completude, maturidade ou qualquer outro termo que possa ter sido utilizado. Se Remaury (2000) nos fala de um sonho de maturidade do corpo, Freud fala de castração e todos os pensadores da contemporaneidade citados, batem na mesma tecla da negação da falta, do engodo que a sociedade de consumo promove, ao fornecer a ilusão que os objetos tamponariam nossas faltas. No âmago da questão, parece estar a antiga aspiração humana da negação de nossa finitude.

Enquanto todas as nossas entrevistadas, parecem encarar as práticas corporais como uma forma de tornar seus corpos mais sedutores, é na nas mulheres mais maduras que o horror ao envelhecimento se torna mais evidente. Vejamos:

"Meus filhos dizem que estou ótima, que tenho tônus de garota. Não me sinto bem no momento, voltei a malhar pois o meu médico liberou a fim de que isso pudesse melhorar a minha auto-estima. Acho envelhecer cruel .... Deus soube o que fez quando me deu só filhos, se tivesse uma filha certamente não suportaria a competição/comparação sobretudo com alguém tão mais jovem do que eu." (B.50)

"Gostaria de ser de tipo de mulher que acredita que a idade é um estado de espírito. Sinceramente... adoraria que o espelho me dissesse que a minha imagem é um mero reflexo do meu estado de humor, o que é bem diferente de dizer que me sinto bem quando estou malhando. As minhas rugas estão lá, impreterivelmente, todo dia de

manhã quando eu acordo me olho no espelho e elas dão bom dia. Para isso não há malhação que dê jeito, foi o que o meu médico me disse.” (D.42)

“Não me comparo às meninas isso seria comprar uma passaporte para a infelicidade, ou melhor, para o analista, coisa que eu me recuso ( referindo-se a fazer análise). Me comparo as minhas amigas da minha idade, aí sim me sinto bem.” (A.46)

“Você vê eu tenho 43 anos e todo mundo diz que eu pareço trinta e poucos, para os caras do jornal eu tô com 38 há 5 anos, aí eles dizem: “Pô M., já saiu na reportagem passada há 3 anos que você tinha essa idade, bota pelo menos 39”. Não dá para parar né?! Eu saio com os amigos dos meus filhos. O rosto não dá prá segurar, mas o corpo enquanto der... se bem que tudo é cabeça, o negócio é ser alto astral, é ter cabeça de jovem e não adotar uma postura de senhora.” (M.43)

“ Acho que não se envelhece quando se têm espírito jovem, me considero mais jovem do que todas as minhas amigas do meu tempo de casada. É bom dizer que na minha opinião casamento envelhece qualquer mulher, não só fisicamente, pois as vezes a mulher até está com o corpo todo em cima, àquelas cuja a natureza foi mais digna, embora a maioria relaxe e acomode, contudo, o que mais detesto nas mulheres casadas da minha idade é que parecem assumir resignadamente um *look* senhoril. Só vou assumir o *tailleurzinho* beirando os 60”.(L.48)

“Ah.... é uma m. , mas mesmo assim, repetindo o que disse anteriormente, existem vantagens se considerarmos o poder de sedução de uma mulher da minha idade em relação a uma garota, é claro que não poderei competir com a pele de uma menina dessa idade, a cara sempre despenca, mas também é a única coisa hoje em dia que ainda não deram jeito, e olha que eu sou uma pessoa "antenada", estou sempre à par das últimas técnicas nessa área da estética, se houvesse jeito de reaver um rostinho de 20, certamente já teria me submetido de forma pioneira nessa onda”. (M.43)

“Madonna, está com quarenta e um anos e você já viu o corpo da mulher? Além disso dança como garota, se veste como garota... aquela ali ninguém diz a idade que tem.” (AE.44)

"Mais que isso, se não venho não tenho ânimo para encarar a rotina do dia à dia, isso aqui é a minha dose diária de injeção no ego. Eu vejo um bando de garotas que teriam idade para sair com meus filhos com um corpo muito menos definido que o meu, por isso nesse ambiente de academia me sinto bem, em paz com a minha consciência, pois sinto que estou cuidando de mim e o engraçado é que o espelho daqui parece ser mais generoso do que o da minha casa." (C.44)

"Dizer que é bom é mentira, mas procuro na medida do possível manter-me sempre em contato com a geração dos meus filhos, ser querida entre os colegas deles, mas nunca entro nessa de competir, sobretudo com a minha filha, acho isso inaceitável da parte de uma mãe, a minha convivência com eles é mais no sentido de me reciclar e entender como os jovens vêem o mundo, mas não saio com eles, os programas que me interessam são com gente da minha idade. Não entro nessa, como algumas amigas minhas, de negação da idade." (A.46)

"Foi horrível quando eu tinha 29 anos, já tinha tido meus 3 filhos. Foi um período muito complicado. Me sentia uma velha e até mentia a idade. Quando passou, mais ou menos lá pelos 35 anos, pelo contrário, me senti mais plena, vigorosa e segura... Uma fêmea bacana. Não gostaria de ter 18 anos outra vez - pelo menos os meus 18 anos. Psicologicamente falando era uma M... Muito insegura e ansiosa. O que eu tenho medo é da avacalhação, o que eu quero dizer com isso é a depressão, o desleixo. Tenho medo de envelhecer e perder o vigor; de me sentir inútil. Mas sei que estou na turma daqueles que tá tudo bem - tem aqueles que estão mais ou menos e aqueles que já assumiram uma postura de velho. Não entro nessa." (L. 48)

"Fisicamente sempre dói, evidentemente, tenho 300 fotos minhas dentro de casa, da época em que era mais nova e aparecia em outdoor e fazia comerciais, pois as propagandas que fiz as modelos não teriam condicionamento físico. Só uma bailarina. Para os meus 44 anos estou muito bem, o Juca, que é um profissional (prof. de ginástica) sempre diz que estou ótima, com um corpaço, mas eu sei que ele espera tirar o meu couro na aula, portanto não espero desapontá-lo. Não penso em me cortar, porque ainda não tenho nada em excesso, mas não sou contra nenhum tipo de intervenção. Acho que se eu engordasse me matava (rindo). Minha mãe morreu gorda e

dizia que não procuraria um endocrinologista porque era feliz. Uso biquínis microscópicos e vou à praia no Pepê.” (AE.44)

“Como eu já disse, há 10 anos decidi investir radicalmente no meu corpo, é engraçado porque essa última data coincide justamente com o início da crise na minha confecção, acho que não quis aceitar que a minha clientela estava envelhecendo, ao mesmo tempo me recusei ao contrário das minhas concorrentes à fazer roupas para velha.” (M.43)

“Para lutar contra a lei da gravidade meu bem. Comecei depois do meu segundo filho, porque não sei se você sabe mas reza a lenda que no primeiro o corpo ainda segura, mas no segundo Deus castiga, vai tudo lá para o pé”. (D.42)

Como aponta Mendlowicz (2000), é numa sociedade globalizada, dividida entre ganhadores e perdedores e sem ideais, que os sujeitos entregam-se as compulsões. Nessa urgência, qualquer espera equivale ao desespero, causado por uma enorme intolerância com aquilo que o atrapalhe em sua busca pela perfeição. E nada mais distante da perfeição, na sociedade atual, do que a velhice.

Em nosso estudo, arriscaríamos dizer que a compulsão em questão resume-se, fundamentalmente, na busca frenética pelo corpo perfeito, associado ao ideal de juventude eterna. Embora percebamos esses dois projetos como fonte de imenso investimento entre as mulheres entrevistadas, é igualmente perceptível, o desejo de que o objetivo seja alcançado de imediato – daí, acreditarmos advir o sucesso, cada vez maior, das cirurgias estéticas.

#### IV-8 BARBIES OU REPLICANTES?

Se somente os deuses não são visitados pelo tempo, certamente, na sociedade contemporânea, cada vez mais, procura-se minimizar os efeitos desta visita. Ao descrevermos, anteriormente, as técnicas de *body modification*, mencionamos que uma das que se afigura como mais freqüente, é a cirurgia plástica. Estivéssemos voltados, neste trabalho, para as diferentes tribos, o

piercing e as tatuagens, certamente teriam lugar de destaque. Não é o nosso caso.

Mais uma vez, como nas duas categorias anteriores, a cirurgia plástica é um recurso, por excelência, das mulheres mais maduras. Acreditamos que além do fator envelhecimento, a autonomia financeira, permite que essas mulheres decidam com maior rapidez quais as intervenções em seus corpos, que julgam mais urgentes.

Ainda que muitas das jovens entrevistadas manifestassem o desejo de fazer uma lipoaspiração, tais desejos estavam sempre sujeitos à concordância e disponibilidade financeira de seus pais.

Desta forma, o que observamos é que dentre as nossas entrevistadas mais velhas, muitas já haviam sido submetidas à cirurgia plástica e/ou outras formas de interferência corporal. Contudo, isto não significa dizer que as intervenções fossem efetuadas de forma, necessariamente acrítica, como veremos a seguir. Para muitas dessas mulheres, a cirurgia, não retira o caráter de disciplina ao qual o corpo terá que estar, permanentemente, submetido.

“O que não suporto é gente se lamuriando insatisfeito com o próprio corpo, mas que não faz nada a respeito. No meu caso por exemplo, quando começar a sentir que tem algum excesso eu vou me cortar”. (AE.44)

“Para mim é assim, acho que a gente não tem que conviver com aquilo que a gente não gosta, eu por exemplo: não gostava do meu nariz - fiz plástica; achava que tinha uma bola nos quadris - lipoaspirei o culote; achava que tinha seios pequenos demais - virei Barbie, taquei silicone, não queria esperar o meu cabelo crescer - coloquei um *Mega hair*.” (M.43)

“Nunca fui malhadora, contudo já tiraram quase metade da minha coxa fora numa lipo mal feita.” (A. 46)

“Sabe que eu me acho o máximo. Não que eu não quisesse voltar aos meus 35 anos, gostaria de resgatar o tônus que eu tinha no bumbum. Quando vou à praia eu olho

aquelas garotas de 20 anos, cheias de estrias, flácidas e a bunda coalhada de celulite, e eu não tenho nada disso.” (B50)

“Hoje eu vejo que as meninas não têm paciência para uma disciplina que as levaria a ter o corpo que desejam, vão logo fazendo lipo, aí eu acho um absurdo, se você é nova e está insatisfeita com alguma coisa no seu corpo fecha a boca e vai malhar muito que tem jeito, se depois de ter perdido tudo que precisava restar um residual de gordura localizada, então sim entra na faca. Agora, essas garotas não têm disciplina e também são super imediatistas fazem uma operação e não se preocupam em manter a forma com uma dieta, resultado em um ano recuperam tudo e jogam dinheiro no lixo. Essas intervenções servem somente para quem já envelheceu e está infeliz com a sua imagem.” (AE.44)

É certo, que a mídia se oferece como grande atrativo e também estímulo na formação desse desejo de alçar o corpo perfeito e sem falhas, uma vez que dispõe de vasto elenco de modelos dispostos a funcionarem como padrão estético desejável, haja vista que todas as figuras citadas como modelo de corpo ideal, são figuras midiáticas – invejadas, porém inalcançáveis, muito distantes da realidade anatômica e financeira de nossas entrevistadas. Como proferira o PT citado: “Ter um corpo, é para poucas!”

#### IV-9 CORPO: PARA QUE TE QUERO?

Como todo culto, como toda moda, o impacto da moda do culto ao corpo sobre a sociedade, só pode ser detectado a partir da compreensão da maneira como seus ditames são interpretados pelos indivíduos que, no interior de diferentes grupos sociais, lhes emprestam significados próprios.

Neste segmento, reunimos algumas das falas que consideramos mais representativas acerca do lugar que o corpo assume para as nossas entrevistadas. Como em um caleidoscópio, as visões são múltiplas e buscamos retratá-las em sua riqueza e diversidade. Esperamos que sintetizem o que vimos tentando demonstrar ao longo deste trabalho.

"Um professor disse que se eu emagrecesse me tratariam diferente. É claro que os caras não vão olhar para uma banhuda e sim para a saradona, mas as pessoas acham que se emagrecessem passariam a fumar Marlboro, andariam de BMW e os cabelos cresceriam louros." (AP.26)

"Fiz dois anos e meio de análise e cheguei à conclusão que precisaria mudar o horário de meu analista, pois a ginástica funcionava como terapia, então chegava no analista sem problema nenhum. Decidi que não iria pagar alguém já que não tinha problema nenhum. Resolvi então mudar a análise para antes da ginástica." (A. 46)

"A minha auto estima melhorou muito com esse lance da preocupação com o corpo, mas não é só isso é toda uma postura, uma forma de encarar a vida sempre "light" , contra o baixo astral... isso tudo acredito que tenha ajudado à atrair mais homens, sobretudo os gatinhos mais jovens... esses garotos querem uma mulher que conjugue experiência e um corpinho de garota e isso eu dou à eles, daí eu estar ciente que eu tenho uma vantagem em relação às meninas... é uma relação de troca, eu dou a eles o que eles querem e em compensação eles me dão uma vida sexual que eu não tinha enquanto casada, o que significa dizer, se é que você me entende, que acompanham a libido de uma mulher na minha idade." (M.43)

"Primeiramente para ficar com a carne rija e em segundo lugar para ficar bem psiquicamente, feliz eu quero dizer." (A.49)

" Eu e 90% da população, para melhorar a auto-estima". (C.23)

"Acho que a cultura atual preconiza que estejamos bem para poder expor ao máximo o corpo. Hoje em dia vale muito mais um braço sarado do que roupas caríssimas, e olha que eu posso dizer, pois já fui estilista." (M.43)

O que muda é que fico até com mais tesão; fico mais feliz. Saio na rua e as pessoas me dizem: nossa, como você está bonita." (A.46)

"Claro, eu deixaria transparecer minha satisfação, isso melhoraria o meu relacionamento com as pessoas. Quando não estou magra, então nada cai bem, aí não saio." (I.18)

"Já mudou bastante, quando eu tinha 27%<sup>6</sup> eu não saía, agora já sinto que tem gente me olhando, ninguém olha para gordinha! Hoje em dia todo mundo se cuida. Atualmente eu me sinto mais feliz e atraente, já me olham agora, imagine se eu chegasse aos 12%, aí seria muito mais azarada e desejada... Ah! mas isso tudo não é para agradar os outros, é para eu me sentir melhor comigo mesma, mais feliz, a felicidade irrestrita entende?" (C.18)

"Gostaria de ser o tipo de mulher que acredita que a idade é um estado de espírito. Sinceramente... adoraria que o espelho me dissesse que a minha imagem é um mero reflexo do meu estado de humor, o que é bem diferente de dizer que me sinto bem quando estou malhando." (D.42)

"P/ ficar ... me sinto bem... bem mais disposta para adquirir forma física melhor." (R.24)

"Essa tua pergunta é muito engraçada, é um misto daquilo que é óbvio, mas que ninguém tem coragem de admitir, mas também aponta para a nossa ingenuidade de pensar certas coisas, mas vamos lá. Quando era mais jovem ficava assistindo aqueles filmes hollywoodianos pensando como seria bom ter o rosto da fulana, o cabelo da beltrana e o corpo da cicrana, todas atrizes lindíssimas, mas também muitíssimo longe da minha realidade, aliás elas existem é para isso mesmo. É claro que eu acreditava que se me parecesse ou pelo menos tivesse alguma daquelas características físicas o paraíso se apresentaria para mim, um vida de princesa, tal qual Grace Kelly, com carros e homens elegantes, festas e vestidos glamourosos, enfim uma fantasia se formava na minha cabeça enquanto assistia àqueles benditos filmes, mais ou menos o que vejo minha filha experienciar quando folheia uma revista com essas "*top models*" famosas e milionárias. De qualquer forma o tempo passou e hoje eu já acho ótimo quando eu percebo os amigos do meu marido me admirando, já está para lá de bom para o meu ego ( risos)." (L.48)

---

<sup>6</sup> Percentual de gordura.

"Curiosamente, os meus namorados ficaram gordos - acho que buscava uma compensação." (AE.44)

"O médico pediu que tivesse calma, que meu corpo voltaria ao normal, porém deveria me abster de exercícios durante esses três meses que sucederam a operação. Entrei em parafuso e é claro que desde então não saio com ninguém, nem mesmo procurei o cara com quem saía antes de me operar." (D.42)

"Porque eu não quero e não posso chegar a uma certa idade flácida." (F.24)

"Eu vejo um bando de garotas que teriam idade para sair com meus filhos com um corpo muito menos definido que o meu, por isso nesse ambiente de academia me sinto bem, em paz com a minha consciência, pois sinto que estou cuidando de mim e o engraçado é que o espelho daqui parece ser mais generoso do que o da minha casa." (C.44)

"Meus filhos dizem que estou ótima, que tenho tônus de garota. Não me sinto bem no momento, voltei a malhar pois o meu médico liberou a fim de que isso pudesse melhorar a minha auto-estima. Acho envelhecer cruel..." (B.50)

"Se não venho malhar, fico ociosa comendo em casa, conseqüentemente engordo e por fim deprimido. Nessas fases me tranco no quarto, não saio para nada, mal ascendo a luz porque não suporto a minha imagem caída, toda flácida no espelho." (D.42)

"Literalmente vejo no espelho que sou uma bandeira psicológica. O físico é um reflexo do psicológico - fica evidente na cara da gente quando a gente está feliz." (A. 46)

Ao longo deste trabalho, procuramos evitar o uso de categorias clínicas tais como narcisismo, alienação, masoquismo e muitas outras que poderiam, eventualmente, aplicar-se a algumas de nossas entrevistadas.

Muitas vezes, tais categorias, prestam-se mais a um discurso de caráter normativo, que ignora que é necessário um código minimamente comum, para

que as mensagens sejam decifradas e seu conteúdo incorporado, de forma eficaz, pelo receptor.

Ignora ainda, que este receptor nunca recebe passivamente uma mensagem, mas sempre, necessariamente, a interpreta e reelabora, na medida em que toda a decodificação é uma leitura. (Strozemberg, 1986)

Nossas entrevistadas não vêem o corpo apenas como um amontoado de células, tecidos, ossos e líquidos. Toda a questão da estética corporal, de suas práticas e desempenho, poderia ser traduzida na busca de uma harmonia interior com o exterior. Este, no entanto, é um equilíbrio delicado. Tarefa, muitas vezes, quase impossível. Em qualquer balança, o peso excessivo de um lado certamente prejudicará o equilíbrio do outro.



#### V- INCONCLUSÕES

“O corpo e seu vestuário se prestam a todas as intrigas, sejam elas as do nascimento ou da morte”

Michele Hechter

## V- INCONCLUSÕES

Sempre que se pesquisa algo acerca da vida social de um grupo, tomando como referência seus discursos, buscamos simplesmente um "saber" que este grupo possui e utiliza. A procura deste saber, em nosso caso, referiu-se a algo que imaginamos, em virtude da sociedade em que vivemos, ter uma importância bastante grande para as mulheres de hoje - a sua relação com o corpo.

Reconhecemos a exigüidade de nossa amostra e a possível representatividade que esta teria. Porém, em nenhum momento buscamos verdades, como dissemos anteriormente, nem generalizações. Esperamos que o "saber" aqui apresentado, ilustre o que vimos falando anteriormente e sirva de ponto de partida para investigações mais profundas e abrangentes.

O que buscamos enfatizar, ao longo deste trabalho, é que os discursos sobre o corpo abrem para o pensamento a possibilidade de formular analogias com a estrutura social. Como diria Levi-Strauss, as características do corpo, são "boas" para se pensar a vida social. Como aponta Rodrigues (1986b) "sem que os homens o saibam expressamente, ao pensar o corpo estão pensando a estrutura social e, ao defendê-lo, estão defendendo a ordem social." (p.137)

Em nenhum momento tratou-se de atribuir ao consumo, ao culto ao corpo, às novas práticas corporais um poder exterior ao sujeito. Sabemos que os corpos são produzidos pelas sociedades em uma dialética sujeito/cultura. Observamos, também, que o sujeito não se encontra passivo face a esses estímulos e que a aceitação de novos padrões não se dá, necessariamente, em bloco ou de forma acrítica. A experiência do corpo é sempre modificada pela experiência da Cultura.

É disto que nos fala Bourdieu, ao descrever as características do jogo, ao representar uma situação de jogo, no qual os agentes, de posse dos códigos vigentes e do capital simbólico de um determinado campo, estão aptos à driblar e manipular as regras.

Como aponta Vilhena (2000) é preciso perceber nas dobras da cultura os diferentes "mecanismos de resistência", as "táticas de sobrevivência", as manobras de negociação, utilizadas por diferentes segmentos sociais em toda a sua dimensão criativa de apropriação de determinados valores. Mais do que aceitação passiva, há uma negociação por parte dos "dominados", onde estes mecanismos relutantes não pretendem confrontar o adversário, mas tapeá-lo, burlá-lo, trapacear em um jogo, que de outra forma, estariam fadados a perder.

Existiria ainda uma particularidade, destacada por Bourdieu na dinâmica presente no campo, que caracteriza-se por fazer variar as relações de poder (relações hierárquicas) de acordo com o capital em jogo – contudo, invariáveis são as lutas pelo poder, independentemente do campo em questão.

É preciso pensar na forma pela qual os agentes interiorizam/incorporam o discurso dominante e na sua conseqüente reprodução no seio da sociedade. É importante notar que, os mecanismos que regem a dinâmica das relações tais como sujeição e dominação, obediência e imposição não devem ser encarados como algo que vem de cima para baixo, e sim como um processo dialético, horizontal, encenado por todos os membros de uma sociedade, assimilado como uma tática inerente ao jogo, e que permeia todos os âmbitos e espaços indo da família à escola, dos locais de trabalho às instituições públicas, retornando ao aparelho do Estado.

Por isto, torna-se fundamental refletir acerca da sociedade de imagens na qual vivemos. Se por um lado valorizamos tudo aquilo que diz respeito ao que é interior - cabeça, pensamento, idéias e sentimentos, como negar os valores associados aos padrões de estética intensamente estimulados pela indústria do consumo? Este seria talvez, um dos grandes paradoxos que vivemos. No reino da aparência, com sua corte de superfície, o "cartão de visita" não mais apresenta - representa.

Nossas entrevistadas, de certa forma, apontam para essas contradições e conflitos. Comer, como pudemos observar parece ser ainda um grande prazer - mas como seria bom poder comer sem tanta culpa. Malhar é preciso, mas não seria ótimo poder fazê-lo sem tantas exigências? E que tal ir a praia? A grande

marca registrada da Cidade Maravilhosa demanda de suas freqüentadoras o término das celulites antes que estas possam ali ingressar.

Se nos séculos passados podíamos culpar a natureza, na contemporaneidade a negligência é a responsável e a culpa é individual. Assim, torna-se inconcebível, enfrentar a “arena” sem uma longa e exaustiva preparação, que envia ao outro a mensagem de que merecemos esta recompensa após o árduo esforço despendido.

A cultura do corpo dizem alguns, ironicamente, é a celebração da exterioridade, onde “mundo interno” passou a ser coisa do tempo de Proust e onde a transferência é estabelecida com o dono de sua academia ou com seu *personal trainer* - este é o novo sujeito suposto saber. Não chegamos a tanto, mas não há como não refletir sobre o peculiar pacto ou contrato que se estabelece entre este e seus alunos.

Mas a serviço de que? Deliberadamente não vamos recorrer à teoria mas sim às nossas entrevistadas. Todas gostariam de ter uma aparência mais sedutora, usar roupas mais insinuantes, serem mais “azaradas”. Curiosamente, como me foi apontado por uma observadora externa, poucas associam a melhoria em seus corpos, com uma vivência mais satisfatória em suas vidas sexuais.

Para esta observadora (comunicação pessoal) o prazer esgotar-se-ia na pura sedução, levando-a a concluir que “pelo menos as histéricas de Freud podiam comer sem se castigar tanto - bastava o castigo da própria condição histérica”.

A aparência sedutora surge também como a marca principal no discurso das mulheres mais velhas – o binômio beleza/ juventude, sempre associado ao olhar do outro. Do “mostrar as pernocas” ao “agradar os gatinhos”, a única referência explícita a uma sexualidade, que poderia ser beneficiada pela melhoria da estética pessoal, mostrou-se dramaticamente cômica:

"Imagine só, eu transando com aquele gato e os chumaços do "mega hair" caindo na cama... eu não sabia se prestava atenção no gato ou se procurava os cabelos e tentava ir guardando... cada t... era um tufo que caía." [Muitos risos]. (M.43)

"Quem louva a velhice não a teve diante dos olhos" diz Norberto Bobbio (1997:45) em seu belíssimo livro O TEMPO DA MEMÓRIA e nossas entrevistadas mais velhas, certamente, sabem disto. "Levantar as ruínas de Caracalla" ou "desafiar a lei da gravidade" são expressões que denotam a intensa preocupação que estas mulheres têm em lutar contra o envelhecimento.

Sem sombra de dúvida, a velhice remete-nos a idéia de fim e é, constantemente, empregada para assinalar a decadência de uma civilização, de um povo, de uma cidade, ou de uma raça. Não causa estranheza, então, que na dicotomia velho/jovem, o último represente o polo positivo. O novo representa o progresso enquanto o velho é associado ao retrocesso.

Velhice é lentidão, inclusive física, e tal lentidão é penosa não apenas para os outros, como para o próprio velho. "O velho está naturalmente destinado a ficar para trás, enquanto os outros avançam" (Bobbio,op.cit:47) Tal situação agrava-se, não só pela rapidez das transformações, devido ao progresso científico e tecnológico, como também pelo imediatismo e rápida obsolescência de produtos, idéias e valores que norteiam a sociedade de consumo: o novo, logo fica velho e o tempo que resta para a assimilação é cada vez mais curto.

Enquanto o mundo dos jovens é o futuro o dos velhos é o da memória. Se é certo que as lembranças ficam cada vez mais distantes e apagadas, elas ainda trazem o sentido de historicidade do sujeito, carregam ainda tradições e antigos valores o que, de certa forma, apresenta-se como incompatível nos tempos atuais.

Nas sociedades tradicionais e mais estáticas o velho apresenta-se como aquele que reúne em si o patrimônio cultural da comunidade, seja na esfera da ética, seja na dos costumes. Em nossa sociedade, com transformações cada vez mais rápidas, o velho passa a ser aquele que nada sabe, em relação aos jovens. Destituído de seu lugar de sabedoria, em uma sociedade onde tudo se compra e se vende, também a velhice pode ser transformada em mercadoria.

As clínicas de repouso e/ou asilos, a geriatria enquanto um ramo da medicina em expansão, os grupos de atendimento à 3ª. idade e, no nosso caso específico, as práticas corporais direcionadas ao “não envelhecimento”, apontam para a inclusão do velho na lógica do consumo.

Contudo, a vida não pode ser pensada sem a morte – não, por acaso, os homens são chamados de “mortais”, numa constante lembrança daquilo que todos procuram ignorar, negar, camuflar ou mesmo desafiar. Trata-se, então, menos de fazer uma apologia do envelhecimento, contra o qual todos nós, lutamos de diferentes formas, como de reconhecer as fronteiras e limites desta luta.

“Respeita a vida quem respeita a morte. Leva a sério a morte quem leva a sério a vida, aquela vida, a minha vida, a única vida que me foi concedida...Levar a vida a sério significa aceitar firmemente, rigorosamente, da maneira mais serena possível, a própria finitude.”(Bobbio, op.cit:40)

Conforme afirmamos anteriormente as sociedades não são entidades em si mesmas. Pelo contrário, só existem através dos indivíduos que as atualizam no exercício de suas vidas pessoais - refiro-me aos inúmeros e diferenciados discursos que circulam numa dada cultura. Além disso, nenhuma cultura, por mais simples que seja, é um todo coerente e indiferenciado, mas uma trama, uma teia como chama Geertz (op.cit) , mais ou menos articulada de discursos freqüentemente contraditórios.

A questão da diferença não se coloca assim, apenas entre culturas, mas no interior de cada uma delas. O que promove a ilusão de unidade e coerência é o fato de que toda a sociedade hierarquiza os seus discursos, conferindo-lhes maior ou menor legitimidade e elegendo aquele que irá reconhecer como o “discurso da cultura/dominante”.

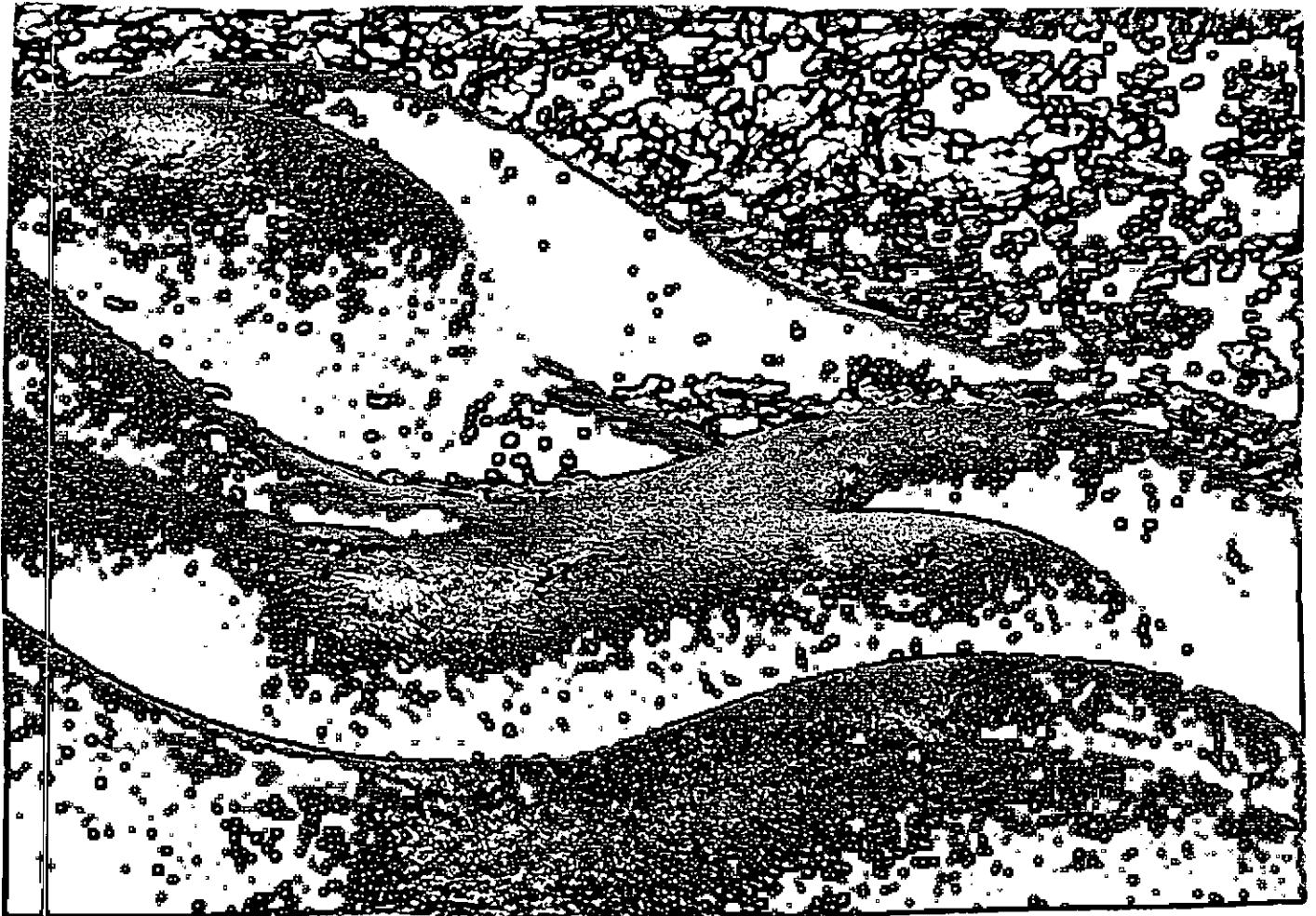
Enfim, é na luta pelo poder, na disputa para conseguir se afirmar/lucrar, no manejo e nas táticas constantes, na luta pela sobrevivência, na assunção de papéis e na trapaça, que irão se configurar as dinâmicas sociais análogas à situação de jogo e, simultaneamente, toda a riqueza que o mesmo pode oferecer aos jogadores, assim como o fascínio que desperta para o espectador. Como

cantava Elis Regina: "vivendo e aprendendo a jogar, nem sempre ganhando, nem sempre perdendo, mas aprendendo a jogar".

Por isso, afirmamos desde o início que não se tratava de buscar uma "verdade", mas sim um "saber" que determinado grupo possui, utiliza e que norteia a relação que este tem com o seu corpo. As falas expressam esse saber, conhecimento ou ideologia que preside os usos que fazem dos seus corpos, as práticas às quais se submetem, os prazeres, estéticas, dúvidas e emoções. Tal sistema de representações é formado por categorias de pensamento que se relacionam, se opõem, se aproximam, se hierarquizam e se complementam dentro de uma lógica, que não sendo uma verdade em essência, é um saber de fato.

Ao responder às nossas questões, nossas entrevistadas colocam não apenas seus pontos de vista pessoais, como expressam valores e visões de mundo coletivos, legitimados pelo grupo com que convivem e onde estes lhes foram transmitidos. Desta forma, tanto o conteúdo de suas falas quanto a leitura que fazem das mensagens que lhes chegam, só podem ser entendidos e adquirir um significado em referência ao contexto mais amplo da sociedade e da cultura.

Uma de nossas entrevistadas nos disse: "consumo é igual gula...você incorpora sem necessidade". Neste sentido, talvez os discursos sobre o corpo aqui trazidos, possam ser entendidos como a melhor metáfora da nossa sociedade. Uma sociedade bulímica, que consumindo em excesso, está permanentemente insatisfeita.



## VI- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

"Claro que o corpo não é feito só para sofrer,  
mas para sofrer e gozar"

Carlos Drummond de Andrade

## VI- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBUQUERQUE, A & MAIA, M. (1999) *Get there now! Cultura contemporânea, imediatismo e desamparo*. (cópia mimeo)
- AUGRAS, M. (1996) *O Ser da Compreensão - Fenomenologia da Situação de Psicodiagnóstico*, Petrópolis, Ed. Vozes.
- AUGRAS, M (1999) Notas de sala de aula.
- AULAGNIER, P. (1980) *El sentido perdido*. Buenos Aires. Ed. Trieb.
- BAUDRILLARD, J. [1970] *A Sociedade de Consumo*, Edições 70, SP, 1981
- [1990] *A transparência do mal. Ensaio sobre os fenômenos extremos*. Campinas, Ed. Papyrus. 2ª. ed.(1992)
- [1995] *O crime perfeito*. Lisboa. Ed. Relógio D'água. 1996
- (1997) *A dupla extermínio*. In: *Tela-total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre. Sulina.
- BIRMAN, J. (1997) *As alquimias no mal-estar da atualidade*. In: *Jornal do Brasil*, RJ, 17/06/97, p.06
- (1998) *A Deusa Imperfeita. A estética como política*. In: *Revista de Cinema e Outras Questões Audio-Visuais*. N.9. Ed. Cinemais, pp 105-111
- BOBBIO, N. (1997) *Tempo da Memória. De Senectute e outros escritos autobiográficos*. Rio de Janeiro. Ed. Campus.
- BOURDIEU, P. (1980) - *A Crença e o Corpo*. In: *Le Sens Pratique*, cap. 4, Paris, Minuit (cópia traduzida e xerocada).
- (1992a) - *A Lógica dos campos*. In: *Réponses: pour une anthropologie réflexive*, cap. 2, Paris: Seuil, (cópia traduzida e xerocada.)
- (1992b) - *Habitus, Illusio e Racionalidade*. In: *Réponses: pour une anthropologie réflexive*, cap. 3, Paris: Seuil, (cópia traduzida e xerocada.)
- CALLIGARIS, C. e outros (1991) *Clínica do Social. Ensaio*, São Paulo. Ed. Escuta.
- CANCLINI, N.G. (1995) *Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ.

CARNEIRO,C.(1997) *A Insustentável Plenitude da Beleza: Um Estudo Psicanalítico Sobre a Mulher e o Consumo*. Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro, PUC-Rio.

CASH & HENRY (1995) Women's Body Images. The results of a National Survey in USA. In: *Sex Roles*. Vol.33, n.1/2

CERTEAU,M.(1995) *A cultura no plural*. São Paulo, Ed. Papirus.

CHAUÍ,M (1986) *Conformismo e resistência.Aspectos da cultura popular no Brasil*.São Paulo. Ed .Brasiliense.

COSTA,J.F. (1985) *Violência e Psicanálise*, Rio de Janeiro, Ed. Graal.

----- (1994) *A Ética e o Espelho da Cultura*. Rio de Janeiro, Ed. Rocco.

COURTINE, J.J.(1995) Os Stakanovistas do narcisismo. In: SANT'ANNA, D.B. (org) *Políticas do Corpo*. São Paulo. Estação Liberdade.

COUTO,E.S. (2000) *O Homem-Satélite. Estética e mutações do corpo na sociedade tecnológica*. Salvador. Ed. Unijuí.

DA MATTA,R. (1986) O Corpo Brasileiro. In:Strozemberg, I. (org), *De Corpo e Alma*, RJ, Contemporânea, pp 76-85.

DANIELS, M.C (1999) *Traços físicos, imagens sociais: representações da feiúra*. Dissertação de Mestrado. São Paulo. Unicamp.

DEL PRIORE, M (1993) *Ao sul do corpo*. Rio de Janeiro. Ed. José Olympio.

----- (2000) *Fazer-se bela, ser mulher. Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. (cópia mimeo)

DELEUZE,G.(1974) *A lógica do sentido*. São Paulo. Ed.Perspectiva.

----- (1999) O Ato de criação.In: *Folha de São Paulo, Caderno Mais*. 27/6/99:4

DUTTON,K. (1995) *The perfectible body: the western ideal of physical development*. Londres. Ed. Cassel.

FEATHERSTONE, M (1995) *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo. Estudio Nobel.

FRANK, A (s/d) *For a sociology of the body. An analytical review*. (cópia xerox)

Freud,S. [1914] Sobre o Narcisismo: Uma Introdução. In: *Obras Completas*. ESB, RJ, Imago vol.XIV. 1969

-----[1930] O Mal-estar na civilização. In: *Obras Completas*.ESB. RJ. Imago vol XXI (1969)

-----[1931] Sexualidade Feminina. In: *Obras Completas*.ESB. RJ. Imago, vol XXI. 1969

FIGUEIREDO,L.C.(1992) *A invenção do psicológico:quatro séculos de subjetivação (1500 - 1900)* São Paulo, Escrita/Educ

GARCIA, C, & COUTINHO,L.G. (1999) *Tribos, consumo e desamparo. Uma analogia contemporânea.* (cópia mimeo)

GEERTZ, C. (1978) Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: *A Interpretação das Culturas.* Rio de Janeiro, Ed.Zahar

GOES, F & VILLAÇA,N (1998) *Em nome do corpo.* Rio de Janeiro. Ed Rocco

KHEL,M.R. (1986) Eu vi um Brasil na TV. In: SIMÕES & KHEL (org) *Um País no Ar* São Paulo, Brasiliense

----- (1996) Você Decide....e Freud Explica. In: site da Fundação Sistema Estadual de análise de Dados (cópia mimeo)

LASCH,C (1986) *O Mínimo Eu.Sobrevivência Psíquica em Tempos Difíceis.* São Paulo, Ed. Brasiliense.

LE BRETON, D.(1985) *Corps et Sociétés: Essai de Sociologie et Anthropologie du Corps,* Paris, Lib.des Meridiens.

LINS DA SILVA, C.E.(1985) *Muito Além do Jardim Botânico- Um Estudo sobre a Audiência do Jornal Nacional da Globo entre os Trabalhadores,* São Paulo, Summus.

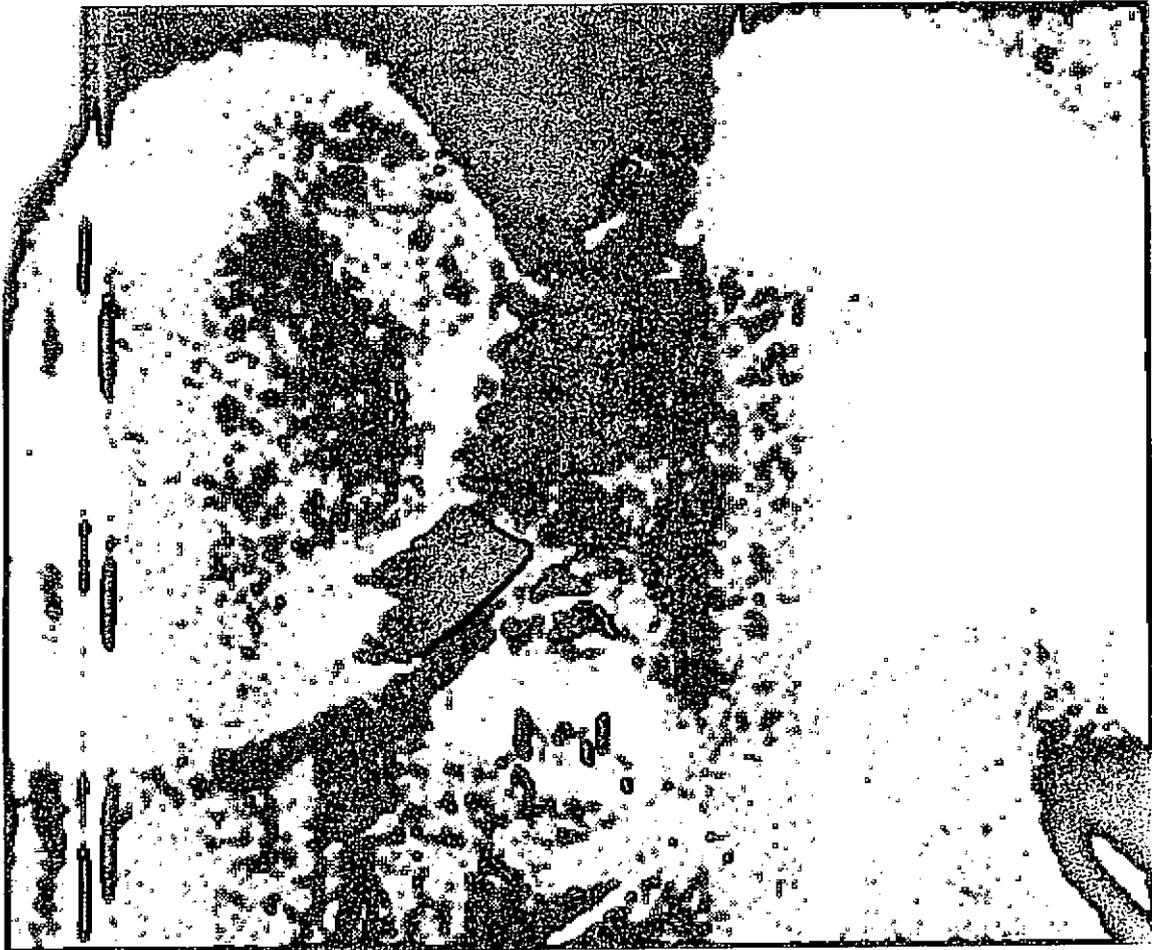
MALYSSE,S. (1997) A la recherche du corps ideal:culte féminin du corps dans la zone balnéaire de Rio de Janeiro. In: *Cahiers du Brésil Contemporain,* Paris, n.31,pp157-174

MARINHO,L.C. (1995) Reflexões sobre as relações entre o consumismo, o narcisismo e o exercício da clínica. In: *Cadernos de Psicanálise,* 17,(9), Rio de Janeiro, CPRJ, pp101-108

MAUSS,M. (1934) Les Techniques du Corps. In: *Sociologie et Anthropologie,* Paris, PUF, 1968, pp 365-383

MORIN, E. (1967) *Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo,* Rio de Janeiro, Forense Universitária, 6ª Ed.1984

- NOVAES, J. (1997) *Corpo e Prazer. O corpo do consumo e o consumo do corpo*. Trabalho de Conclusão de Curso. Rio de Janeiro. PUC-Rio (cópia mimeo).
- REMAURY, B (2000) *Le beau sexe faible. Les images du corps féminin entre cosmétique et santé*. Paris. Ed. Grasset & Fasquelle.
- ROCHA, E.P.G (1984) *Magia e Capitalismo*, Rio de Janeiro, Ed. Brasiliense.
- RODRIGUES, J.C. (1986a) O corpo liberado. In: Strozemberg, I. (org.) *De Corpo e Alma*. Rio de Janeiro, Ed. Contemporânea, pp90-100
- (1986b) *O tabu do corpo*. Rio de Janeiro. Ed. Dois Pontos.
- (1999) *O corpo na história*. Rio de Janeiro. Ed. Fiocruz.
- ROUET, M (1978) *L'Esthétique Corporel*. (cópia traduzida e xerocada).
- RUBINSTEIN, H (1930) *The Art of Feminine Beauty*. NY. Liveright.
- SCHPUN, M (s/d) *Beleza em Jogo: Cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20*. São Paulo. Ed. Senac/Boitempo Editorial.
- SIMMEL, G (1967) A metrópole e a vida mental. In: Velho, G (org): *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro, Ed. Zahar.
- SODRÉ, M. (1987) *Televisão e Psicanálise*. São Paulo, Atica.
- STEELE, V. (1997) Entrevista publicada em O GLOBO, Caderno Ela, Rio de Janeiro, 8/11/97, p2
- STROZEMBERG, I. (1986) *De Corpo e Alma*. RJ, Ed. Contemporânea.
- VILHENA, J. (1991) Mito e Fantasia. Conjunções e disjunções no grupo familiar. In: VILHENA (org) *Escutando a Família: Uma Abordagem Psicanalítica*. RJ, Ed. Relume Dumará, pp 93-97
- VILHENA, J & SANTOS, A. (2000) Quem cala consente! A cultura da violência e a ética da psicanálise. In: *Psychê*. IV n.5. São Paulo, Unimarco, pp 157-182
- VILLAÇA, N. (1983) *Cemitérios de mitos*. Rio de Janeiro. Ed Achiamé.
- WOLF, N. (1990) *O Mito da Beleza*. RJ, Rocco, 1992



## VII- ANEXO

"O absoluto desta liberdade, no entanto, chama-se solidão."  
Julia Kristeva

## VII- ANEXO

## VII.1 ROTEIRO DE ENTREVISTA:

- 1) Por que você malha?
- 2) Há quanto tempo você malha?
- 3) Você gosta? Acha divertido?
- 4) Você se sente culpada quando não vem malhar?
- 5) Como seria o corpo ideal para você?
- 6) Você toma algum complemento vitamínico, *fat burner*, aminoácido ou anabolizante? Caso tome, o que espera dele?
- 7) Você acha que alguma coisa modificaria com a malhação?
- 8) O que seria um bom programa e um programa ruim?
- 9) Como se sente quando comparada às jovens? Como está sendo envelhecer?
- 10) Como você definiria uma pessoa consumista? E você, se considera consumista?
- 11) Qual a atriz / modelo você considera maravilhosa?

## VII.2 CRÉDITO DAS IMAGENS

### INTRODUÇÃO

Arquivo "O Globo"

#### I- A DIMENSÃO SOCIAL DO CORPO

"Ken und Tyler" – David Mapplethorpe (1985)

#### II- CORPO E SOCIEDADE DE CONSUMO

Sem título – Ana Paula Oliveira (1998)

#### III- CORPO FEMININO: CONSTRUÇÃO E CONSUMO

"Henrietta ficellée" – Helmut Newton (1980)

#### IV-O CONSUMO DO CORPO

"Messieurs mesdames" - Alain Verdier (1979)

#### V- INCONCLUSÕES

"Noire et Blanche"- Man Ray (1926)

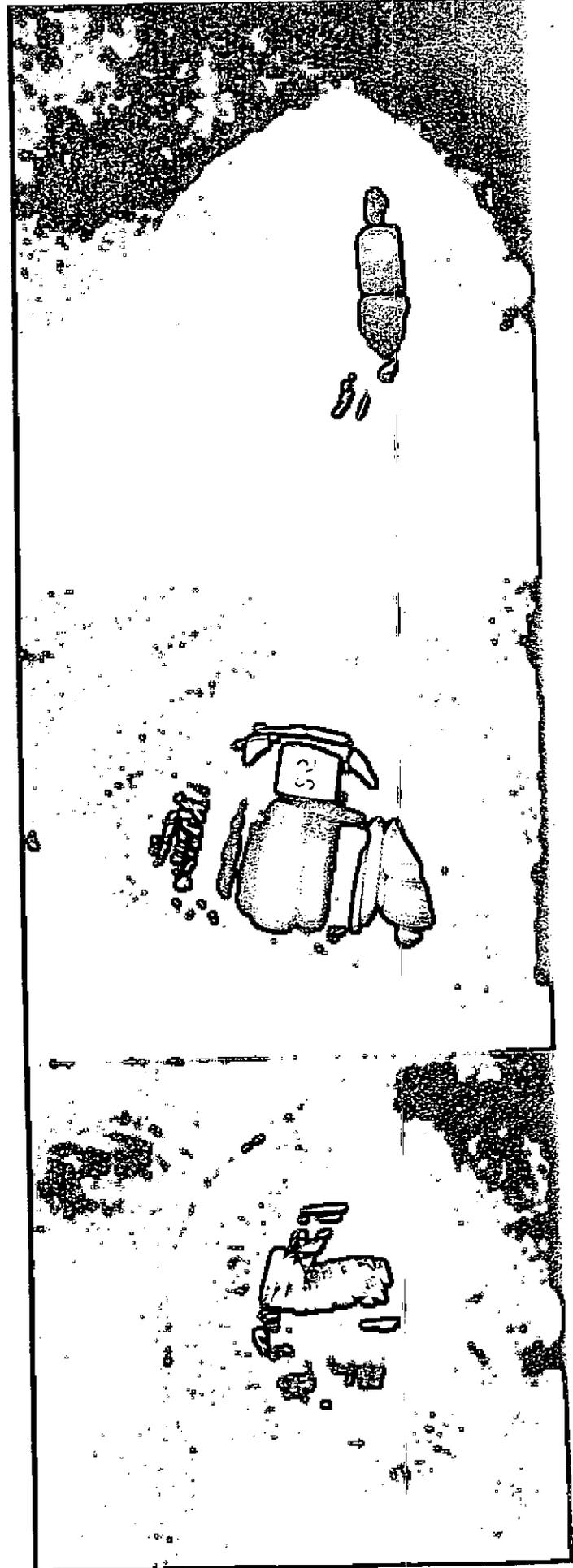
#### VI- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Sem título – Helmut Newton (1982)

#### VII- ANEXO

"Bilitis" – David Hamilton (1977)

## VII.3 CATÁLOGO DE PROPAGANDA – SIMONE CUNHA

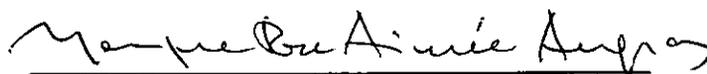


**Gula:** "Fome de viver" ou voracidade consumista? Melhor apostar nas duas.  
**Afinal, em tempos de crise o que conta, mesmo, é o excesso.**  
**"Less" nunca vai ser "more" e estamos comovados. (carta, Donatella?)**

**Gluttony:** "The hunger" or a consumer's voracity? Better to bet on both.  
**In the end, in times of crisis, what matters, really, is excess.**  
**Less is never more and that's all there is to be said. (All right, Donatella?)**

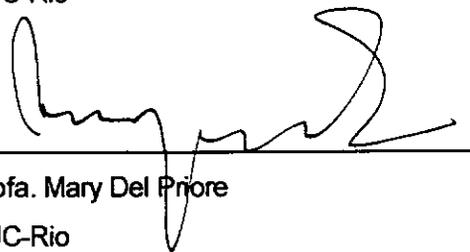
**Gula: "Fome de viver" ou voracidade consumista? Melhor apostar nas duas.**

Dissertação apresentada ao Departamento de Psicologia da PUC-Rio pela aluna Joana de Vilhena Novaes, intitulada "Perdidas no espelho?...Sobre o culto ao corpo na sociedade de consumo", e aprovada pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores:



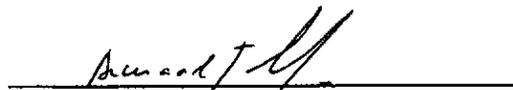
Prof. Monique Rose Aimée Augras (Orientadora)

PUC-Rio



Prof. Mary Del Priore

PUC-Rio

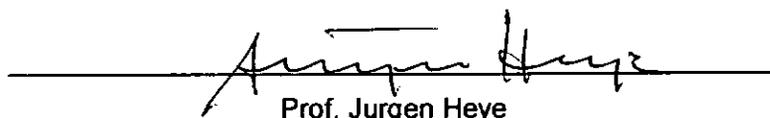


Prof. Bernardo Jablonski

PUC-Rio

Visto e permitida a impressão

Rio de Janeiro, 22.05.2001.



Prof. Jurgen Heye

Coordenador dos Programas de Pós-Graduação do Centro de Teologia e Ciências Humanas

Profª Anamaria Ribeiro Coutinho  
Coordenadora de Pós-Graduação e Pesquisa  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA  
Rua Marquês de São Vicente, 225 - Gávea - 22543-900  
Rio de Janeiro - RJ - Tel. (021) 529 9318 / 239 0107 FAX (021) 511 1992  
E-mail: anacout@psi.puc-rio.br