

O CORPO COMO TEXTO DE CULTURA: A VISUALIDADE DA IMAGEM DO CORPO EM SUAS MUDANÇAS EXTREMAS VEICULADAS NA MÍDIA

MARTINS, Viviane Lima
Programa de Comunicação e Semiótica da PUC-SP
viviane_martins1@hotmail.com

Resumo: O valor atribuído ao corpo e a forma como este é administrado na mídia, nas três últimas décadas, é o que o presente trabalho de pesquisa busca realizar. Neste contexto, o objetivo fundamental é destacar a posição e a função do corpo enquanto texto de cultura, e como são criados e veiculados os considerados padrões aceitos e os chamados outsiders, pela mídia, propondo, assim, um estudo de como esta apresenta os mapas de valores, isto é, como propõe certos contratos comunicativos em que euforiza certos valores, em detrimento de outros, que revigora e estabelece a cultura através da criação da memória de coletividade. Trata-se de investigar as diferentes articulações texto/imagem, articulados pela mídia, capazes de construir mapas cognitivos que veiculam e tornam visíveis certos valores e não outros. Como *corpus*, a pesquisa se baseia na mídia eletrônica e televisiva, tendo como referência a série Tabu América Latina, exibida pelo canal National Geographic, 2011, e *reality show* Extreme Makeover exibido pelo extinto canal People and Art, entre os anos 2007 e 2009.

Palavras-chave: Semiótica, mídia, corpo, comunicação.

1. Introdução: o corpo e a mídia

“O homem é menos ele mesmo quando fala em sua própria pessoa. Dê a ele uma máscara e ele falará a verdade”.

Oscar Wilde

Como qualquer outra realidade do mundo, o corpo humano também é socialmente construído. Segundo Baitello Jr. (2005), o corpo, considerado como texto, apresenta uma série de significações, e pode representar a cultura dos grupos. A partir da alteração das relações sociais, as representações dos corpos também são alteradas. Um dos objetivos do artigo é destacar a relevância do corpo como questão de identificação pessoal, abordando, assim, traços da cultura que são refletidos na imagem e expressão do corpo.

Se cada cultura tem sua teia de significados, como afirma Santos (2006), todo discurso que se pretende parte de uma cultura - ou que busca persuadir um sujeito inserido nela - deve estar de acordo com esses significados. Logo, o discurso midiático é produzido em consonância com as condições sociais do período em que se inscreve. É só a partir da constatação - e, de certa forma, da legitimação - dos valores já vigentes na sociedade, que o discurso midiático passa a atribuir novos valores e papéis aos sujeitos sociais.

Nesse contexto, o corpo é um instrumento de comunicação e inscreve sobre si uma composição textual e a cultura de um indivíduo, ou grupo de indivíduos, é refletida em suas atitudes e sua caracterização. Entretanto, na mídia quase não há espaço ou divulgação para os chamados *outsiders*, denominação dada por Norbert Elias, a menos que estes se estabeleçam. Desta forma, os estigmas sociais são desenvolvidos e promovidos pela mídia, criando conceitos de valores.

Segundo Elias, nenhum dos nossos modos de conduta são atitudes naturais, o que se sucedeu foi uma espécie de condicionamento e um adestramento, nada realizado sem custos e dor para o próprio homem. O autor não considera, contudo, que a “civilização progressiva” ou o nosso modo “civilizado” de comportamento humano é o mais avançado possível, nem que a “civilização” é a pior forma de vida, como fora sugerido por algumas abordagens. “[...] Tudo o que podemos dizer é que, com a civilização gradual, surge certo número de dificuldades específicas civilizacionais”, assegura Elias. (1994, p.19).

Para ilustrar a questão do corpo-imagem na mídia, recorreremos a duas séries televisivas, ambas veiculadas em canais fechados, por assinatura, mas que constatarem mudanças e alterações extremas no corpo humano:

- *Extreme Makeover: reality show* exibido entre 2004 e 2009 pelo canal People and Art.
- *Tabu América Latina*: série exibida no ano de 2011 pelo canal NatGeo.

As máscaras identitárias, forjadas pela indústria do entretenimento e veiculadas ao grande público, mais comumente através da televisão, são sobretudo imagens da distinção (Bauman, 2003). Elas suscitam, em teor de espetáculo, um sentimento de admiração e se tornam responsáveis por produzir, vereditos temporários que, até nova ordem, indicam os padrões legítimos, aquilo que é dotado de valor e de reconhecimento. Recorrer a uma intervenção, como a que ocorre no *reallity show Extreme Makeover* (exibido pelo canal People and Art, entre os anos de 2004 a 2008), com um intuito apenas estético, não significa sair de lá com menos pontos ou cicatrizes do que aqueles que as fazem em estúdios de tatuagens, como as que ressaltam a série de televisão *Tabu América Latina*, exibida pelo National Geographic Channel, em 2011, a qual traz as alterações feitas no corpo as quais são tidas por repulsa, por estarem à margem da estética padrão “convencional”.

E é em sociedade que o corpo ganha status visual. Conforme Goffman (1988):

A sociedade estabelece os meios de categorizar as pessoas e o total de atributos considerados como comuns e naturais para os membros de cada uma dessas categorias. Os ambientes sociais estabelecem as categorias de pessoas que têm possibilidade de serem neles encontrados. (GOFFMAN, 1988, p. 11 e 12)

E com relação ao processo de visualidade, Hans Belting (2005, p. 69) afirma que “a medialidade de imagens é originada da analogia ao corpo físico e, incidentalmente, do sentido em que nossos corpos físicos também funcionam como meios – meios vivos contra os meios fabricados”. Correlacionando com os programas *Extreme Makeover* e *Tabu*, o *medium* corpo funciona em duas vertentes: uma como suporte da *arte-mudança*, e outra como o receptáculo o qual recebe a imagem, através do olhar, e esta desencadeia reações sensoriais no corpo daquele que observa.

Como nos coloca Belting (2005), as imagens não se encontram independentemente nas superfícies ou nas cabeças, mas sim, “acontecem” por meio de sua transmissão pela mídia e de sua percepção pelo corpo humano. E finaliza: “nunca houve imagens físicas sem a participação de imagens mentais, uma vez que uma imagem, por definição, é algo que é visto (e só é algo *quando* é visto)”. E ainda, “[...] as imagens até mesmo migram entre *media*

diferentes ou combinam as características distintivas de vários *media*” (2005, p.73). O corpo, é visto assim, como um *médium* vivo. A compreensão visual, aquilo que vemos e como o interpretamos, é uma parte vital da nossa existência enquanto humanos, e nesse aspecto o corpo age em conjunção com outros dispositivos, criando esse *médium*.

2. A imagem do corpo como texto de cultura em suas mudanças extremas veiculadas na mídia

“O Outro é o que me dá a possibilidade de não me repetir ao infinito”.

Jean Baudrillard

Muito além de sermos um corpo atemporal, constituímos um universo corporal que abarca não somente o corpo erógeno, pulsional, mas, também uma unidade que se constitui historicamente num processo dialético que compõe a subjetividade.

Segundo Beatriz Ferreira Pirez, “é através dele [corpo] que estabelecemos nossas relações com tudo o que é externo a nós, e é através dele que, mesmo inconscientemente, se manifesta tudo o que é interno a nós.” (2005, p.89). Para a autora, o sujeito feliz é o homem que realiza suas vontades, que consome.

As marcas de identidade (como tatuagens e outras modificações no corpo) são utilizadas como instrumento de aceitação e pertencimento junto a um determinado grupo. O indivíduo não busca modificação para ser diferente do que é, mas para ser aquilo que, essencialmente, é.

Bourdieu nos aponta que o corpo não é somente um texto ao qual a cultura inscreve suas marcas e características, ele é igualmente um lugar prático direto de controle social. Desse modo, através de regras e práticas, sejam elas consideradas banais (normas de alimentação, hábitos de higiene, modos de vestir, formas de lazer), ou extremas, porém tentando ser convertidas em atividades habituais, é que a cultura “[...] se faz corpo”. (1977, p.94).

Quando se trata de um corpo esteticamente modificado, buscando a sedução, a criação do desejo, e também sua identificação, é retomada por Baudrillard (1995), como uma mudança paradigmática da atualidade, estando o consumo no lugar de organizador da vida cotidiana. Assim, o que se consome não tem a ver nem com a necessidade, nem com a utilidade do objeto, pois, a lógica do consumo é estruturada na manipulação dos signos. Neste caso, o consumo funciona como ponte entre possuir algo valorizado socialmente e sentir-se subjetivamente enriquecido, assim, a opulência e a onipotência estão diretamente ligadas à acumulação de signos de felicidade, satisfação em ser aquilo que o corpo externiza.

Algumas alterações extremas feitas no corpo são tomadas como atitudes positivas, enquanto outras, ainda que possuam o mesmo grau de intensidade, são tomadas por repulsa.

Também Hans Belting ao falar das máscaras como invenção mais brilhante na criação de imagens e que encena uma narração, diz:

“Podemos ir um passo além e arriscar a visão de que toda a imagem, de uma maneira, poderia ser classificada como máscara, seja transformando um corpo em imagem, seja existindo como uma entidade separada, ao lado do corpo. Decoração facial e tatuagem podem transformar a face humana efetiva em máscara”. (BELTING, 2005, p.70)

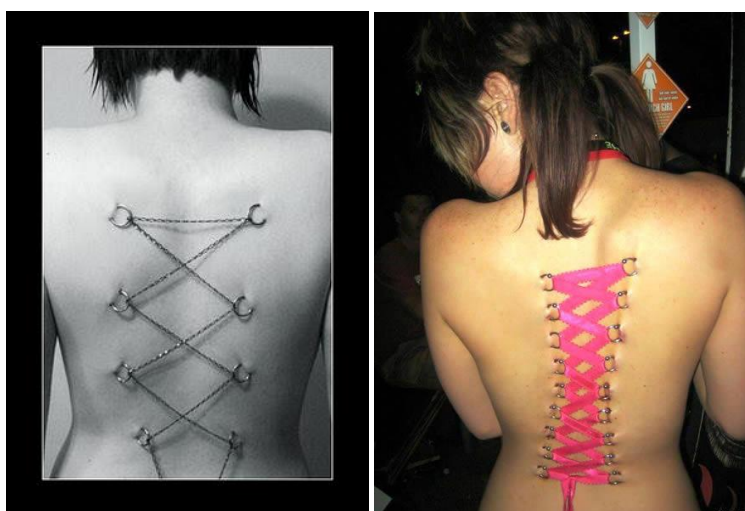
O fitar seria, então, o limite da indissolubilidade entre a aparência do visto e o ser de quem vê; um gesto do corpo; a forma como o corpo se manifesta em relação às propriedades visíveis. Nesse momento, o sujeito se identifica pela transformação processada, sendo esta um gesto em busca da imagem que o identifique.

Como nos mostram as imagens dos corpos, extraídas dos programas analisados, a *arte* não é traduzida como os desenhos tatuados, os corpos desenhados por bisturis, os implantes; a *arte* é a mudança em si. Quanto mais espetacular for a mudança, mais contemplativa, sedutora e deslumbrante ela se apresenta. Cabe ressaltar, que, embora os corpos apresentados na série Taboo sejam de aparência classificada como repugnante, eles possuem um elemento de magnetismo, um *atractor*, como coloca Massimo Canevacci, cuja função é chocar o ambiente sócio-cultural em que este tenta se estabelecer.



Tabu América Latina: “Cuttin como marca contra-cultural”

Cuttings, implantes, cirurgias são estilizações de uma estética que unifica as reflexões filosóficas “altas” com as técnicas “baixas”, ligadas a uma beleza personalizada. Tornando-se metropolitano o cutting passa do status ritual e se torna performance. Um ritual unifica todos aqueles que normalmente todos que estão divididos, por isso é coletivo; enquanto o cutting, por exemplo, pertence à experiência de pessoas singulares, que decidem com base em motivações privadas realizar um ato de mutação.



Tabu América Latina – Corpos Alterados: “Pele espartilho”

Os ganchos se inserem como tantos piercings nas costas, de modo a compor uma partitura simétrica sobre a qual, como um próprio busto oitocentista, se passa a fita que aperta e fecha o corpo. Só que desta vez é o corpo mesmo a ser fechado, sem a mediação do tecido tradicional reforçado pelas varetas de baleia. Basta apertar a fita que a pele se aperta com prazer (CANEVACCI, 2008, p. 69)

Conforme Didi-Huberman, não há que escolher entre o que vemos e o que nos olha. Há apenas que se inquietar com o entre; há apenas que dialetizar. Em *O que vemos, o que nos olha*, o autor nos aponta duas constatações: a) As imagens são ambivalentes, isso causa inquietação; b) O ato de ver sempre nos abrirá um vazio invencível. Para ele, é sobretudo ao explorar esse paradoxo dos objetos minimalistas que podemos dar visibilidade a uma dialética do olhar, isto é, o ato de dar a ver não é o ato de dar evidências visíveis a pares de olhos que se apoderam unilateralmente do ‘dom visual’ para se satisfazer unilateralmente com ele. “Dar a ver é sempre inquietar o ver, em seu ato, em seu sujeito. Ver é sempre uma operação de sujeito, portanto uma operação fendida, inquieta, agitada, aberta. Entre aquele que olha e aquilo que é olhado” (1998, p.77). Quem observa transforma a “transformação” em acontecimento.



Extreme Makeover: “mídia como fada-madrinha”

Como já discutido, a imagem do corpo, transformado ou deformado, é a própria mídia. A mídia de massa costuma trabalhar com um mecanismo discursivo que faz com que a imagem crie uma nova realidade. Tais dispositivos possuem um caráter fermentativo, onde o tempo é apagado, sobra apenas imagem e espaço. Esse “aqui e agora” é elemento chave, pois o corpo se torna atemporal, sendo visto como um corpo-espetáculo, “a alienação do espectador em favor do objeto contemplado” (DEBORD, 1997, 24). Sem tempo, sem dor, mas um “que pressupõe a atividade de um pequeno grupo para desfrute do coletivo” (KEMP, 2005, 84).

Na Fenomenologia da percepção exposta por Merleau-Ponty, o nosso corpo próprio é “o registro onde estamos inscritos e continuamos a nos inscrever” (1968, p. 16). Com isso, o autor

procura mostrar que o mecanismo pelo qual atribuímos sentido às coisas não é posterior e exterior à via corporal, carnal e comportamental, além de chamar atenção para o fato de que o corpo possui a capacidade de ser ao mesmo tempo algo que toca e é tocado, algo que sente e é sentido.

“Engajo-me com meu corpo entre as coisas, elas coexistem comigo enquanto sujeito encarnado, e essa vida nas coisas não tem nada de comum com a construção dos objetos científicos (...). É por meu corpo que compreendo o outro, assim como é por meu corpo que percebo ‘coisas’ ” (MERLEAU-PONTY, 1994, p. 252).

Sobre a visualidade do corpo-imagem, o interessante é que mesmo que o ato de expressão já se constitua num mundo cultural, no sentido de que pressupõe a aquisição de certos valores e a filiação a certos modelos de conduta, este corpo tem sempre a capacidade de, a partir delas, transcendê-las: “apoia-se nelas, assim como numa onda, ajunta-se e retoma-se para projetar-se para além de si mesmo” (MERLEAU-PONTY, 1994, p. 267).

3. Considerações finais

Com estes questionamentos propostos pretende-se buscar resultados significativos para as áreas de estudos em Comunicação e Semiótica, pois acredita-se que o discurso midiático é produzido em consonância com as condições sociais do período em que se inscreve, atribuindo novos valores e papéis aos sujeitos. O corpo é parte deste contexto e suas mudanças extremas podem produzir novos padrões de comportamentos, que posteriormente são difundidos na mídia.

Assim, por ser um sistema irreversível, o corpo humano não pode ser compreendido independentemente do ambiente que habita e da cultura que vivencia, já que na verdade, estes fatores acabam por se co-produzirem e interrelacionarem, modificando-se uns aos outros durante a interação, produzindo conhecimento.

Greiner nos aponta em sua obra *O Corpo – Pistas para estudos indisciplinados* a relação corpo-sistema complexo:

Falar em co-evolução significa dizer que não é apenas o ambiente que constrói o corpo, nem tampouco o corpo que constrói o ambiente. Ambos são ativos o tempo todo. A informação internalizada no corpo não chega imune (...). O corpo humano é, portanto, reconhecido como sistema complexo e é justamente esta alta taxa de complexidade, e nada além disso, que o distingue das outras espécies. (GREINER, 2005, p.43)

Falar em corpos e visualidade nos remete a Benjamin, que dizia que a contemplação livre não lhes é adequada. “Elas inquietam o observador, que pressente que deve seguir um caminho definido para se aproximar delas.” (1985, p. 174). O par de oposições entre os valores sociais da arte, seu valor ritual e seu valor de exposição, relacionam-se também ao tema da arte, que no caso do ritual era o próprio homem.

No que se refere ao seu caráter da imagem enquanto, Benjamin define com este termo é a capacidade que a obra tem de atingir o espectador, como um tiro. E afirma: “tudo o que é percebido e tem caráter sensível é algo que nos atinge” (1985, p. 191). Ora, se aquilo que é

percebido é algo que nos atinge, fica claro que há algo da ordem do corpo que se manifesta na visualidade, que através da visualidade é o corpo que é colocado em cena, é que Benjamin chama de qualidade tátil da obra.

Não se trata somente de um corpo que se estabelece como suporte para a imagem. Mais do que isso, é um corpo que se faz imagem. As estratégias discursivas exteriorizadas por meio das imagens, de forma diacrônica e sincrônica, veiculadas na mídia, formam, então, o primeiro elo entre o observador e o observado (o que vemos e quem nos vê). Para o espectador, este processo pode ser claro e objetivo ou pode esconder as reais intenções das imagens na mídia; assim, a imagem pode funcionar como uma janela ou como um biombo para o olhar humano, é uma questão de olhar.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. Comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- BAITELO JR., Norval. A era da iconofagia. São Paulo: Hacker, 2005.
- BAUDRILLARD, Jean. A sociedade do consumo. Rio de Janeiro: Elfos editora, 1995.
- BELTING, Hans. Por uma antropologia da imagem. Rio de Janeiro, Revista Concinnitas, 2005.
- BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. In: Magia e técnica, arte e política. Obras escolhidas Vol I. Tradução Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BOURDIEU, Pierre. Outline of a Theory of Practice, Cambridge University Press 1977.
- CANEVACCI, Massimo. Fetichismos Visuais: Corpos Eróticos e MetrÓpole Comunicacional. São Paulo, Atelie, 2010.
- DEBORD, Gilles. A sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DIDI-HUBERMAN, GEORGES. O que vemos, o que nos olha. São Paulo: Ed. 34, 1998.
- ELIAS, Norbert e SCOTSON, John. Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2000.
- FERRARA, Lucrécia D’Aléssio. Leitura sem palavras. São Paulo: Ed. Ática, 4º ed, 2002.
- GREINER, Christine. O corpo – pistas para estudos indisciplinados. São Paulo: Annablume, 2005.
- GOFFMAN, Erving. Estigma: nota sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4 ed. Rio de Janeiro, Livros Técnicos e Científicos, 1988.
- KEMP. Kênia. Corpo modificado: corpo livre? São Paulo: Paulus, 2005. (Coleção Questões Fundamentais do Ser Humano; 4/Coordenação Maria Angela Vilhena).
- MERLEAU-PONTY, Maurice. Fenomenologia da percepção. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- PIREZ, Beatriz Ferreira. O Corpo como suporte da arte. São Paulo: Senac, 2005.
- SANTOS, Boaventura de Souza Santos. A gramática do tempo. São Paulo: Cortez, 2006.