



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“CORPO E MODA – ENUNCIADOS DE COMUNICAÇÃO”¹

Charbelly Estrella

Mestra em Comunicação e Cultura pela Eco/UFRJ.

Professora de Teoria da Comunicação e Política da Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Estácio de Sá, no Rio de Janeiro. É graduada em Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas, pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro

RESUMO: Este ensaio coloca em debate o sentido de humano que foi elaborado pela experiência moderna como forma de abarcar todo seu campo sensível, assim como todo princípio de ordenação e classificação que constituiu o projeto de um mundo em progresso.

Nosso debate insere a indústria da moda, surgida no século XIX como sistema de gerenciamento dos produtos do capital, assim como foi portadora de um discurso para a catequese dos corpos urbanos e modernos para o ideal de mundo elaborado pelo discurso da modernidade. Entretanto, assistimos agora a uma crise e um esvaziamento de sentido tanto na experiência sensível que a modernidade agenciou no corpo quanto para todo os produtos do capital. A comunicação parece indicar um lugar fértil para ilustrar este debate.

Pensar os fenômenos extremos da contemporaneidade, de certa forma, nos conduz a três questões que povoam intensamente os espelhos telemáticos: o corpo, o espetáculo das mercadorias e os enunciados de comunicação.

Muito temos discutido sobre aquilo que Jean Baudrillard¹ denominou de morte pelo excesso e não pelo fim, a que o autor identificou como as transparências do capital. Partiremos neste ensaio dos debates que alguns autores propõem sobre a relação da crise do sentido de humano e sua falência nos espetáculos de comunicação nas superfícies atuais.

Nossa aposta é que aquilo que denominamos de crise dos aparelhos de comunicação em verdade enunciam a crise de um sentido, o sentido de humano, ou melhor, o excesso de comunicação e sua conseqüente banalização têm fundamental ligação com a crise do sentido de humano e com aquilo que a ordem moderna

¹ Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



classificou como suporte da experiência humana - seu corpo. Encontramos em alguns autores reflexões definitivas para que possamos discutir mais a vontade tal questão – Ieda Tucherman, Breve história do corpo e de seus monstros; Jean Baudrillard, A transparência do mal; e Guy Debord, A Sociedade do Espetáculo. Em um primeiro momento discutiremos o sentido de corpo na modernidade e como esse serviu para dar suporte à elaboração do projeto moderno e seu ideal de mundo, sendo encenado na modernização das grandes cidades européias, na consolidação do capital como lógica econômica de gerenciamento das produções materiais do homem e com isso o próprio surgimento da indústria da moda.

O corpo arrumou-se como suporte para os artifícios da modernidade, como imagem da razão iluminista. Por excelência representou os limites do herói moderno pela subjetivação do jogo dos artifícios e pela construção das máscaras sociais, operando sobre a pele o limite cultural, a fronteira estética com as sensibilidades do mundo. Entretanto não estamos deitando com o mesmo corpo. Os artifícios que ainda o recobrem são estilhaços de uma herança atualizada em tecnologia, materiais sintéticos e funcionalidade, mas não respondem pelo mesmo discurso de outrora – ordenação e classificação das experiências do humano e suas potencialidades. Talvez outra questão prenuncie-se a esta: o corpo dispõe da mesma tarefa, é referência das coisas do mundo ou constitui seu alvo primeiro de desreferencialização? Como parece apontar Baudrillard² que o espetáculo do corpo ou o transestético, a experiência que estaria para além das sensibilidades humanas, já que o humano não responde mais a uma inteireza, a uma coesão de discurso ou ainda a racionalização de um projeto. Como rosto da experiência moderna, trouxe consigo os ideais de forma-função, quando diante da “desordem” pós-moderna é enunciado das operações do capital sem rosto e de sua acumulação nunca antes vista. Debord sinaliza onde capital e espetáculo se fundem, ou melhor, quando o capital passa a ser o agenciador de nossas experiências. “*O espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem.*”³ Tanto o espetáculo de Debord como a mercadoria de Baudrillard apontam para o mesmo ‘Mal’ – o atravessamento absoluto e definitivo do capital nas coisas do mundo e acima de tudo nas sensibilidades humanas. Segundo Baudrillard⁴, a mercadoria como insígnia do capital não refere-se a nada para além do próprio capital, dando conta de todas as nossas



experiências e ao mesmo tempo de uma só – de si mesma. A transformação de todas as nossas criações ou reproduções em mercadoria vem sinalizar a onipresença divina do capital e sua ponte de conexão com os indivíduos – o consumo.

Muitos nomes já foram dados ao processo dos novos lugares do corpo, e até mesmo disto que nos parece a multiplicação dos corpos sobre o corpo. O culto do corpo, seus vários nomes, a multiplicação dos cadernos de saúde, as novas técnicas para deixá-lo “forte e saudável” ou mesmo alterar suas formas, que vão desde aparelhos de ginástica de última geração tecnológica às novas técnicas de cirurgia plástica, passando pelo personal trainer, terapias alternativas, remédios controladores de apetite, bulimia e anorexia. O desenho esbelto do corpo atual está na ordem do dia, dividindo espaço com as vitrinas dos shoppings, estúdios de tatuagem entre outros rituais de reconstrução de suas possibilidades de ter forma ou de alterá-la. Reconstruir o corpo moderno é retirar seu tempo decorrido, seu dado histórico, é desarrumar suas possibilidades de vir a ser, descredenciar a atitude do moderno como gerenciadora das coisas da moda na atualidade.

O sistema da moda, como campo de agenciamento e disciplina na ornamentação do corpo moderno, se deu como estrutura burocrática alavancada pela possibilidade econômica da nova ordem de produção industrial, tinha por objeto a subjetivação do corpo urbano burguês, seus heroísmos, seu dado disciplinar e o agenciamento dileto das escolhas.

Quais escolhas a moda ilustra? Ou ainda como mostruário da liberdade de escolha do indivíduo sua mensagem seja sempre a de que apenas uma escolha não nos é dada – a de não escolher. A performance moderna era pela forma. Um ideal estético de experiência e sensibilidades. O corpo era indiscutível em seu posto de sucedâneo de tais experiências e escolhas. Somente a partir da certeza da representação do corpo moderno é que a moda moderna como instituição burocrática das aparências pôde acontecer. Entretanto, hoje não temos a mesma certeza. A moda contemporânea não se dá mais na dicotomia do moderno: a Maison criava e a indústria reproduzia. A atualidade alimenta-se de uma reprodutibilidade sem origem fundadora, ou ao menos aquilo que lhe conferiu tal sentido. E a partir de todos os focos, uma bricolage impõe-se, sugerindo uma corrida pela mudança e não pelo novo. Sobretudo, aponta para a crise do simbólico, do signo



que remete a si mesmo. *”Quando as coisas, os signos, as ações são libertadas de sua idéia, de seu conceito, de sua essência, de seu valor, de sua referência, de sua origem e de sua finalidade, entram então numa auto reprodução ao infinito. As coisas continuam a funcionar ao passo que as idéias delas já desapareceram há muito. Continuam a funcionar numa indiferença total a seu próprio conteúdo. E o paradoxo é que elas funcionam melhor ainda.”*⁵

Não estamos querendo afirmar que a indústria da moda sofreu seu ocaso na atualidade. Muito distante disso, as Casas de Costura do século XIX tornaram-se, hoje, as grandes empresas transnacionais com seus produtos licenciados para todo o globo, e suas ações nas bolsas de valores da Ásia à América do Norte, campanhas publicitárias, beldades industrializadas. Como exemplo do capital flexível, fidelizam a lógica econômica atual. A partir daí todas as imagens são possíveis e passíveis de serem realizados sobre o corpo. As monstruosidades que ajudaram a definir o próprio sentido de humano, colocando-se como diferença absoluta, hoje não fazem mais que festivas e efêmeras representações lúdicas.

A quebra do espelho – fuga das imagens

Alguns autores já citados localizam nos anos de 60/70 a ruptura estética que hoje experienciamos. O projeto moderno ordenou questões políticas e econômicas além de ter servido a uma pedagogia dos corpos para a vida moderna – uma catequese dos sentidos. Entretanto, onde ou quando o espetáculo do consumo das coisas para o corpo colocou-se ao próprio corpo, tornando-o seu maior campo de produções e experimentações? Quando foi que o espelho de Narciso, que conferia unicidade e beleza aos corpos do ocidente, partiu-se e fez surgir seus incontáveis múltiplos?

A indústria da moda que surgiu no século XIX partiu da fronteira entre corpo e artifício, a princípio intransponível pela integridade do corpo humano. Suporte do produto das máquinas, tinha nas mesmas a certeza de que seus limites estavam salvos das hibridações monstruosas do mecânico.

Entretanto os anos setentas parecem ter, de fato, apresentado aquilo que ousaríamos chamar de último corpo político. Entre tantas ações urbanas culturais e



estudantis, e, principalmente, após a efervescência política de 1968 no ocidente, o grande “não” ao sistema capitalista parece ter como forte modelo o despojamento do processo de produção-consumo no corpo hippie. O capital segundo Eric Hobsbawn⁶, apresentaria de 1947 a 1973 o seu momento de expansão sem precedentes denominado como “Era de Ouro”. O que a contracultura como nova proposta estética parece ter ensaiado no corpo hippie foi um discurso de resistência a essa expansão da sociedade de consumo. O que assistimos no final foi talvez a própria negativa sendo engolida pelos movimentos de afirmação da ocidentalização absoluta do capitalismo.

O movimento de contracultura – o desafio ao sistema que estava em seu auge – construiu na desarrumação do corpo moderno uma outra idéia daquilo que havia sido monstruosidade – *freak* – no século anterior. Segundo Tucheran⁷ “*o que verificamos é uma total mudança do campo de aplicação do termo freak, que, agora, designa toda a forma contrária ao establishment como sendo freak.*” É nesse momento, continua, que “*as atitudes de resistência e/ou desafio passam a ser exercidas no corpo, acompanhadas muitas vezes de marcas visíveis e grotescas. O bizarro passou a significar uma nova postura social, transformando-se numa estratégia de afirmação da diferença, mas também da fuga dos sistemas disciplinares.*” Assistíamos aos novos gritos do corpo: faça amor, não faça guerra e ao convite do “Freak out!” enfim, o corpo começava a enunciar a crise do projeto humano, ensaiado na Modernidade, ao mesmo tempo que ainda se apresentava como suporte do discurso político.

A sonoridade hippie e as guitarras estridentes dos *freaks* – nas figuras dos roqueiros e da legião de jovens que elegeram o corpo como lugar para detonar o sistema - também apresentava o embrião daquilo que mais tarde experimentaríamos, e o fazemos até hoje, que é a ordem da espetacularização das coisas do mundo – o mundo lapidado em mercadorias. De todo o manifesto da contracultura, restou a materialidade de seus produtos – a música, as celebridades, o rock e suas nuances, o design das roupas, os novos cortes de cabelo, enfim a “casca” da experiência. “*Outrora o corpo foi a metáfora da alma; depois foi a metáfora do sexo; hoje já não é mais metáfora de coisa nenhuma. É o lugar da metástase, do encadeamento maquínico de todos os seus processos, de uma programação infinita sem organização simbólica, sem objetivo*



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

transcendente, na pura promiscuidade consigo mesmo, que é também a das redes e circuitos integrados.”⁸

Essas personagens da cultura fizeram do corpo seu lugar de experimentações, do amor livre aos cabelos compridos para além das fronteiras disciplinares dos gêneros, assim como a articulação colorida das vestes que eram produzidas e encenadas por uma experiência de comunidade, uma elaboração de uma vida posta em comum. Na experimentação grotesca dos *freaks* encontramos as drogas pesadas, a música estridentemente desafiadora das guitarras sem lei. O grito de não às regras e ao sistema de reprodução de coisas e homens ganha o desenho de um corpo energético e desfigurado – sujo, anestesiado pelo LSD, em abandono, que procura nesta desordem a fuga, o escape, da prisão da matemática capitalista. A contracultura procurava ainda um corpo, um resgate do sentido humano, que não fosse amparado pelas regras e condutas modernas... Era preciso destruir.

Quando o figurino desses discursos ganha as primeiras lojas dos grandes centros urbanos e os cabelos compridos e desgrenhados são calculadamente dispostos peças *fashion consumers* nas ruas, a contracultura se apresenta como o projeto que foi digerido, empacotado e vendido pelos processos de reprodução do sistema contra o qual se debateu. As experiências que outrora o corpo humano validava tornam-se então mercadorias jogadas ao infinito das reproduções mercadológicas, sem projeto podem ser vendidas nas butiques caras dos bairros de luxo ou nas feiras pós-hippies dos finais de semana. O que resta do discurso passa a ser reeditado e esvaziado pelos jargões publicitários⁹. A ação de digerir o oposto anunciou uma transitoriedade da indústria da moda, passa-se de um sistema de produção para um sistema de gerenciamento de imagens, inextricavelmente associado à consolidação do consumo como evento social e econômico, como festa ou ato carnavalesco. “*São as coisas que reinam e que são jovens; que se excluem e se substituem sozinhas*”¹⁰.

O corpo moderno concentrava-se no processo de um provir, de progresso racionalizado com suas qualidades catalogadas: a afirmação de um projeto. Não tardaram as ruínas, e esse corpo tomou a forma de seus fragmentos espalhados por todos os campos de ação do humano, ou ainda segundo Baudrillard, ausente de todos eles.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A superficialidade – o frívolo por sua fragilidade, sua leveza, despojadas do espírito do mundo – permite mover-se em uma aceleração de imagens que afasta a demanda das definições. É urgente saltar de si, construir outra imagem para que nunca sejamos obrigados a jogar âncoras e fixarmo-nos no peso da personalidade. A superfície é imagem, imagem em movimento, nosso corpo é telemática – plugado em muitas referências, exibindo muitos canais.

Roupas para Dioniso – madonna, o'connor e outros eus

A modernidade agenciou os artifícios da moda como elementos de uma valsa ensaiada. As roupas eram a segunda pele, o estabelecimento de uma segunda fronteira cultural, aquilo que segue a uma definição, as máscaras que seguem um rosto, que subjetivaram cada artifício arrumado sobre esse corpo. Falavam sobre as possibilidades das máquinas de reprodução, a nova ordem do indivíduo, as novas faces da cidade: memória e história, novidade e autonomia de escolha. Os limites entre natureza - aquilo que era próprio ao corpo (carne, ossos, nervos, músculos...) – e as artificialidades da indústria das aparências eram estáveis, porque esse corpo também o era, e só entram em tensão quando a técnica abandona o lúdico dos adereços e passa a esculpir a carne. Para que usar corpetes, impondo uma silhueta esbelta se posso arrancar minhas costelas, fazer lipoaspiração e outras edições de minha forma? Nas artimanhas das novas plásticas a pele apresenta-se como primeira roupa, aquela instância que adquire mutabilidade pela inserção da técnica, como aquilo que pode ser remodelado, cortado, costurado, pintado, enfim que permite as inserções dos artifícios de toda ordem, que vão desde a cor dos cabelos, unhas postiças, maquiagem definitiva, body piercing, body building, branding, tatuagem, próteses de silicone, transplante de órgãos e clonagem. Algumas possibilidades, ou todas juntas ao mesmo tempo, de construir um outro de si. A moda está sendo naturalizada pelos processos de reformatação do corpo, ou o último grito por um corpo que não guarda mais sua própria experiência, sendo negado e afirmado em um movimento alucinado. Dioniso parece representar as superfícies em construção, ou mutação.



Além de Dioniso outro mito agencia-se pela forma e superfície: Narciso e seu mergulho nas aparências. Este representa o mergulho em si, a busca e o enamorar-se pela possibilidade da beleza humana sob a qual o ocidente se fundou. Narciso é nosso eterno mergulho fatal em nós mesmos e, acima de tudo, a paixão desmedida pela imagem de si. Entretanto, Narciso apaixona-se pela única forma. Entre tantas formas de ser belo e de enamorar-se pelo belo, ele mergulha no lago - seu grande espelho – e afoga-se. Arriscamos uma continuação ou ruptura – não para Narciso que se afoga e não é mais nada além de alegoria flutuante na superfície do lago-, mas a possibilidade de Dioniso voltar ao lago. A questão é que Narciso não está pronto e o lago é a sua incerteza do belo a construir-se. Narciso não se afoga, se refaz todos os dias. O olhar de descoberta de narciso não tem mais a surpresa enamorada do fim, então narciso é Dioniso, sem fim, sem começo, a bola e o pião, afirmação e negação. Objeto de si, diverte-se com suas formatações possíveis e não com a escolha da mais bela delas. Dioniso das muitas faces, de todos os corpos, que remetem ao humano ou a seu desafio Quem volta ao lago não é mais Narciso, quem olha é Dioniso e enxerga a visibilidade de suas muitas formas enunciadas nas águas estilhaçadas que Narciso deixou ao mergulhar, restando as partículas do grande espelho narcísico, formas possíveis...

Essa figura múltipla, das muitas superfícies pode olhar-se no lago e ser muitos, até mesmo ser Narciso. Então Dioniso continua a ver-se no lago, um dia touro, no outro deus, no próximo Madonna. Como inventariar as formas de Dioniso? “*Dioniso chama a si os homens vanificando seu mundo, esvaziando-o de toda a consistência corpórea, de todo o peso, rigor, continuidade, tirando a realidade ‘a individuação e aos fins dos indivíduos.’*”¹¹ Dioniso é a forma a construir-se, ilustra o atual porque seu encantamento está na mudança e não na realização das formas.

Dioniso tem na leveza a qualidade que lhe permite atualizar suas formas e esta é nossa aposta quanto ao corpo-moda contemporâneo, que respondendo à lógica da tecnologia, como software responde aos estímulos do mercado dos artifícios. Para além disto, a leveza possibilita que o deus-criança calce as sandálias aladas de Hermes e esteja em continua mobilidade.

Como um corpo atualizante, nosso sentido dionísico, transita por todas as formas de ser visível e a cada corpo que se constrói está aquele que não é somado ao que está



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

por vir. A atualização desse corpo tem a pressa dos bits que sobrepujam o peso das estruturas concretas. Como aponta Ítalo Calvino¹² “*A segunda revolução industrial, diferentemente da primeira, não oferece imagens esmagadoras como prensas de laminadores ou corridas de aço, mas se apresenta como bits de um fluxo de informação que corre pelos circuitos sob a forma de impulsos eletrônicos. As máquinas de metal continuam a existir, mas obedientes aos bits sem peso.*”

O trecho acima também realça a coexistência das formas, onde a imagem da leveza prevalece. Acima de tudo, o sentido de existência informacional está intimamente ligado a um sentido absoluto de mobilidade, de não fixação, de impermanência. Essa desapropriação do peso no sentido de corpo humano parece-nos então ter possibilitado um vaguear permanente de formas, imagens em profusão. Tal como Dioniso, tornamo-nos estrangeiros de nossas próprias ou mesmas formas; estamos tal perto quanto tão longe de nossas imagens.

Nesse momento o que nos parece é que as roupas e todos os demais produtos que lançaram a indústria da moda como tal não são mais seus exclusivos representantes, o artifício sobre o corpo confere aos produtos da moda uma fixação da função que o corpo humano tinha como suporte de experiência no mundo “civilizado”. Talvez, hoje, estejamos diante da representação da própria obsolescência daquilo que herdamos da modernidade como moda, ou como corpo, exatamente onde podemos identificar como essa lógica pode representar aquilo que não vivemos mais – a modernidade - e aquilo que estamos vindo a ser – o atual. Se o moderno apresentou a fixação dos lugares, o sentido territorial de permanência, o contemporâneo nos oferece não somente a mobilidade dos corpos, mas dos próprios lugares. A informação como o sentido que gerencia nossa relação com o tempo e o espaço determina um sentido de *presenteísmo* absoluto, onde as transformações se referem a um agora contínuo. Poderíamos ousar dizer que as atualizações que fazemos no corpo poderiam falar da última notícia ou versão de um produto que se refere a nós mesmos.

Diante dessa festa das imagens em upgrade que elaboramos do mundo e de nós mesmos, uma imagem televisiva saltou para nós como exemplo bastante ilustrativo e ao mesmo tempo guardando o tom lúdico da questão que estamos abordando – a figura da *popstar* madonna. Não vamos aqui discutir as questões que perpassam todo o sentido



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

informativa das construções possíveis da cantora, mas faz-se necessário que marquemos algumas.

Produto do *star system*, Madonna descobriu na mutabilidade de seu corpo, de suas formas, de suas atitudes a chance de oferecer sempre um novo produto. Colada à ordem da produção de consumo, agenciada pelo sistema da moda, carrega no corpo a sazonalidade das formas – a cada estação uma nova Madonna, atribuindo obsolescência a anterior. O movimento de Madonna parece sugerir a certeza da não repetição de uma forma plástica. Mudar, mudar... Até criar certeza de que sua proposta pareça ser conferir a visibilidade a todas as madonnas que pode se tornar. Quando questionada sobre seus devires, sobre ser anta, prostituta, zen, lésbica, *cowboy* ou patriota, responde que sua formatação atual é a melhor edição de suas formas. Esse jogo de formatações que Madonna ensaia sobre si, em algum momento acaba gerando condições de possibilidade para que seus fãs, diante das seduções das indústrias culturais, ensaiem sobre seus corpos o próprio ídolo, ou ainda que ensaiem quantas formas do ídolo forem possíveis.

No ano de 2000, a MTV Brasil comemorava dez anos de existência no país e produziu alguns esquetes sobre possíveis fãs e suas primeiras experiências com a emissora videoclípica. Um desses quadros referia-se a Madonna e muito nos ajudou a pensar essas questões que estamos discutindo. A encenação da crônica eletrônica, elaborada como um depoimento pessoal, contava a história de um fã da *popstar* que pintou os cabelos de louro, marcando no próprio corpo a relação com ídolo, para assistir ao primeiro videoclipe da cantora exibido pela emissora no Brasil. Entretanto a versão da cantora que aparece na tela está com os cabelos negros e não louros como havia imaginado o fã, que por sua vez corre à farmácia e tingiu mais uma vez os cabelos, agora de preto. Quando chega mais uma vez diante da tela, Madonna está loura. Em um ato de desespero, o fã arranca os cabelos que lhe restam com a mão, ficando absolutamente careca. Na última cena, aparece então ouvindo uma música de Sinéad O'Connor, cantora irlandesa conhecida pela irreverência e por usar a cabeça totalmente raspada. O fã então se explica dizendo que sua nova forma o levou a outros espelhos, a outras imagens. A possibilidade plástica agencia dois caminhos possíveis de identificação: reproduzir a figura do ídolo no próprio corpo ou ainda procurar no outro a similitude de



uma escolha plástica compartilhada, estabelecendo proximidade. Entretanto o que há em comum em ambos os movimentos é a efemeridade de suas experiências.

O corpo pós-moderno parece então ser mais a certeza daquilo que se foi como experiência sensível capaz de dar conta das imagens do mundo. A ruptura estética anunciada nas décadas de 60 e 70 certamente enunciarem a falência de um projeto, mas sem substituí-lo por qualquer outra possibilidade da mesma ordem.

Os processos de comunicação e a explosão dos diversos mídias apresentam os estilhaços de imagem de um mundo fragmentado e sem durabilidade, por outro lado ilustram a dinâmica das imagens sem profundidade, sem referências. Tudo está em trânsito – corpos, rostos, músicas, produtos, armas, bolsa de valores, escândalos sexuais. Viver torna-se uma aventura imprecisa e não menos sedutora, inflada de alegorias que entorpecem o olhar. O zapping pelas imagens, ao termo que aplaca e esvazia os discursos, nos faz passear por um mundo de significantes que não exigem permanência, nem compromissos duradouros.

¹ Baudrillard discute largamente essas questões em sua obra A Transparência do Mal – ensaio sobre os fenômenos extremos Campinas: Papyrus, 2ª edição, 1992.

² Ibidem

³ Debord, Guy A Sociedade do Espetáculo Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. Aforismo 34, p.25.

⁴ Op.Cit.

⁵ Baudrillard, Jean. Op. Cit. P. 12.

⁶ Hobsbawm, Eric Era dos Extremos – O breve século XX 1914 –1991 São Paulo, Companhia das Letras, 2ª edição, 2000. P. 15

⁷ Tucherman, Ieda Breve História do Corpo e de seus Monstros Lisboa, Veja, 1999. (Série Passagens) P.143.

⁸ Baudrillard, Jean. Op. Cit. P. 13.

⁹ Vale aqui ressaltar a própria campanha publicitária que a marca de roupas C&A está realizando com a top model Gisele Bündchen, onde o discurso publicitário reduz toda e qualquer experiência histórica, artística e social a uma tendência da moda atual, a um modismo.

¹⁰ Debord, guy. Op. Cit. Aforismo 62, p.42.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

¹¹ Colli, Georgio “A Senhora do Labirinto” In O Nascimento da Filosofia Lisboa: edições 70, 1998. P.31

¹² Calvino, Ítalo Seis propostas para o Próximo Milênio São Paulo: Companhia das Letras, 1999. O autor coloca a Leveza como aquilo que confere mobilidade e rapidez ao homem contemporâneo. Citando a imagem mítica de Perseu calçando as sandálias aladas de Hermes e usando o escudo de Palas Atena para decepar a cabeça de Medusa, uma das Górgonas na Mitologia Grega