



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

Barbies olímpicas, pitboys e cyborgs¹³¹

Autora: Sandra Maria Lúcia Pereira Gonçalves, Doutora em Comunicação e Cultura. ECO – UFRJ (dezembro, 2001). Professora da Universidade Veiga de Almeida e da Universidade Estácio de Sá.

Resumo: O ensaio parte da definição do corpo como o do mutante; mutações proporcionadas pela tecnociência. Diferentemente dos modernos corpo e sujeito hoje estão sujeitos a inúmeras identificações ao longo da vida, proporcionadas majoritariamente pelos *media*. O Brasil sofre uma “mestiçagem”: o corpo, através de uma aliança com a tecnociência, no fluxo das modas disseminadas via *media*, se mistura aos aparatos tecnológicos, às próteses. A mulher anunciada pelos *media* não cabe na *morenidade*, ela é a *barbie*. Surge como contra-partida a este modelo de mulher, um modelo de homem, o *pitboy*. Ambos, na busca do corpo perfeito tornam-se híbridos entre organismo e máquina, *cyborgs*.

Palavras-chave: corpo, mídia e tecnologia.

¹³¹ Trabalho apresentado no NP13 – Núcleo de Pesquisa Comunicação e Cultura das Minorias, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

Barbies olímpicas, pitboys e cyborgs

Ao pensarmos o corpo e suas implicações com o virtual¹ no que afeta a ação e a percepção sobre o mundo, bem como a virtualização de sua superfície, através de imagens médicas, fazendo surgir pele sobre pele, tornando possível à visão de seu interior, torna-se claro que a tecnociência aplicada ao corpo é um fator de transformação (atualização). A partir daí definimos o corpo contemporâneo como o do mutante: a tecnociência enseja múltiplas maneiras de (re) construção e (re) modelação do corpo, maneiras estas que passam pela dietética, pela moda (enquanto prótese corporal), pelo *body building*, pelo *body modification* que inclui desde escarificações, *piercings*, tatuagens, até cirurgias plásticas, passando pela intrusão de *chips* sob a pele que provocarão movimentos involuntários, não programados; assim como processos outros que colocarão em questão, com intervenções sobre o corpo, o que seja o belo, o feminino e o masculino — devir em si mesmo um outro, de modo a pôr em questão o estatuto do corpo e do sexo na sociedade atual². Aos pensarmos o corpo, devemos levar em conta suas performances, seus limites e considerá-lo como elemento constitutivo do universo semiótico, onde as subjetividades são produzidas.

Diferentemente dos modernos, que a um corpo, a um indivíduo (herdeiro de seu corpo, tal qual era), acoplava-se uma identidade que o acompanharia por toda uma vida, uma vida em relação, em interação com a sociedade, mantendo, entretanto “o núcleo interior” (HALL, 1997, pp.11). “*O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o eu ‘real’, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais ‘exteriores’ e as identidades que esses mundos oferecem*” (Idem, p. 12). Contemporaneamente, diferentemente dos modernos como posto acima, o sujeito tem sua identidade em constante mutação, ele é instado a ser múltiplo. Sua identidade é formada e transformada continuamente

¹ Ao nos referirmos ao virtual, o fazemos tendo em vista a sua colocação por Pierre Lévy (1998) : “*O virtual é como um complexo problemático, o nó de tendências ou forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização*” (idem, p. 16)”.

² É no campo da arte que as intervenções sobre o corpo apresentam-se de modo mais significativos. STELARC e ORLAN são dois exemplos paradigmáticos. Stelarc é um artista australiano, seu campo é a *ciberbodyart*, para ele o corpo humano está ultrapassado. Desde 1981, Stelarc amplia o corpo em performances onde expande o seu poder e alcance enviando informações para múltiplos dispositivos eletrônicos. Nestas performances ele conecta-se a próteses biônicas e a computadores, entregando parte do controle do seu corpo às máquinas. Na década de 90, utilizou a tecnologia protética para capacitar a estimulação direta e remota de seus músculos, o que resulta em gestos involuntários e movimentos de seu corpo que ele não pode controlar. Seu projeto atual envolve implante de uma orelha em sua cabeça (Cf. <http://www.stelarc.va.com.au/>. Acesso em 10 jun. 2001).

Orlan é uma artista francesa que utiliza o próprio corpo, sua matéria, como forma de escultura e performance (*carnal art*). Agindo sobre a carne, Orlan executa performances cirúrgicas chamando para si as atenções da mídia. Nestas performances misturam-se música, literatura e dança. A sala é decorada seguindo uma cenografia específica, os figurinos são executados por costureiros famosos. As cirurgias, filmadas e divulgadas em tempo real, via satélite, para todo o mundo, buscam desconstrução da imagem mitológica feminina, construída através da história da arte (Cf. em http://bocc.ubi.pt/_texto.php3?html2=Duarte-Eunice-Orlan.html. Acesso em 28 out. 2001).



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

nas relações que estabelece com os sistemas culturais, que também sofrem transformações. Surge um sujeito conceptualizado como não possuidor de uma identidade fixa permanente. “*A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam*” (Idem, p.13). O sujeito então assume diferentes identidades em diferentes momentos, identidades estas que não são unificadas em torno de um Eu coerente e “*à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar*” (Idem, p.14). Neste desenrolar, os *media* possuem um papel fundamental, possibilitando a um grande contingente de pessoas o acesso, através de suas mensagens e imagens, a diferentes culturas, diferentes modos de ser (mesmo que formatados por um olhar ocidental), que agirão reflexivamente sobre nós. Então, diferentemente dos modernos, que a uma identidade acoplava-se um corpo sempre igual a si mesmo, o “sujeito” contemporâneo irá (re)produzir-se em diferentes corpos, projetados para diferentes ocasiões, ou projetados para serem a expressão de um desejo, de um corpo que se fará presente de acordo com a imagem esperada e desejada de si. Imagens que seguiram, na maioria das vezes, biótipos incompatíveis com a forma do “corpo brasileiro” (Michael Jackson, um ser em mutação e ao mesmo tempo ‘congelado’ para não envelhecer, é um exemplo midiático do que se pode fazer com o corpo, lançando luz sobre a importância deste corpo enquanto imagem e campo de experimentação no contemporâneo). Tal qual a identidade que se faz múltipla, o corpo acompanha esta mutação em identificações que não se fazem permanentes.

Outra diferença aos modernos no que concerne ao corpo é o deslocamento sofrido por este de pólo negativo da dicotomia classificatória, como uma exterioridade a ser controlada, disciplinada, a uma positividade que vem embaralhar, colocar em questão (auxiliado, é claro, pelas novas tecnologias) os pares dicotômicos modernos, tais como natureza e cultura, real e irreal, privado e público. O corpo hoje se inventa (é bom para o mercado); nem mesmo a certeza de um código que nos defina é mais possível, visto ser este passível de manipulações. E ao se inventar, “*neste momento de crise, o corpo deixa de funcionar enquanto dado de identidade fixa e natural, lugar de delimitação e referência estável, para assumir paradoxalmente, a expressão da identificação pela mutação, simulação e pela performance*” (VILLAÇA, 1999, p. 24), adquirindo um papel na produção da subjetividade.

Contemporaneamente vivemos imersos em uma cultura tecnológica que embaça as antigas oposições modernas, as fronteiras não são mais seguras, as ondas eletromagnéticas atravessam o planeta e os corpos. Já não se pode dizer o que é irreal, o que é corpo e o que é mente, o que é vida e o que é morte. Ao imbricar-se com os artefatos tecnológicos, o indivíduo colocou o mundo e a si mesmo em cheque. Quando seus olhos e ouvidos puderam mover-se a distâncias, num tempo simultâneo do aqui e agora, por meio dos sistemas de comunicação (máquinas sensórias), outras oposições embaralharam-se: local e global, privado e público, aqui e lá. Neste movimento as “identidades culturais” também sofreram

deslocamento. A este processo dá-se o nome de globalização, que como sabemos não é fenômeno recente, visto ser a modernidade inerentemente globalizante³. Entretanto, a partir da segunda metade do século XX, o alcance e o ritmo da integração global cresceu muito, acelerando os fluxos e os laços entre as Nações. Há uma compressão espaço-tempo como nunca vista anteriormente, o mundo torna-se “menor”. Eventos longínquos têm efeitos imediatos sobre pessoas e lugares distantes. O nosso aqui se mistura com o agora do outro lado do planeta.

Aberto ao novo, à diferença, o indivíduo contemporâneo torna-se frágil frente à verdadeira avalanche que a atualidade lhe traz. Sem o aval das antigas certezas (Deus, Ser, Razão, Verdade, Totalidade, Estado, família, ...) ele se torna cambiante e sujeito ao lado perverso da tecnociência, quando esta se alia ao poder político e econômico; presa fácil de artefatos e serviços que não lhe oferecem nenhum “valor” moral além de um desbravado delírio hedonista consumista. Ele acaba por consumir imagens, identifica-se em sua fragilidade com os modelos que lhes são ofertados pelos *media*. O comportamento é semelhante ao de um adolescente em “crise de identidade”, de quem um certo tipo de publicidade sabe tirar vantagem através de “amarras imaginárias”. Os jovens têm necessidade de serem aceitos, de pertencer a um grupo, os anunciantes criam então uma ambiência favorável a estes jovens, associando a seus produtos um ambiente *cool*, sedutor, vencedor, onde pessoas se divertem e são felizes. A mensagem sob tudo isto é a de que se o jovem não consumir o produto anunciado ele não será ninguém e não pertencerá ao grupo *in* que vê na tela. A publicidade também procura convencer este jovem de que seu valor e felicidade aumentarão com a compra de determinado produto e que seu bem-estar depende de fatores externos a ele. Estas “amarras imaginárias” conduzem os jovens ao consumismo, tornando-os cada vez mais dependentes dos bens materiais, que causam uma sensação de bem-estar temporária (como as drogas).

O exemplo acima nos serve visto que, pela minha observação e reflexão, nos encontramos hoje próximos destas manifestações esquizóides pelas quais os adolescentes passam e como eles, nos tornamos presas fáceis dos mais diferentes discursos que se fazem nos *media* (os conectores pós-modernos). Então, esse indivíduo, que sonha com a juventude e a beleza eternas não tem, como vimos, a unidade nem a identidade do indivíduo moderno (burguês); ele é sincrético, de natureza confusa e indeterminada, plural. Produz personalidades descartáveis, fruto da programação ofertada pelo sistema. “*São simulacros espetaculares e sedutores de si mesmos*” (SANTOS, 1997, p. 105) (refiro-me aqui ao indivíduo urbano, de modo especial aos da grande cidade). Este indivíduo sente viver em um mundo que foge ao

³ Eduardo Subirats em seu recente livro *A penúltima visão do paraíso — ensaios sobre memória e globalização*. Stúdio Nobel, 2001, chama atenção para o fato de que o primeiro ideal de globalização foi formulado pelas instituições apocalípticas da Igreja. Deu-se aí início a globalização, a constituição de um mundo unificado a partir de um sistema teológico, político e econômico. Continuando o autor, “hoje o conceito político-financeiro-militar-midiático trabalha basicamente com as mesmas categorias, só que com retórica diferente: científica, tecnológico, secularizada” (Cf. *Valor Fim de Semana*. Ano I – nº 46, pp. 10-1. Março de 2001).

seu controle, um mundo de imensas burocracias, de sobrecargas de informações e dominado pela tecnologia. Desacreditado de si aprende a avaliar-se face aos outros e se vê através dos olhos alheios. Percebe que a imagem que projeta conta mais que a experiência e as habilidades adquiridas. Em sociedades pós-industriais, baseadas no consumo, onde a superfície é a base, chega-se ao estágio da indiferenciação entre o eu e o seu invólucro. E é neste invólucro, o corpo (superfície da pele), lugar de liberdade, mas também de submissão, que a tecnociência aliada ao poder político e econômico, como já apontado anteriormente, através das tecnologias da informação — inluo aqui desde as tecnologias da comunicação até a manipulação genética, tecnologias estas que virtualizam o corpo — levará o indivíduo (que é seu corpo e, portanto a “crise” também o atinge, ele é a superfície onde os processos identitários se darão) frágil e fragmentado a buscar se adequar e se produzir em novos modelos ofertados pelos *media*, vetores de globalização — esta questão é central e nodal na contemporaneidade onde uma das maneiras da identidade se dar é via consumo.

Devemos marcar que, com a globalização da comunicação, os produtos dos *media* circulam em um amplo espaço internacional. O que se produz em um país atravessa as fronteiras do mercado doméstico. Entretanto sabemos que “*o fluxo internacional dos produtos da mídia é um processo estruturado no qual certas organizações detêm o controle predominante, levando algumas regiões do mundo à extrema dependência de outras para o suprimento de bens simbólicos*” (THOMPSON, 1998, p. 146) e a uma reformulação de suas identidades, com novos modelos (hegemônicos) de identificação, que como vimos há pouco, passam pelo corpo, por sua reconstrução. Segundo um estudioso do assunto, H. Schiller (SCHILLER apud THOMPSON, 1998, pp. 147-54), a globalização da comunicação é o resultado de uma conquista de interesses comerciais das corporações transnacionais com base nos Estados Unidos, que agem, por vezes, em colaboração com interesses políticos e militares ocidentais (particularmente americanos), processo este que criou uma nova forma de dependência em que as culturas tradicionais são aniquiladas pela invasão de valores ocidentais⁴. Vários são os fatores que levaram a esta hegemonia americana (força econômica e *know-how* das comunicações seriam um dos fatores)(THOMPSON1998, p. 148), mas o que nós interessa são os resultados dessa invasão eletrônica, que segundo o autor acima citado, ameaça com a destruição das tradições locais e com a submersão da herança cultural das nações menos desenvolvidas sob o impacto de programas de TV e outros produtos dos *media* oriundos dos poucos centros de poder no ocidente. Estes produtos culturais são permeados de valores do consumismo, dirigidos em grande medida às necessidades dos produtores, que por meio da publicidade patrocinam a televisão. Esta tese de Schiller é considerada muito rígida e unidimensional para responder as mutações globais atuais. Entretanto, Schiller, 25 anos depois, refletindo sobre sua obra, sustenta que, apesar das relações de poder no planeta terem

⁴ Everaldo ROCHA em análise da Sociedade Ocidental aponta a impossibilidade desta de conviver com a diferença. Segundo o autor “desde os primeiros movimentos de constituição da Sociedade Industrial, existiu o projeto de subjugar e a necessidade de que o “outro” viva um processo de adesão compulsória (...) A Sociedade Ocidental tende para o grau zero da diferença, deseja a diversidade anulada. Para ela, a diversidade consentida, só aquele que não disputa determinados eixos de sua lógica”. Para o autor a destruição sumária da diferença, faz parte da equação da constituição dos mercados e do capitalismo (Cf. ROCHA, 1995, pp. 121-25).

mudado (de diferentes maneiras) o domínio global da cultura e dos produtos dos *media* americanos não perderam seu apelo, pelo contrário, tornaram-se mais manifestos com a perda súbita de poder da ex-União Soviética e dos estados socialistas da Europa Oriental, bem como frisa o autor, com a derrota dos esforços da UNESCO para criar uma nova ordem de informação. Schiler concorda que a base econômica desse domínio mudou, mas o domínio cultural através dos produtos dos *media*, em sua forma e conteúdo, permanece americano. Sem entrar na questão da pureza das tradições locais e o que os receptores fazem com os produtos dos *media*, não há como negar (basta ligar a TV, ler o jornal, revistas ...) o papel hegemônico da cultura americana sobre o ‘resto’ do mundo.

Chegamos ao ponto: o Brasil sofre hoje uma “mestiçagem” que não se dá, ironicamente, via relações interracialis que resultavam, segundo Gilberto Freire, em uma “morenidade”; não mais a mistura de índios, negros, brancos e amarelos. A aliança se faz com a tecnociência, e o corpo no fluxo das modas disseminadas via *media*, se mistura aos aparatos tecnológicos, às próteses. A mulher anunciada pelos *media* não cabe na “morenidade”, ela é a *barbie*! Então o corpo é submetido e reconstruído tecnicamente para se adequar a esta matriz de beleza, potência e sedução — uma co-evolução. Um exemplo:

Com duas costelas a menos: nesse carnaval a modelo carioca Rosane Braga vai mostrar nas escolas de samba Tradição e Vila Isabel o resultado de seu périplo pelas mesas de cirurgia-plástica. O enredo : Rosane sempre quis ter o corpo da bonequinha Barbie.

Só que suas medidas não ajudam. Como não dá para mexer na altura de 1m 65 ela decidiu afinar o corpo: fez uma lipoaspiração e uma lipoescultura. Depois fez uma rinoplastia e mudou o nariz.

Foi então que Rosane radicalizou: retirou as duas últimas costelas inferiores (ficou com onze de cada lado) para afinar mais a cintura⁵.

Perguntada se se sentia enfim como a *barbie*, responde: “claro. Estou com um corpo lindo”: — sociedades seguras de suas verdades (Ocidente) e de suas elites, determinam o modelo ideal de homens e mulheres, que na hibridização, orquestrada via *media*, sofrerão metamorfoses, mutações até mesmo interessantes, não fossem no fundo muito perversas, como a descrita acima — a linha entre a heterogênese e a tirania do mercado e muito tênue. A questão não é o híbrido em si, mas as forças que o produzem, dominadas pelo “espírito do Capitalismo”, ou seja, a conquista de mercado, a mudança permanente⁶, o não se estar nunca

⁵ Isto é . nº 1586. 23/02/2000. On line.

Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, o brasileiro se tornou o povo que mais faz plástica no mundo. No ano passado (2000), 350.000 pessoas se submeteram a pelo menos um procedimento cirúrgico com finalidade estética. No imaginário das pessoas, a cirurgia plástica virou uma coisa simples, mesmo banal. Cf. Veja nº 1683, 17 de janeiro de 2001, p. 84-9

⁶ Ao longo dos anos, ícones do cinema, da televisão e das passarelas têm ditado os padrões de beleza e parte de seus corpos serviram e servem de referência para a cirurgia plástica. Nos anos 60 foi a boca de Brigitte Bardot, nos 70 os seios pequenos de Sônia Braga, nos 80 o nariz de Bo Derek, nos 90 o corpo ‘sarado’ de Madonna, no ano 2000 os seios de Gisele Bündchen (o sonho brasileiro de *Barbie* Perfeita).

bem sob a própria pele; o consumir, para não se consumir, mas para ser consumido — está tudo dentro desta equação, a insatisfação torna-se permanente.

Voltando à “*barbie*” anunciada — o padrão de beleza⁷ feminina distribuído como matriz pelas redes da globalização —, ao chegar ao Brasil ela é “adaptada” (apesar de toda a tecnologia posta a disposição há traços genéticos “ainda” impossíveis de serem corrigidos), ela se torna um ser mutante (porque sempre retocado) entre a anoréxica *Top Modell* e a saudável popozuda⁸, que podemos nomear como a *Barbie* Olímpica, magra e linda, de músculos arredondados esculpido milimetricamente nas academias, eternamente bronzeada, possui volumosos seios de plástico, é lipoaspirada, ostenta reluzente cabeleira loura e lábios à moda Pato Donald (é um ser mitológico e falocrático). É um espécime perfeito, sem espaço para qualquer tipo de dano ou imperfeição. As “*barbies* olímpicas” querem ser desejadas, admiradas e a mutação de seus corpos oferece a possibilidade de mobilidade social, de celebridade quase que instantânea (vide “Feiticeira”, “Tiazinha”). O carnaval é o palco delas, onde rivalizam com os travestis, simulações de uma outra mulher⁹. Um exemplo: Ângela Bismarch, loura de 1,81m de altura desfila na Sapucaí com uma leve camada de tinta sobre a pele bronzeada, para tanto, casada com um cirurgião plástico, Ox Bismarch, teve o corpo remodelado: Ângela, aos 29 anos já fez três lipoesculturas e implantou silicone nos seios; utiliza apliques nos cabelos para deixá-los mais volumosos, além de lentes de contato azuis e fez bronzeamento artificial, malha em média três horas por dia. Ela diz em tom coloquial:

— *Eu gosto de me cuidar, e me sentir bonita. Por isso, malho bastante, tenho uma alimentação saudável, faço cirurgia plástica, tomo vitaminas.*¹⁰

Carla Perez é o exemplo mais conhecido destas transformações. Ex-gordinha, ao emergir de sua última metamorfose, pouco restou do original. Carla mudou o nariz, implantou

⁷ As noções de beleza e fealdade estão profundamente vinculados aos períodos históricos e sociedades a que estes mesmos conceitos se vinculam e eu diria, junto com Alberto Caiero: “A beleza é o nome de qualquer coisa que não existe, que dou às coisas em troca do agrado que me dão”.

⁸ Palavra oriunda do universo funkeiro carioca; nomeiam mulheres de bumbum grande e empinado.

⁹ Cf. Mary Del PIORE, historiadora. *O Estado de São Paulo*. Suplemento feminino, 1999.

A relação que se estabelece entre o travesti e as chamadas “*Barbies* Olímpicas” é muito interessante no que se refere a morfologia dos gêneros. Antes destas mulheres incorporarem a estética dos travestis, era relativamente fácil identificar qual era um e qual era o outro, mas com a adoção dos mesmos métodos (artifícios) dos travestis pelas mulheres, ficou difícil. A transformista Jane Di Castro confessa que ela mesma não consegue distinguir um do outro. Confessa que a primeira vez que viu Angela Bismark na televisão se fez a pergunta: “Gente, que travesti é esse”? Angela foi totalmente “repaginada” pelo marido, cirurgião plástico. As semelhanças têm levado os travestis a questionamentos no que diz respeito a concorrência. Alguns pensam que os homens que os procuravam podem resolver suas fantasias com estas mulheres, sem medo de enfrentar preconceitos. Outros pensam que serão olhados com maior naturalidade (apesar da artificialidade de seus corpos) pelos homens, visto que encontram a mesma artificialidade em suas mulheres e filhas. O travesti deixa de ser um marginal. Esta questão é bastante interessante e instigante para o pensamento. O travesti independe da genética, da manipulação do código para se fazer mulher; é um terreno onde o livre-arbítrio daquele que vive ainda pode se afirmar e nesta escolha, o sistema ainda não conseguiu ingerir. Para conferir as falas consultar: O Globo, 03 de março de 2001, caderno Ela, p. 04.

¹⁰ O Globo. 07 de fevereiro de 2001, p. 21.

silicone nos seios, fez lipoaspiração (que lhe tirou 10cm de cintura), *peeling* para alisar a pele, clareadores nos dentes e injeções de Lipostabil para afinar as coxas, também ostenta uma longa cabeleira conseguida com um *megahair*. Carla Perez é o resultado, em primeiro lugar, de um padrão de belo como já vimos acima, transmitido via *media*, que vem de fora. Em segundo lugar, para chegar perto deste padrão Carla valeu-se das descobertas tecnológicas aplicadas ao corpo, a sua atualização em modelos outros que não ele mesmo. Ao poder do bisturi aliaram-se tratamentos dermatológicos de última geração — e sob a pele quem está lá? Sabe-se que estas mulheres correm contra o tempo como os produtos com prazo de validade a vencer: sabem-se pré-datadas, carregam em si uma obsolescência planejada. Sabem que a valência como uma “matriz” é breve, logo se tornarão sombras e correrão atrás de outras matrizes de primeira geração, para uma outra vez se tornarem modelos¹¹ (ANDERS apud COUTO, 1999, p. 63-8). O que podemos inferir é que em uma Sociedade de Consumo aliada ao desenvolvimento tecnológico, tanto no que diz respeito às redes de informação quanto aos cuidados do corpo, a estética (uma ética) aparece como o motor de desenvolvimento da existência. A feiúra, ou aquilo que foge aos padrões do que seja o belo, é sentida e vivida como um profundo drama e os feios rejeitam seus corpos fazendo com que a indústria da “beleza” prolifere. A preponderância da imagem, da superfície em nossa contemporaneidade propicia a opressão da perfeição física — saúde, magreza e juventude. Os meios de comunicação, em sua maioria imagéticos, somando-se aos espelhos espalhados por toda parte (telas, vidros ...), informam ao indivíduo de sua imagem objetiva, ao mesmo tempo lhe fornecendo a forma imagem subjetiva que ele deve ter aos olhos do outro (seu semelhante).

Ironicamente, por caminhos tortos, parece haver uma semelhança entre as “*barbies* olímpicas”, nos investimentos que estas fazem sobre seus corpos através da tecnociência, e a artista plástica francesa Orlan, quando todas elas buscam modificar o inato. Orlan, através de inúmeras cirurgias plásticas a que submete seu corpo procura transformá-lo em espaço de debate, para pensar o lugar do corpo na sociedade contemporânea. Segundo ela, seu trabalho é um esforço contra o inato, o inexorável, a natureza. Interferir no corpo é para esta artista rebelar-se ao imposto à Humanidade: envelhecimento e morte. No extremo é disto que o trabalho de Orlan trata, denuncia a fragilidade e a decadência que mais cedo ou mais tarde se territorializam no corpo. Busquei esta semelhança para não ser maniqueísta: apesar das *barbies* olímpicas se forjarem outras, submetidas a um modelo aprisionador (o contrário do que Orlan faz), elas também colocam em questão a imposição do natural, do inato e nos remetem de novo à questão da heterogênesse, da singularidade e do mercado, marcando que a linha que os separa é muito tênue — aqui ambas contestam o corpo dado, mas uma o faz por adesão a um modelo proposto pelo mercado global, e a outra, justamente para colocar, entre outras coisas, este modelo em questão. Orlan não é contra as cirurgias plásticas, mas contra os padrões de beleza e as ideologias aí embutidas que se grudam na carne de homens e mulheres.

¹¹ Para este autor, “a resplandecência do corpo está em cada sujeito se construir como fantasma dos cânones físicos que circulam na mídia e, uma vez fantasma, tornar-se novo modelo, outra sombra projetada” (Cf. Edvaldo Souza COUTO. Estética e Virtualização do Corpo in *Revista Fronteira – estudos midiáticos*. Vol. I nº 1 – dezembro de 1999. pp. 63-8).

Podemos pensar também que as “*barbies* olímpicas” sejam um retrocesso da condição feminina na atualidade. Coisificada, a mulher é reduzida a formas e trejeitos e o corpo que foge ao modelo reinante é visto como portador de doenças e anomalias. A cultura da glamourização, como já vimos, move as lucrativas indústrias de publicações, cosméticos, esportes e academias de ginástica. A isca é a mulher “*resumida à aparência e destituída de direitos, essência, subjetividade, idéias e valores. Dócil aos caprichos da publicidade, o corpo vai a leilão na feira de amostras das revistas masculinas*”¹². O que resulta daí, na esfera do real, são relações conflituosas e violentas, pois ao mesmo tempo estas mulheres causam medo ... Atraem e causam repulsão aos homens (a quem querem encantar), são signos fálicos e da castração: tornadas falo, de modo a serem desejadas (um objeto-fetiche) não podem denunciar a castração a fim de que o encantamento se perpetue — são para serem vistas, olhadas, desejadas, objetivadas. A personagem “Feiticeira”, do programa O⁺ da TV Bandeirante, presta-se bem a esta exemplificação da mulher como falo e castração. A Feiticeira não pode mostrar tudo e seu trunfo fálico, que esconde o engodo do orifício a ser negado — mas desejado (“*a obsessão do orifício se torna fascínio inverso do falo*”) (BAUDRILLARD, 1996a, pp. 143-7) é o véu que esconde a boca, vagina deslocada.

Gostaria de deixar claro que a “*barbie* olímpica” não resume o universo feminino brasileiro, é apenas um modelo “alienígena” bem aceito em camadas sociais emergentes que buscam um padrão de identificação com aquilo que consideram os discursos de poder (*media*), mulheres para quem os investimentos no corpo são a passagem para uma mutação identitária bem como de ascensão social; bem-sucedida quando elas também se transformam em produtos como os que vêm anunciados nos *media*.

Paralelamente à “*barbie* olímpica”, fêmea hiper-realizada surge um modelo de ‘homem’ que parece ser (também hiper-realizado) sua contra-partida. Nomeio-os, como alguns já o fazem, *pitboys* (fenômeno bem carioca). O *pitboy* é uma mistura do temperamento de um *pitbull* (cachorro de laboratório extremamente violento) com a procura de um dimensionamento físico que busca visibilidade; estes rapazes são também praticantes de “artes” marciais. Os *pitboys* colocam em evidência uma tendência que se vem observando já há cerca de duas décadas: uma cultura masculina da modificação corporal em que a busca da saúde não é o que move, pelo contrário, a obsessão com a aparência vira uma doença, chamada dismorfia muscular. “*É caracterizada por exercícios compulsivos e uma convicção de que se é fraco e pequeno, mesmo quando se está inchado de tanto músculo*” (POPE; PHILLIPS; OLIVARDIA, s/d) — versão masculina da bulimia ou anorexia, distúrbios alimentares que acometem mulheres que buscam se adequar aos padrões de beleza imperantes. Esta busca pelo corpo perfeito é encorajada pelos *media*, como venho repetindo. O corpo também é encarregado de marcar as diferenças entre os gêneros, quando mulheres e homens deixam de se distinguir por funções sociais específicas, (legado da crise moderna das identidades). Os *media*, como um espelho refletem isto:

¹² <http://www.numaboa.com/biblioteca/betto/usoeabuso.php3>. Acesso em 06 abr. 2001.



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

Papéis trocados: pesquisas mostram que mulheres e homens trocam suas funções na vida conjugal. Com o aumento das despesas domésticas ... a empresária M. O., de 42 anos, entrou de maneira forte no mercado de trabalho ... M. não tem tempo de ir ao supermercado ou de levar as crianças à natação.

*O Marido, ..., assumiu então as funções domésticas.*¹³

O masculino e o feminino se determinam hoje pela aparência e não pela ocupação e como bem define Contardo Calligares, “*o peso metafórico da virilidade se encarnou num corpo ideal forte e poderoso.*”¹⁴. Isto acontece num momento em que emerge uma crescente pluralização (desde os anos 60) do campo das masculinidades possíveis. Marko Monteiro, em estudo de revistas dos anos 60 e 70 e sobre revistas masculinas atuais, aponta para o fato de que “*certas rupturas no discurso sobre relações de g nero criam hoje um contexto de referências plurais de masculinidades ... proliferam contemporaneamente os mais diversos estilos de vida associados de alguma forma do ‘ser homem.’*”¹⁵. Deixa de existir um referencial único de ser homem (patriarcal). Observamos uma multiplicação de “*estilos de masculinidade*”, que se agregam de diferentes modos ao mercado de consumo (sempre). De acordo com Marko Monteiro, “*os modelos tradicionais de masculinidade, no qual o homem deve ser o ‘mach o dominador’ e que estabelece uma relação desigual entre homens e mulheres parece estar perdendo fôlego frente a este contexto mais plural...*”¹⁶

São estes cambismos que parecem assustar o chamado *pitboy*, perdido entre as identificações possíveis. Este ser urbano que vive as altas velocidades tecnológicas, agarra-se a uma virilidade mais tradicional (baixa velocidade social), vive em permanente tensão, angustiado com a incerteza acerca de sua orientação sexual, de sua virilidade e de sua incapacidade de conviver com a pluralidade. Daí o seu comportamento agressivo e sua visibilidade muscular — estou sendo superficial na análise das questões do g nero masculino que tem no corpo sua visibilidade — . O medo da indiferenciação sexual gera a violência que muitas vezes este tipo dirige às mulheres. Como nos lembra Michelle Perrot, “*podemos dizer que o poder masculino existe apenas através do que ele domina, portanto de forma majoritária, as mulheres*”,¹⁷ que podem ser objeto de violência no cotidiano. Exemplo:

Daniela, 20 anos, estudante de jornalismo: “‘Eu não vou para certas boates para fugir das confusões. Já vi muitas mulheres apanhando’. Ela acha que o grande problema desse tipo de homem é que eles não se conformam com o fato de não serem aceitos por uma mulher:

¹³ M rcia CINZIMBRA. *O Globo*. Rio de Janeiro, 11 de fevereiro de 2001, p. 01. Jornal da família.

¹⁴ Contardo CALLIGARES. *Folha de São Paulo*. 8 de fevereiro de 2001, p.8, Ilustrada.

¹⁵ MONTEIRO. *Revistas masculinas e pluralização da masculinidade nos anos 60 e 90* in <http://www.europrofem.org>. Acesso em 26 fev. 2001.

¹⁶ Idem.

¹⁷ PERROT in <http://www.ambafrance.org.br>. Acesso em 15 nov. 2000.

‘Se você diz que não quer ficar com o cara, pode apanhar. Eles devem se sentir rejeitados, e não sabem como lidar com isso.’¹⁸

Quando se fala em *pitboy*, a lei que vigora é a do mais forte. *Pitboy* passa a ser um estilo de vida: investem nos músculos, anabolizantes, ‘compram’ um *pitbull* e saem pelas ruas como a dizer: sou macho!

O exemplo dos *pitboys* demonstra que muitas vezes a alta velocidade tecnológica caminha junto com uma baixa velocidade social. As indefinições identitárias no lugar de se transformarem num jogo lúdico, se transformam num grande problema para este tipo de homem (como sabemos, as identidades sexuais não são naturais e determinadas de uma única vez, são elaboradas pela cultura e pela História). Inseguro de sua identidade, agarra-se ao modelo no qual o homem deve ser o “machão dominador”; através de um corpo construído (*body building*) como diferença explícita. Um corpo cuja forma original foi alterada pela repetição de movimentos não usais no cotidiano, evidenciando músculos desnecessários no dia-a-dia. O *pitboy* é uma vitrine, uma imagem, simulação de um outro homem (COURTINE, 1995. pp. 81-114), que possuía uma história e uma cultura que lhe davam peso (além do muscular) e realidade. História que esse ser busca refletir, visto ser oco, vazio preocupado apenas com o aval do espelho, seu elo com o mundo ‘real’, que através da massa refletida parece lhe confirmar sua virilidade — gestor de seu corpo, pensa que nada pode escapar-lhe ao controle, manifestando uma personalidade profundamente narcísica (por isto mesmo frágil, necessitando ‘pesar’ no olhar do outro). O corpo então lhe serve de carapaça, protege-o do mundo real, ele o coloca à distância ao mesmo tempo em que busca esconder uma fragilidade psicológica negada pelo crescimento muscular. O músculo funciona também como o último reduto dos homens para mostrarem sua masculinidade, visto que, com a ascensão das mulheres no mundo, os papéis masculinos sofreram uma erosão, uma fragmentação, restando-lhes a diferença física e um comportamento truculento.

Entre a fêmea hiper-realizada e seu par, ambos modelos de um feminino e um masculino que se quer ultrapassado, mas que perduram nos meios de comunicação (eles reforçam a marginalização das mulheres na representação que fazem dela) e no cotidiano, se tem uma tecnologia em comum, ou seja, aquela que redesenha os corpos, que os torna mais belos e potentes. Apesar de toda virilidade que expõe, o *pitboy* não descuida de seus músculos nem da regulação “fina” de seu corpo. Ambos, na busca do corpo perfeito, tornam-se híbridos entre organismo e máquina, *cyborgs*.

Os *cyborgs* mais explícitos que “conhecemos” são oriundos da ficção científica, principalmente cinematográfica. O Exterminador Implacável (James Cameron, 1991), popularizado por Arnold Schwarzenegger, é um belo exemplo: por sob a pele, quando esta sofria danos, podia-se ver a máquina. *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), com seus sofisticados andróides, mutantes geneticamente programados, é outro exemplo, embrião do

¹⁸ <http://www.mood.com.br/arquivo/violência.htm>. Acesso em 28 fev. 2001.

universo *Cyberpunk*¹⁹, protagonizado por “Max” em *Dark Angel* (J. Cameron), heroína geneticamente modificada, identificada por um código de barras que traz atrás da nuca, como marca registrada que pode denunciá-la. É sintomático como a aparência *cyborg* (interior/exterior) vai se tornando cada vez mais invisível, quanto mais a técnica vai se tornando onipresente, numa simbiose crescente entre *physis* e *tekhnè* — sociedade *cyborg* onde o tecnológico e o humano se constroem mutuamente. Impera em todos os exemplos supracitados a humanização do andróide que, de certo modo, parecem querer esbater a “barra” (natureza/cultura), sinalizando o direito à diferença, à multiplicidade dos modos de ser, fora do cálculo binário que tem marcado a cultura ocidental. Neste sentido, “O Homem Bicentenário”, livro de Isaac Asimov, transformado em filme de mesmo nome com Robin Williams no papel principal e dirigido por Chris Columbus (1999), é paradigmático: o filme mostra a passagem de um andróide a ser humano, cujo desejo final (como se fosse possível a um andróide ter finalidade) é também morrer — não é o conhecimento da morte uma característica de nossa humanidade, senão a definidora?

Ao colocarmos o *cyborg* na ficção, obliteramos o fato de que no real, há muito, somos todos (potencialmente) *cyborgs*. Se o *cyborg* é fruto do acasalamento do humano com a máquina, esta última se traduzindo hoje em novas tecnologias (nanotecnologias e engenharia genética) que se permitem à manipulação do humano, seja qual for o objetivo (erradicação de doenças, correção de males já instalados, busca da beleza, maior prazer erótico, colocação em questão do propriamente humano...). Então hoje nos colocamos todos como possíveis *cyborgs*. O tempo mítico dos deuses presentifica-se entre nós e nos transformamos em quimeras, híbridos entre organismo e máquina, fadados à a-mortalidade, capazes de funcionarmos em qualquer ambiente, mesmo o espaço sideral. A atual condição de *cyborg* é perceptível ao olharmos ao nosso redor: pessoas com marca-passos, aparelhos de surdez, pontes de safena, próteses de todas as espécies; homem e tecnologia se fundem na ultrapassagem dos limites de seu corpo (o ser humano pode ser criado pela fertilização *in vitro* e pela inseminação artificial; a produção de clones humanos torna-se questão de tempo).

Acontece que, num sentido mais lato, as “*barbies* olímpicas” e o “*pitboys*” são frutos de tecnologia *cyborg*: o *body building* é uma mania mundial, o número de academias cresce dia-a-dia (os mais abastados possuem as suas na própria casa), de modo a dar vazão a essa cultura do corpo. Um corpo construído, sarado, é um corpo artificial cujas dimensões e forma original foram modificadas de modo a ressaltar o desejado. Ele não é fruto de um movimento livre, indisciplinado, fruto do acaso, mas nasce de repetitivos movimentos

¹⁹ De acordo com André Lemos, a origem do termo “cyberpunk” vem da ficção científica. “Neuromancer” de William Gibson (1984) foi a obra que deu origem ao movimento. A cultura cyberpunk mistura esoterismo, informática, pirataria e ficção científica, com influência da contracultura americana dos anos 80. “Ela é uma ‘cultura de rua’, presente em vários países e que se expressa através de revistas ‘especializadas’, de jogos eletrônicos clandestinos, da pirataria digital (‘hacking’, phreaking’), do cinema e da televisão, das revistas em quadrinhos, dos vírus de computador, da moda, das novas expressões artísticas e das novas imagens”. A cultura ‘cyberpunk’ é, antes de mais nada, a expressão de um comportamento irreverente em relação às novas tecnologias. A cultura cyberpunk chama a tomada em nossas mãos do destino tecnológico do planeta (Cf. LEMOS, 1993 p. 25-39).



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

mecânicos (sem uso prático no dia-a-dia a não ser o da visibilidade), objetivando uma forma final. Do mesmo modo a cirurgia plástica com seus *liftings* e lipoaspirações trabalham para uma forma *cyborg* — jaquetas dentárias, implantes de cabelos, cremes oriundos da cosmética fazem parte da formatação dos híbridos humanos/máquinas. Sem nos esquecermos dos avanços no campo da engenharia genética, que em pouco tempo fará parte deste rol de autoconstrução. Ao descobrir o poder que possui sobre o seu corpo de mudá-lo, adaptá-lo às identificações em curso, os indivíduos não se conformam mais com suas imperfeições ou limitações.

Recapitulando, percebemos que o uso da tecnologia *cyborg* sugerido pelos *pitboys* e “*barbies* olímpicas” é alienante, completamente avesso a uma cultura onde a tecnologia seja usada de modo criativo e libertário, como por exemplo, nos sugere a cultura *cyberpunk*. *Barbies* e *pitboys* estão presos em um mundo binário, fiéis ao capitalismo racista onde impera um modelo masculino de mundo (falocêntrico). Surge-nos como contraponto à posição de Danna Haraway. Esta autora introduz a questão do *cyborg* nos “cultural Studies” com o texto “Manifesto para os *cyborgs*” (HARAWAY, 1994, pp. 243-88)²⁰. Em suas primeiras linhas, Haraway deixa bastante claro seu objetivo: o ensaio

“é uma tentativa de construir um mito político irônico, fiel ao feminismo, ao socialismo e ao materialismo. Talvez mais fiel como o é a blasfêmia, do que reverente, como são a adoração e a identificação ... No centro de minha fé irônica, minha blasfêmia, encontra-se a imagem do cyborg” (Idem, p. 243)

O mito do *cyborg* como proposto por Haraway poderia nos libertar das hierarquias sociais, do racismo, do sexismo e de todas as dicotomias reinantes na civilização ocidental, de que as *Barbies* e *Pitboys* são exemplos. Mapeemos brevemente o seu texto: Haraway define, como nós, o *cyborg* como um organismo cibernético, híbrido de homem e máquina, orgânico e inorgânico; surge em um universo de fronteiras rompidas; tessitura de natural e artificial, desconhecendo oposições binárias, bem como a diferenciação dos sexos, é uma criatura pós-gênero. Não é macho nem fêmea, gênero intermediário, auto-reprodutor. É heterogêneo e múltiplo, não aspira a totalidade, aberto a toda mistura; inteiramente conectável. Torna imprecisa a distinção identidade/alteridade. Sua neutralidade pode, segundo Haraway, mudar o mundo: um mundo sem sexualidade dominante, sem classes sociais, sem política (política de dominação hierárquica e desejos de posses), ou seja, uma política que fuja da anestesia do controle. Entretanto, é bom que se lembre que o *cyborg* é “gerado” por uma sociedade tecnocrática paternalista e militar (pesquisas nas áreas militar e médica propiciaram o desenvolvimento das tecnologias *cyborgs* — as tecnologias *cyborgs* podem ser, segundo Haraway, restauradoras, normalizadoras, reconfiguradoras (construção de criaturas pós-humanas semelhantes aos humanos, mas diferentes deles) e melhoradas relativamente aos

²⁰ Recomendo outras leituras sobre o texto de Haraway que considere interessante: SFEZ, 1996, pp. 282-89. LEMOS in <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/cap5.html>. Acesso em 07 jan. 2000 TUCHERMAN, 1999, pp. 161-77; VILLAÇA, 1999, pp. 52-4.

seres humanos). Entretanto, como bem salienta Haraway, a prole “ilegítima” é com muita frequência infiel às suas origens.

O *cyborg*, para Haraway, não busca uma origem ou finalidade: surge no cruzamento de mundos outrora separados, ou seja, num entrecruzamento de limites entre o homem e o animal²¹, entre o homem e a máquina e entre a natureza e a técnica (limites estes que apontam a artificialidade dos limites entre os gêneros). Ao ter lugar no cruzamento destes mundos, antes separados, cruzamento propiciado pelos progressos da ciência e das técnicas, o *cyborg* se coloca como fruto da seqüencialidade das atividades tecnocientíficas, daí não reivindicar uma origem e por consequência um fim (*telos*). “O *cyborg* não sonha com a comunidade a partir do modelo da família orgânica... Não reconheceria o paraíso, não é feita de barro e não pode sonhar com a volta ao pó” (HARAWAY, 1994, p. 246). Repetindo, o abalo das fronteiras antes estabelecidas tornaram possível o *cyborg*, como um mito, uma ficção (uma narrativa), que nos permite pensar a sociedade tecnológica contemporânea. Então, ser neutro, acima da diferenciação hierárquica, bem como do recurso à origem, cujo fim é a ditadura do macho capitalista, o *cyborg* não possui política de dominação, apenas estratégias, melhor dizendo, desvio das categorias e subversão dos valores. Torna-se, portanto, ameaça à sociedade que o produziu bem como a todos os seus valores, liberto que está do mito falocêntrico da origem que fundou no ocidente a divisão dos gêneros. Surge daí seu potencial libertador, visto que ao escapar do mito falocêntrico ele escapa da estrutura do mundo ocidental, da opressão da história e da opressão do homem, podendo, portanto, ser libertador para as mulheres. Mais uma vez devemos lembrar, como assinala Sfez em sua crítica ao texto de Haraway, a dependência do *cyborg* em relação à inteligência tecnológica, C(3)I — “comando - controle – comunicação – informação”, faz dele a presa perfeita para a ideologia da comunicação, que exige comando e controle. Aí está a informática da dominação, a que governa o mundo contemporâneo. É aí, de acordo com Sfez, que dói o calo do *cyborg*: convém alertar os candidatos ao *cyborgismo*: mantenhamos a comunicação inteligente, mas recusemos o controle e o comando. Sejamos então somente CI, e não C(3)I” (SFEZ, 1996, p. 287).

Finalizando o mapeamento do texto de Haraway, gostaria de ressaltar um dos abalos de fronteira em que surge o *cyborg*: a fronteira entre o físico e o não-físico que diz diretamente respeito a virtualização do mundo. O mundo se desmaterializa em bits, tornando cada vez maior a indiferenciação entre o visível e o invisível. O *cyborg* nasce de um mundo transformado em números, dígitos. Mundo regido pela conexão, pelas redes digitais e pela realidade virtual que torna todos nós híbridos potenciais na possibilidade de conexões com

²¹ A idéia da existência de fronteiras entre o mundo humano e o resto do mundo animal foi conformado pela ciência. A genética diariamente comprova a continuidade entre o mundo humano e o animal: reduz-se a 1,3% a divergência nas seqüências entre o genoma do homem e do chimpanzé. Gorilas aprendem a linguagem dos surdos-mudos. O patrimônio genético do homem é de apenas 30.000 genes, pouco diferente do de um rato e apenas o dobro da mosca drosófila. A engenharia genética, ao realizar experiências transgênicas baseia-se nessa continuidade. Por exemplo: implantação de genes humanos em porcos com a finalidade de criar um banco de órgãos para transplante.

todo o tipo de artefatos. Imersos na cybercultura, os dualismos perdem toda a potência e não se sabe mais o que é homem, o que é máquina. O corpo biológico social sofre uma transubstanciação e transformam-se em sistemas “*bióticos híbridos, dirigidos pela comunicação e pela troca de informações*”²². Desenha-se uma simbiose homem-máquina, tornando-se cada vez mais difícil distinguir a prótese no humano e o que é carne na máquina. Devir-*cyborg* nos soa como destino. Esta presença da tecnologia no contemporâneo nos indica que a vida está sendo reinventada e uma “nova” natureza nos é determinada. E o nosso modo de ser, tal qual o do *cyborg* na ficção, se dará através da interação com as tecnologias e cada um poderá dizer a si próprio: “*eu sou na medida de minhas conexões*” (DOMINGUES, 1997, p. 30).

Discutir qualquer questão no contemporâneo, para não ser por demais reducionista, torna-se bastante complexo. A flexibilidade (GIDDENS, 1991), característica de nossas sociedades hiper-conectadas, faz com que fatores antes esquecidos passem a ser decisivos para a compreensão das questões propostas e suas relações com o em torno. Digo isto para justificar o percurso feito até o momento na reflexão do estatuto do corpo na conformação de novas identidades (identificações) neste contemporâneo tecnológico, atravessado por redes de informações com ação direta sobre nossa “configuração” (subjetividade) psíquica e corporal. Resumindo e acrescentando: os meios de comunicação são agentes facilitadores da chamada fragmentação pós-moderna. Ao multiplicarem as narrativas do mundo, criaram uma “nova grande narrativa”, embutida em sua lógica: a fabulação do novo ao mesmo tempo em que acolhe em si um tempo cíclico, da permanência, da invariância, transforma-se em instrumento do eterno e do permanente (os conteúdos podem variar, mas estruturalmente a tendência é para a permanência) (ROCHA, 1995, pp. 151-64). O que isto significa? Que neste lugar o tempo dá a impressão de não passar; a presença permanente do novo, do acontecimento nos leva a viver no ritmo dessas mudanças em permanentes atualizações (presentificações). Os meios de comunicação são facilitadores da vivência imaginária do eterno e facilitadores e divulgadores do novo em sua forma de tecnociência (a tecnologia hoje exprime, temos que concordar, o império do novo, é ela e não a cultura o grande vetor das transformações). Assim, além é claro, de seu alcance quase que global, podemos entender estes meios como o lugar onde o desejo de eterno e de mudança (é este o desejo do capital) se traduz. Os *media* tornam-se o palco por excelência destes desejos, ao anunciar as descobertas científicas onde se embutem promessas de “mais vida” (permanência/potência), tornam-se veículo para a eternidade. Então, ao fragmentar, os *media* reagrupam em configurações provisórias o sentido do mundo, da vida e da morte, fazendo com que o consumo permaneça.

Bibliografia:

BAUDRILLARD, Jean. A troca simbólica e a morte. São Paulo: Ed. Loyola, 1996.

COURTINE, J. J. Políticas do corpo. Org. Denise B. de SANT’ANNA. São Paulo: Ed. Liberdade, 1995.

²² André LEMOS in <http://www.facom.ufba.br/pesqbyber/lemos/cap5.html>. Acesso em 07 jan. 2000.



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

DOMINGUES, Diana (org.). A arte no século XXI. A humanização das tecnologias. São Paulo: Editora UNESP, 1997.

GUIDDENS, A. As conseqüências da Modernidade. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

HALL, S. Identidades culturais na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

HARAWAY, Danna. Manifesto para os cyborgs in Tendências e impasses. O feminino como crítica da cultura. Org. H. BUARQUE DE HOLLANDA. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1994.

LEMOS, A. Cultura cyberpunk in Textos de cultura e comunicação. Salvador, 1 semestre. 1993 – n. 29, p.25-39.

POPE, H.; PHILLIPS, R.; OLIVARDIA. The adonis complex. Free Press, s/data.

ROCHA, E. A sociedade do sonho. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 1995.

SANTOS, J. F. O que é o pós-moderno. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1997.

SFEZ, L. Saúde perfeita. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

THOMPSON, J. Mídia e modernidade. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

TUCHERMAN, Y. Breve história do corpo e de seus monstros. Lisboa: Vega, 1999.

VILLAÇA, N. Em pauta: corpo, globalização e novas tecnologias. Rio de Janeiro: Mauad editora, 1999.

E-mail: sandrapgon@bol.com.br