

O consumo de imagens da mídia sobre o corpo e as subjetividades juvenis

Josimey Costa da SILVA¹
Thiago Tavares das NEVES²
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

RESUMO

A corporeidade como fenômeno social e cultural é o pressuposto teórico que permite compreender de que modo expressões e experiências corporais num contexto midiático interferem nos processos de subjetivação de jovens urbanos. O corpo é a mídia primária e a instância de relação com o mundo. A partir dele, os jovens reproduzem padrões de consumo cultural e também criam expressões singulares radicadas na própria experiência corpórea. A cultura juvenil de caráter urbano é complexa e ambivalente, apresentando referências ao mesmo tempo particulares e universais, com destaque para mídia, moda, interferências corporais, espaço do quarto e relação com família e amigos.

ABSTRACT

The corporeity understood like a social and cultural phenomenon allows the understanding how the expressions and corporal experiences interfere in the processes of subjectivity of the urban youth in the media context. The body is the primary media and the demand of the relation with the world. With the body, the youth reproduces patterns of cultural consumption and creates singular expressions taken in the corporal experience. The urban youthful culture is complex and ambivalent. The media, the fashion, the corporal interferences, the space of the bedroom and the relationship with family and friends are particular and also universal references to this culture.

PALAVRAS-CHAVE: corpo; mídia; subjetividade; jovens.

KEY WORDS: body; media; subjectivity; young person.

PALABRAS CLAVE: cuerpo; media; subjetividad; jóvenes.

A condição de existência dos seres vivos no mundo é o seu corpo. Substância física e sensível por causa do seu emaranhado de eletricidade, magnetismo e átomos, moléculas, fluxos e química, só pode ser corpo se aberto ao meio em que se insere. Um organismo vivo tem que ser um sistema aberto; suas aberturas são a pele e seus poros, a boca, o nariz, os olhos, os ouvidos, os órgãos genitais. Um corpo é vivo porque se comunica

¹ Doutora em Ciências Sociais pela PUC/SP e docente da Universidade Federal do Rio Grande do Norte/Brasil. Pesquisadora do GRECOM – Grupo de Pesquisas da Complexidade; do Grupo de Pesquisas Gemini – Análise e Pesquisa em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos; do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia - CISC. É co-autora dos livros “Brasil em Tela: cinema e poéticas do social” (Sulina, 2008) e “Complexidade à flor da pele: ensaios sobre ciência, cultura e comunicação” (Cortez, 2003).

² Mestrando do Curso de Ciências Sociais da UFRN/Brasil, graduado em Comunicação Social/Radialismo e graduando da habilitação em Jornalismo na UFRN. É bolsista de Iniciação Científica no projeto de pesquisa da UFRN que dá sustentação ao presente artigo e é consequência de pesquisa anteriormente realizada em São Paulo (v. nota 7).

com o mundo. Uma forma de comunicação elementar é a tátil, que envolve o toque. Um bebê precisa ser tocado para se desenvolver plenamente, tanto do ponto de vista físico quanto emocional. Tocar pode ser acariciar, afagar, segurar, alisar, dar tapinhas leves, variando desde um contato corporal simples até ao contato mais completo envolvido na relação sexual. A atmosfera, a água, as roupas promovem estimulação tátil e põem os seres em contato com o mundo e consigo mesmos, na medida em que estes se percebem distintos do universo que os cerca.

A locomoção proporciona, na prática, um fluxo de estimulações cutâneas ao pôr nosso corpo em contato com diferentes temperaturas, micro-alterações de pressão, variadas intensidades e direções do vento, umidades plurais. As primeiras comunidades eram nômades porque, além da busca por alimento, encarnavam a importância do movimento para os seres humanos. O feto caminha com a mãe, que o balança junto ao corpo ou no berço. A cinesia, capacidade de comunicar emoções e pensamentos não verbalmente, resulta de movimentos do corpo. Na atualidade, muitos agrupamentos humanos recuperam esse nomadismo percorrendo as cidades, viajando pelo mundo, concreta ou imaginariamente.

Como o corpo é operante e atual, um feixe de funções visão e movimento, sensibilidade e expressão criadora, as relações corpo-mente devem ser vistas como unidade e não como integração de partes distintas. Assim, não há um setor central para o comportamento, mas uma consciência do corpo que invade o corpo via percepção, o que também permite a propriocepção, o sentido do próprio corpo. A consciência do corpo é representação ou conhecimento do corpo, que é perceptivo e possibilitado pelo movimento.³

³ Cf. a idéia de consciência do corpo (MERLEAU-PONTY, 1995 e 1999) e dor e consciência (SERRES, 2004).

A tecnologia amplia os limites naturais do corpo, mas ainda é ele a sede e um meio para a comunicação; ele é a mídia primária, o meio primordial de contato, um modo de relação com o mundo. As múltiplas expressões do corpo são emissões intencionais, mas principalmente vitrines do inconsciente, que sofre os efeitos do estilo de vida ocidental contemporâneo. No cinema, na televisão, na Internet, se vê e se ouve muito, mas não se toca e, se um dos sentidos é exacerbado, isso só pode ocorrer em detrimento dos outros. O visto, para ser mais presente, deve ser tocado. O que se precisa ou quer tocar, mas não se toca, produz uma carência que aumenta a urgência do toque ou resulta em adoração, valor de culto, quando não, indiferença. Sem o tato, a troca se empobrece. Ele é fundamental para conferir um sentido de realidade ao percebido (MONTAGU, 1999), de pertinência, e para a percepção do próprio corpo, ou seja, a corporeidade.

Sendo corporeidade a maneira pela qual o cérebro reconhece e utiliza o corpo como instrumento relacional com o mundo, o que é feito mediante o processo de simbolização, ela é o resultado complexo da articulação do universo físico, da esfera da vida (*bios*) e do meio antropossocial.⁴ Le Breton reivindica uma sociologia do corpo, que coloca a

“corporeidade humana como fenômeno social e cultural, motivo simbólico, objeto de representações e imaginários. Sugere que as ações que tecem a trama da vida quotidiana, das mais fúteis ou das menos concretas até aquelas que ocorrem na cena pública, envolvem a mediação da corporeidade.” (LE BRETON, 2007: 7)

⁴ Cf. os princípios dialógico, hologramático e recursivo em MORIN (1998 e 2005), que permitem integrar diferentes abordagens na análise dos fenômenos complexos.

Para o autor, o corpo é o vetor semântico pelo qual a evidência da relação com o mundo é construída e são definidas as lógicas sociais e culturais da extensão e dos movimentos humanos. As ações do homem são tributárias de um conjunto de sistemas simbólicos, mas é no corpo que as significações se originam e se difundem, estruturando a existência individual e coletiva. Ainda que experimentada como estilo singular, a expressão corporal é socialmente modulável; o processo de socialização da experiência corporal é condição da existência humana, mais fortemente presente na infância e na adolescência, embora a aprendizagem dos modos de expressão e de intervenção corporais permaneça por toda a vida. Desse modo, as modificações sociais e culturais definidoras e decorrentes de um determinado estilo de vida se realizam também no corpo. É dentro dessa perspectiva que o corpo jovem é aqui compreendido.

Mídia e cidade

O movimento é fundamental para os seres humanos. Na cidade, o movimento está no trânsito constante de carros e pessoas, nos deslocamentos de identidade e na mídia. Dar alma, animar, é também atribuir movimento, desenvolver. As imagens animadas não são decorrências das mídias tecnológicas, mas do desejo humano por imagens, que antecede a invenção dessas mídias. A comunicação por imagens está na origem da cultura, como transcendência da morte pela representação dos corpos. A animação das mídias proporciona a experimentação das imagens como algo vivo, pois, se a mídia é um objeto, a imagem é o objetivo da animação. No entanto, as mídias audiovisuais, não são percebidas como objetos, pois dependem da simbolização, que permite a percepção de imagens como se fossem corpos ou seu representante.

Belting pondera que a autopercepção do corpo é condição para a invenção das mídias, que são corpos técnicos ou artificiais substitutivos dos corpos biológicos por meio de procedimentos simbólicos. A mídia, em sua concepção, é o agente pelo qual imagens são transmitidas, enquanto o corpo tanto performatiza quanto percebe:

“ambos modificam-se continuamente (o que nos permite falar de uma história das tecnologias visuais do mesmo modo que também estamos familiarizados a uma história da percepção), mas em sua presença sempre mutante eles têm *mantido seu lugar* na circulação de imagens. As imagens não se encontram independentemente nas superfícies ou nas cabeças. Elas não *existem* por si mesmas, mas, sim, *acontecem*; elas ocorrem, sejam elas imagens em movimento (o que se torna tão óbvio), ou não. Elas acontecem via transmissão e percepção.” (BETING, 2006)⁵

Assim como as palavras, que podem ser constatativas ou performativas, a consciência incorporada constata as informações do meio e performatiza intersubjetivamente, declara física e simbolicamente o que quer constituir no mundo. É com o recurso das imagens e do imaginário que isso é feito, e as mídias audiovisuais têm papel central no intercâmbio entre imagem e corpo. Elas proporcionam a autonomização técnica das imagens e a experiência corpórea possibilita a identificação do dualismo inerente nas mídias visuais, ao mesmo tempo veículos de signos e referentes. As imagens vivem nos corpos ou nos sonhos e devaneios, e se atualizam nas mídias em sua relação com o corpo. Nesse processo, as imagens podem ser tão devoradoras dos corpos quanto são por eles devoradas. A juvenilização na cultura de massas, adotada e difundida pelas mídias, usa a imagem dos jovens como suporte, mas também os faz consumir imagens

⁵ Constante de artigo publicado na revista eletrônica Ghrebh-, sem numeração de páginas.

referenciais na televisão, revistas, gibis, cinema, jornais, Internet, música, moda, ídolos em circuito recursivo.

O consumo cultural juvenil não é a reprodução de uma ordem simbólica determinada pelas mídias, mas a aquisição e uso de mercadorias, um espaço para pensar, refletir.⁶ Envolve complexos processos de escolhas e apropriações simbólicas que definem identidades variáveis, apontam as diferenças, expressam visões de mundo e constituem sujeitos imaginantes, que encontram nesse consumo sua forma de inserção no mundo. Consideradas as formas de apropriações culturais protagonizadas pelos jovens, tornam-se evidentes os movimentos de ruptura e continuidade, de enraizamento e deslocamento, assim como as memórias curtas ou amplas que atravessam suas sofisticadas relações de consumo simbólico. Valores, realizações e frustrações, gestos e posturas corporais estão de tal modo influenciados por imagens e informações de consumo simbólico que, sem a investigação de hábitos e bens consumidos, seria impossível delinear uma imagem dos jovens ou rastrear suas concepções de vida e sociedade.

Esse delineamento não pressupõe assumir o determinismo de subculturas juvenis. Há, na própria gênese da concepção de cultura do ponto de vista antropológico, uma seleção em favor do homogêneo e em detrimento do heterogêneo, “do uniforme contra o fragmentário, o singular contra o plural, o estático contra o fluido, o holístico contra o parcial, as conexões contra as disjunções, a identidade contra as diferenças” (CANEVACCI, 2005: 17). Os jovens urbanos contemporâneos habitam pluriversos, noção apresentada por Canevacci para a pluralidade dos atuais universos juvenis, que não se limitam às subculturas tradicionais.

Se eles não chegam, obrigatoriamente, a constituir subculturas, nem por isso não estão isentos de certa padronização. A moda contemporânea é ambígua e multifacetada, o que

⁶ Cf. a idéia do consumo ativo como recurso para pensar e intervir na realidade social em Canclíni (1999).

condiz com a fragmentação das sociedades pós-industriais; porém, essa mesma moda, deixando de ser prerrogativa exclusiva das elites, popularizou-se, produzindo unificação cultural. Os mecanismos de distinção ainda funcionam, os códigos dos desfiles de moda se sofisticaram e estão sendo substituídos sempre mais velozmente, no sentido contrário à popularização de lançamentos de moda para permitir exclusividade aos grupos iniciados ou detentores de privilégios sociais. Na mesma velocidade, entretanto, as tendências são copiadas e massificadas pela venda em lojas de departamentos. A moda exclusiva está em muito pouco tempo ao alcance de quase todos e os jovens, que servem de inspiração a muitas *griffes*, não estão alheios ao processo do consumo que traz de volta às ruas o que muitas vezes nelas nasceu.

As roupas se afastam do natural em tecidos tecnológicos; os acessórios se aproximam do biológico ao entrarem no corpo. O corpo juvenil reflete a incorporação de tecnologias, mais do que nunca atravessado por poderosos significados simbólicos, sofrendo mutações constitutivas que os transformam em corpos pós-orgânicos como resultados de cruzamentos cada vez mais imbricados entre o orgânico e o não-orgânico. Os limites naturais do corpo humano se tornam cada vez mais flexíveis, irreconhecíveis. Simultaneamente, as experiências juvenis radicais, extremas, refletem a exacerbação do estímulo, que por sua vez decorre da proibição do prazer dos sentidos; e se estes são proibidos, é o próprio corpo que é proibido.

Sant'Anna (2001) aponta para um velamento do corpo, que ela compreende como desmaterialização. A modernidade trouxe o instantâneo ao invés da duração e também a desmaterialização dos corpos, contemporânea da velocidade das viagens de avião. Há uma estética da velocidade, que reduz o peso dos corpos, torna-os transparentes, sem muita memória ou identidade estável. A velocidade exige menos peso, menos volume. Os corpos tornaram-se idealmente longilíneos, ágeis e flexíveis, sempre jovens, de uma

juventude interminável que equivale a atestado de decência. A gordura, a ocupação de espaço, a velhice, a lentidão, a tristeza e a dor são socialmente censuráveis.

O corpo pós-orgânico é conquista tecnológica e adequação aos padrões midiáticos; ele está aquém e além do corpo. Percebe menos em virtude da proibição dos sentidos; mas sai dos limites da sua *physis* e engloba seu entorno – o adereço, a roupa, o quarto – constituindo o que Cyrulnik (1995) chama de biologia periférica, porque a organização de um meio (a ecologia humana) estrutura as informações sensoriais, isto é, cheiros, calor, toques, estímulos visuais e sonoros e ritmos das práticas cotidianas. Essa biologia periférica atua sobre a sensorialidade humana fazendo com que haja uma hierarquia de funcionamento dos órgãos do sentido. A periferia do corpo, num certo sentido, se torna também corpo. Assim, e não só pela aparência, quartos de jovens são não raro definidos com a expressão “é a minha cara”. “A música é pele sexuada. Uma tela (*Kino*, PC, TV, *tape*, *digital diary* etc.) é pele visual. Uma parede é pele *hardcore*” (CANEVACCI, 2005: 53).

Jovens que têm seus cotidianos marcados por um contexto urbano cultuam o movimento físico e a circulação constante característicos do ambiente em que vivem. Contudo, apesar dos fluxos urbanos apresentarem-se como um dos principais aspectos definidores da sociabilidade e identidade juvenis, o quarto de dormir para jovens de famílias com certo poder aquisitivo é um referencial da subjetividade, território da liberdade e da contestação, que surge em decorações e atividades desenvolvidas no interior dos quartos, a salvo de maior influência por parte dos pais – ainda que, com a Internet e *web cam*, estejam passíveis de condicionamento social externo.

Os estilos de apresentação visual e vestimentas são ostentados como expressões de singularidade, mesmo que digam respeito a grupos, a tribos urbanas, segundo definição de Maffesoli (2000). A adequação do corpo aos padrões de beleza divulgados pela mídia

é uma rendição, mas em pequenos grupos, pode ser objeto de contraposição a padrões vigentes. Daí o caráter dúbio de tatuagens e *piercings*, que tanto podem ser contraposições quanto composições. O corpo atravessado por códigos espelha também o colapso dos símbolos. Práticas fetichistas se apropriam de códigos que na sociedade capitalista ocidental estigmatizavam (tatuagens) e os transformam em valor de pertencimento; os códigos de barra das mercadorias fazem dos corpos, coisas, e das coisas, corpos. O apolítico que os jovens encarnam e transgridem é um fluxo por entre espaços midiáticos, corporificados e, por isso mesmo, vivenciados singularmente.

As múltiplas expressões do corpo jovem são ícones do consciente e vitrines do inconsciente; seus pluriversos, na formulação de Bauman (2004) são as “comunidades de ocasião”, autoconstruídas em torno de eventos, ídolos ou moda e indicativas de uma curta e decrescente expectativa de vida. São duas perspectivas diferentes: Canevacci percebe a fluidez e o deslocamento como contrários ao reducionismo identitário; Bauman se refere à efemeridade dos relacionamentos, fruto de indivíduos desligados e insatisfeitos. Tanta atenção dos pensadores demonstra a importância dos jovens na constituição da sociedade contemporânea. A partir da segunda metade do século XX, o estrato jovem da população passa a ocupar uma posição destacada dentro da cultura de massas tanto na esfera da produção quanto na do consumo simbólico. Esse consumo, constituído a partir das condições sócio-econômicas e culturais dos pertencimentos, se expande em direções possibilitadas por fluxos da experiência urbana e do compartilhamento de imaginários geracionais.

Expressões da corporeidade juvenil

O rastreamento dos imaginários geracionais compartilhados orientou o recorte empírico da pesquisa “Imagens de presença e de ausência: sentidos midiáticos da subjetividade

juvenil”⁷⁷. Desenvolvida na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, a pesquisa, propõe delinear processos constituintes da subjetividade de jovens em Natal a partir de um contexto de consumo cultural, especialmente no que se refere às representações midiáticas e às suas relações com o corpo. As técnicas para abordagem das expressões da subjetividade juvenil urbana consideram as singularidades, as peculiaridades que compõem esse todo complexo, na tentativa de construir um conhecimento articulado, tecido por ligações entre diversos campos do saber. Segundo Morin:

“O método da complexidade pede para pensarmos nos conceitos, sem nunca dá-los por concluídos, para quebrarmos as esferas fechadas, para restabelecermos as articulações entre o que foi separado, para tentarmos compreender a multidimensionalidade” (MORIN, 2005:192).

Nessa perspectiva complexa, multidisciplinar e plurimetodológica, a investigação envolveu a aplicação de questionários semi-estruturados com 30 jovens entre 15 e 24 anos da cidade de Natal, juntamente com a observação etnográfica e o registro fotográfico dos locais de fluxo de jovens (*shoppings centers*, praças, bares, pontos de encontro da rua), das roupas, estilos de apresentação visual e pertences pessoais; também foram feitas entrevistas complementares com os jovens desses locais. Outra fonte de dados são os jornais locais Diário de Natal e Tribuna do Norte, dos quais foi feito um *clipping* de matérias sobre e para jovens publicadas diariamente durante dois meses; como amostra comparativa, foram selecionados exemplares de sete revistas nacionais destinadas a jovens, além do suplemento FolhaTeen do jornal A Folha de São Paulo.

⁷⁷ Pesquisa coordenada pela Prof^ª. Dra. Josimey Costa da Silva, com período de realização de julho de 2006 a julho de 2009, com financiamento local pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bolsista PIBIC/Propesq: Thiago Tavares das Neves; estudantes participantes: Priscila Adélia Pontes e Ana Carmem do Nascimento Silva. As técnicas utilizadas na elaboração da sondagem foram decorrentes de uma pesquisa efetuada em São Paulo sobre jovens urbanos, cuja primeira etapa foi realizada entre 2001 e 2003 na PUC/SP, e consumo cultural na cidade de São Paulo, com financiamento pela FAPESP e coordenação das Prof^ªs. Dr^ªs. Silvia Simões Borelli e Rose de Melo Rocha.

Os jovens selecionados não o foram somente por sua faixa etária, cada vez mais imprecisa num mundo onde a juventude é interminável. Outros fatores orientaram as escolhas: “antes de tornar-se adulto, entrando no mundo sério e irreversível do trabalho, o jovem é tal porque consome. (...) O jovem consome – o adulto produz” (CANEVACCI 2005: 23). Esse consumo se dá por imersão na cultura midiática e da imagem contemporânea, que se subordina aos condicionamentos corporais dos consumidores, ao mesmo tempo em que produz, recursivamente, corporeidades correspondentes aos seus padrões massivamente difundidos. A universalização dos processos comunicacionais tecnologicamente mediados e a penetração do tecido cultural em todas as esferas da atividade humana são, portanto, fundamentais para a compreensão da subjetividade juvenil em Natal.

Conforme os dados analisados até agora e considerado o princípio hologramático⁸ em função da complexidade do fenômeno sob análise, algumas características ou expressões da subjetividade dos jovens natalenses são universais, comuns a jovens de São Paulo, da Colômbia, dos Estados Unidos, embora sejam também singulares. Os jovens são complexos bioantropológicos e biosocioculturais, compartilhando, com a humanidade, padrões de comportamento que estão enraizados no *anthropos*, na matriz arquetípica do humano. Ao mesmo tempo, jovens são também indivíduos, devendo ser foco de uma ontologia calcada em seu comportamento e nas expressões singulares da cultura que introjetaram.

O consumo cultural estimulado pela comunicação urbana midiática apresenta-se como constitutivo da subjetividade juvenil, confirmando que “escola, mídia e metrópole constituem os três eixos que suportam a constituição moderna do jovem como categoria social” (CANEVACCI, 2005: 23). Isso é perceptível por meio da observação

⁸ Cf. Morin, op. Cit.

etnográfica a partir das roupas e adereços usados, reprodutores de modas dominantes na mídia; também pelo uso de equipamentos eletrônicos de última geração, como telefones celulares, que funcionam como elementos de socialização entre grupos de jovens; pelas referências a programas, músicas e ídolos em evidência midiática; pela frequência a espaços de consumo urbano, como *shopping centers*.

Habitando ora o primeiro plano, ora zonas intersticiais em relação à cultura dominante, os jovens entrevistados em Natal dão grande importância às relações familiares e interpessoais, consomem largamente programas de TV e jogos eletrônicos, além de se espelharem, sem reconhecê-lo, em estilos de apresentação visual caracterizadamente difundidos pela mídia. Muito poucos trabalham na faixa etária compreendida entre 15 e 24 anos. Para a maioria dos entrevistados, o pai é o ídolo, sendo Jesus outra referência bastante citada. Muitos indicam uma convivência tranquila com a família, embora as relações conflituosas sejam mais mencionadas entre os jovens de menor poder aquisitivo. Para quase todos, o lazer diário é preferencialmente fruído em casa e as atividades preferidas correspondem a ouvir música pelo rádio ou CD, assistir televisão e jogar videogame. Mais da metade afirma ler livros, revistas e jornais, mas muito poucos (27%) souberam citar nomes de gibi.

Quando chamados a se pronunciarem sobre os fenômenos sociais que lhes diziam respeito, os entrevistados demonstraram pouca intimidade com a exposição de um pensamento próprio mais reflexivo, embora estivessem satisfeitos com a possibilidade de fazê-lo. Como consequência, a percepção de si e do seu próprio corpo inseridos nos processos sociais é paradoxal; a maioria das respostas contradiz os resultados da observação etnográfica. A apropriação da moda, embora respeite gostos e estilos próprios, não reflete apenas escolhas individuais.

“Contrariando o mito da improvisação, do capricho, da fantasia, da criação livre, percebe-se que a moda é fortemente codificada. É uma combinação com uma reserva finita de elementos e regras de transformação.” (BARTHES, 2005: 378)

O código é social. Sem considerar os códigos nem o fato de que o corpo e seus adereços são formas estéticas de comunicação dos jovens, a quase totalidade dos 30 jovens pesquisados acredita não trazer no corpo marcas de grupo a que muitos estão ligados. Eles não compreendem seus corpos como expressivos de idéias, gosto e histórias, mesmo que se vistam e usem acessórios de uma maneira muito semelhante entre si, tenham cabelos com cortes, comprimentos e penteados idênticos. Também não acham que devem estar sempre na moda, embora estivessem claramente assim durante as entrevistas. Para a quase totalidade dos entrevistados, seus estilos são singulares.

No que respeita a apresentação visual, os jovens entrevistados afirmam se identificar preponderantemente com os seguintes estilos: moderno, esportivo e executivo, conforme classificações comuns nas mídias de moda ou destinadas para o público juvenil; mas quase metade não se sente influenciada em relação ao modo de vestir, seja por ídolos, lojas, meios de comunicação, família, amigos, profissão ou moda. Crane (2006) acredita que o vestuário indica como membros de grupos sociais vêm a si mesmos em relação aos valores dominantes; se é assim, os jovens natalenses se percebem desconectados, ainda que ajam preponderantemente em consonância com o padrão.

A observação etnográfica mostrou que parte das adolescentes entrevistadas (de médio poder aquisitivo, estudantes de escolas privadas ou universitárias, frequentadoras de *shopping centers* para o lazer e de bares da moda) usa roupas e acessórios eroticamente insinuantes, mais características do mundo adulto, como calças jeans justas com

aplicação de detalhes chamativos, *tops* decotados, saltos altos, brincos grandes, maquiagem mesmo durante o dia. As referências de moda que ostentam são as mais difundidas na mídia; há pouca ousadia estilística. Só não se apresentam assim as que se identificam com estilos musicais alternativos para os padrões locais, como *reggae* e *rock*, embora se portem de acordo com os estilos que adotam (cabelos curtos, rastafári, toucas, saias e calças amplas, sandálias rasteiras ou tênis). Os estilos de apresentação visual surfista ou *funckeiro* não foram significativamente mencionados pelos entrevistados do sexo masculino, mas muitos usavam adereços que a mídia atribui a esses subgrupos juvenis, como colares grandes, roupas coloridas, bonés.

Algumas respostas apontaram para uma contraposição às imagens difundidas midiaticamente: juventude e aparência jovem não são sinônimas; o condicionamento físico não é imperativo; a agilidade do corpo não é uma aspiração. Há, porém, contradições internas: enquanto não se sentem proibidos de fazer o que querem com seus corpos, não acreditam que possam fazer com eles o que tiverem vontade. As modificações corpóreas são pouco radicais: as mudanças mais presentes são pintura de cabelo, o uso de brinco e o uso de *piercing*. Os que não fizeram interferências corporais, gostariam de fazer tatuagem, *piercing* e pintura de cabelo, de preferência duas ou mais delas.

Corpo, subjetividade e cultura

Maffesoli (2000) reivindica o surgimento, nas sociedades urbanas atuais, de várias tribos urbanas, microgrupos que se ligam esteticamente e se identificam, entre outras formas, por meio da aparência, do estilo visual que adotam, produzindo um vínculo de respeito e afinidade entre os participantes do microgrupo. Tributários de um tempo temporário e de um espaço interzonal (CANEVACCI, 2005), os corpos dos jovens carregam as marcas dessas tribos fluidas, marcas em alguns casos definitivas como

referentes (buracos de alargadores nas orelhas), dançantes e em colapso como signos pelo fim ou a assimilação dos microgrupos. As interferências corporais contam histórias; falam de um corpo juvenil complexo, biológico, social, cultural, mítico imerso numa sociedade tecnológica, midiática, imagética, onde o corpo é o protagonista censurado, submerso por imagens cuja função é consumi-lo para assim serem também consumidas. O corpo, mídia primária, tem a função de se tornar um signo paradigmático, mas também entra em colapso: atravessado pelo deslizamento dos códigos, ele deixa de ser invólucro físico e toma o lugar de outra coisa, sem que seja essa coisa nunca; torna-se corpo imaterial, puro símbolo, necessitando de outras formas de percepção e descrição. Os signos que remetem a aspectos tribais, a minorias estigmatizadas, delineiam um jovem arcaico/contemporâneo, de pele marcada, furada, torcida, esticada; a superfície porosa que o põe em contato com o mundo grita pelo retorno dos sentidos e pelo fim da proibição do corpo que sente - contestação corporal, apolítica e estetizada.

Por meio do corpo, o jovem se reconhece e percebe o outro, a alteridade; assim constrói sua subjetividade, estabelece relações, gera vínculos materiais e simbólicos, cria laços, comunica, forma tribos, adota estilos e diferentes formas de apresentação visual, é midiaticizado, espetacularizado, idealizado, remodelado, mutilado, imaginado. O corpo é primitivo e atual, monádico e socializante, carregado de ludicidade e destinado à morte. “A comunicação efetua-se primeiramente a um nível sensorial e afetivo, muito antes de ser um trabalho de enunciação verbal” (CYRULNIK, 1994: 259). Então, o corpo é a mídia primária, o início e o fim de todo processo comunicativo. Sua troca comunicacional é realizada a partir do nível sensorial em direção ao mental, sem que haja distinção precisa entre os dois níveis, que funcionam em circuito, com percepções e memórias em dependência mútua.

Nas mídias, o corpo jovem aparece como um ideal a ser alcançado por todas as faixas etárias: as crianças e os idosos são compelidos em sua direção. As formas físicas apolíneas, saudáveis, ágeis, magras ditam modelos de estética jovem, retratada nas revistas especializadas, nos anúncios publicitários, nos filmes, nas novelas, nos jornais de pauta geral. Ingrediente e resultado de uma cultura narcísica, a mídia alimenta pulsões; nela, o jovem se encontra, e ela se encontra no jovem, consumidor e produto do comércio de mercadorias simbólicas. Juntamente com as fábricas de beleza (cosméticos, academias, clínicas de estética, medicina da aparência), a mídia traz Dorian Gray para a esfera cultural contemporânea - a sedução narcísica está vinculada ao corpo ou as suas partes, em um jogo de marcas e signos em que o corpo é visto como valor.

Mesmo imerso na cultura midiática, o jovem precisa se perceber por meio da pele. A pele, fronteira e passagem, o mais extenso órgão do sentido, reveste todo o corpo e permite a interação com o meio, dele absorvendo influências físicas, culturais e sociais que interferem na esfera biológica. Depilações mudam a sensibilidade tátil, assim como o toque define uma ordem de interação física e simbólica, social. O jovem, nesse contexto tátil, exerce seu potencial lúdico e gasta energia por meio dos esportes e brincadeiras, expressa emoções e esgota-se no instante hedonista das efervescências festivas, estabelece vínculos, responde a estímulos advindos dos meios de comunicação de massa, estabelece vínculos com o outro, arrisca-se em atividades extremas.

Na comunicação tátil, o sistema háptico⁹ tem a função de permitir o tatear, o apalpar; ele possui receptores mecânicos e térmicos, seu órgão anatômico é a pele. Embora não tenha um órgão específico de sentido, seus receptores estão por toda parte nos tecidos do corpo, de modo que cada um dos órgãos do sentido depende dele; é por meio desse

⁹ Relativo ao tato, sinônimo de tátil; correlato tátil da óptica (para o visual) e da acústica (para o auditivo). Mais recentemente, o substantivo em inglês *haptics* ou háptica, em português, designa a ciência do toque, dedicada a estudar e a simular a pressão, a textura, a vibração e outras sensações biológicas relacionadas com o tato. Desta ciência, surgiu um ramo tecnológico que é empregado, por exemplo, em simuladores (de voo, cirúrgicos etc.) e na característica vibratória dos telefones celulares.

sistema, portanto, que o indivíduo adquire informações sobre o seu corpo e sobre o ambiente. O sistema háptico e a pele são, juntamente com o sistema óptico e o sistema vestibular, do equilíbrio, são responsáveis pela propriocepção. Na cultura midiática, na cultura da imagem, esse sentido se retrai; há demasiados apelos visuais e auditivos em detrimento dos apelos táteis. Se a propriocepção está comprometida, é a própria percepção que se compromete. A semântica do corpo envolve

“atividades perceptivas, mas também expressão dos sentimentos, cerimoniais dos ritos de interação, conjunto dos gestos e mímicas, produção da aparência, jogos sutis da sedução, técnicas do corpo, exercícios físicos, relação com a dor, com o sofrimento, etc.” (LE BRETON, 2007: 7)

Os jovens, em Natal e no mundo capitalista, nesse processo social de aprendizagem da semântica corpórea, têm ficado mais em berços e menos em braços; têm comido e bebido coquetéis químicos ainda antes de andar; têm se depilado desde cedo, mesmo os homens; têm ouvido música em decibéis cada vez mais altos; têm trocado beijos pela Internet; têm queimado, cortado, furado, coberto e esticado suas peles. Ao mesmo tempo, os jovens são referência praticamente universal de forma física, em padrões massificantes impossíveis de serem atingidos pela maior parte da população, incluindo eles próprios.

Serres diz que as coisas recebidas se tornam de quem as recebe, são subjetivadas. Para ele, o corpo é túnica, pele ou membrana, invólucro de relacionamento com o mundo. O corpo é vulnerável, mas ao mesmo tempo, protege. “O corpo é o suporte da intuição, da memória, do saber, do trabalho e, sobretudo, da invenção. Um procedimento maquinal pode substituir qualquer operação do entendimento, jamais as ações do corpo”

(SERRES, 2004: 36). Por isso, ele agradece aos professores de ginástica, responsáveis pela sabedoria do seu corpo e pela compreensão de mundo que isso lhe proporcionou.

Se os jovens vivem a desmaterialização de seus corpos, transformados em signos de si mesmos, de que maneira perceber o seu corpo físico? O que lhe apresenta o seu corpo imaginário, tão importante para a percepção de si quanto seu corpo físico? Como ser jovem num mundo em que, submersos na cultura midiática, todos o são? E como deixar de ser jovem para ir além quando a juventude é o valor maior e não deve terminar nunca?

Bibliografia

Barthes, Roland, *Inéditos vol. 3: imagem e moda*, trad. de Thomaz Tadeu da Silva, primeira edição, São Paulo, Martins Fontes, 2005, 386 pp.

Bauman, Zygmunt, *Amor líquido. Sobre a fragilidade dos laços humano*, trad. de Carlos Alberto Medeiros, primeira edição, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2004, 192 pp.

Beth, Hanno / Pross, Harry, *Introducción a la ciencia de la comunicación*, trad. de Vicente Romano, primeira edição, Barcelona, Anthropos, 1990, 179 pp.

Belting, Hans, *Imagem, Mídia e Corpo: uma nova abordagem à iconologia*, Revista Ghrebh-, 2006, número 8, julho, São Paulo. (In: <http://revista.cisc.org.br/ghrebh8/>)

Canevacci, Massimo, *Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos metrópoles*, trad. de Alba Omi, primeira edição, Rio de Janeiro, DP&A, 2005, 198 pp.

Cyrulnik, Boris, *Memória de macaco e palavras de homem*, trad. de Ana Maria Rabaça, primeira edição, Lisboa, Instituto Piaget, 1994, 353 pp.

_____, *Os alimentos do afeto*, trad. de Celso Mauro Paciornik, primeira edição, São Paulo, Ática, 1995, 224 pp.

Crane, Diana, *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade*, trad. de Cristina Coimbra, primeira edição, São Paulo, SENAC, 2006, 499 pp.

Canclíni, Nestor Garcia, *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, trad. de Maurício Santana Dias, quarta edição, Rio de Janeiro, Ed. da UFRJ, 1999, 268 pp.

Huizinga, Johan, *Homo Ludens – o jogo como elemento da cultura*, trad. de João Paulo Monteiro, quinta edição, São Paulo, Perspectiva, 2005, 243 pp.

Le Breton, David, *A sociologia do corpo*, trad. de Sonia M.S. Fuhrmann, segunda edição, Petrópolis, RJ, Vozes, 2007, 101 pp.

Maffesoli, Michel, *O tempo das tribos*, trad. de Maria de Lourdes Menezes, quarta edição, Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2000, 297 pp.

Merleau-Ponty, Maurice, *A Natureza*, primeira edição, trad. de Álvaro Cabral, São Paulo, Martins Fontes, 2000, 448 pp.

_____, *Fenomenologia da Percepção*, trad. de Carlos Alberto Ribeiro de Moura, segunda edição, São Paulo, Martins Fontes, 1999, 662 pp.

Montagu, Ashley, *Tocar: o significado humano da pele*, trad. de Maria Silva Mourão Netto, nona edição, São Paulo, Summus, 1988, 427 pp.

Morin, Edgar, *Ciência com Consciência*, trad. de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória, oitava edição, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2005, 344 pp.

_____, *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – Neurose, Vol. I*, trad. de Maura Ribeiro Sandinha, nona edição, Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1986, 204 pp.

_____, *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo - Necrose. Vol. II*, trad. de Agenor Soares Santos, terceira edição, Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1990, 206 pp.

_____, *O método 4: as idéias, Habitat, vida, costumes, organização*, trad. de Juremir Machado da Silva, terceira edição, Porto Alegre, Sulina, 1998, 315 pp.

Pross, Harry, *Estructura simbólica del poder*, primeira edição, trad. Pedro Madrigal Devesa y Homero Alsina Thevenest, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1980, 177 pp.

_____, *La violencia de los símbolos sociales*, trad. de Vicente Romano, Barcelona, primeira edição, Colección Conciencia y Libertad. Barcelona, Editorial Anthropos, 1983, 151 pp.

Santaella, Lúcia, *Corpo e comunicação – sintoma da cultura*, primeira edição, São Paulo, Paulus, 2004, 161 pp.

Serres, Michel, *Variações sobre o corpo*, trad. de Edgard de Assis Carvalho e Mariza Perassi Bosco, primeira edição, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2004, 141 pp.