

O CULTO AO CORPO NA CONTEMPORANEIDADE

Beatriz Marquetti Tolardo Rodrigues

Ericlen Rodrigues

Prof^ª. Orientadora: Janete Guidi

CENTRO UNIVERSITÁRIO LEONARDO DA VINCI - UNIASSELVI

MARINGÁ

2015

RESUMO

Presencia-se diariamente, no atual quadro das sociedades ocidentais industrializadas, a obsessiva e desenfreada importância dada à estética, enfatizando o corpo e a moda, sustentada pelos padrões de beleza ditados pela indústria cultural. Diante disso, este trabalho tem por objetivo explicar e analisar, mesmo que brevemente, as percepções que se tem sobre a Estética no que concerne o fenômeno do culto ao corpo e à aparência, tendo em vista as práticas cotidianas da cultura do consumo aprofundadas no capitalismo avançado. A análise se dará por meio de uma exposição lógica e reflexiva do tema abordado, buscando expor criticamente a realidade de uma sociedade que prima pelo consumismo, pela aparência e pelo prazer.

Palavras-chave: Estética. Corpo. Beleza. Consumismo.

1 INTRODUÇÃO

Uma das características que destaca o ser humano dentre as outras espécies é o domínio aprimorado dos sentidos que conseguiu desenvolver ao longo do tempo, em relação aos outros animais. O tato, juntamente com olfato, visão audição e paladar se tornaram, uniformemente, de grande importância para o reconhecimento de objetos e alimentos além de ser indispensável na aproximação entre mesma espécie.

Para o reconhecimento de algo é indispensável que o objeto passe primeiramente pelos sentidos, sendo assim possível conhecê-lo e entendê-lo. Dessa forma, podemos entender a imagem como um dos primeiros itens que colabora para compreensão de qualquer coisa. E não é diferente no meio social. Ao se aproximar de alguém, primeiramente analisamos sua imagem, reparamos nos detalhes visuais que caracterizam a pessoa que poderemos ou não ter contato:

O outro sujeito se aproxima para o primeiro contato, ao ver no primeiro um par, com que pode ter algo a compartilhar e a somar. Antes do que um processo racional, há uma identificação puramente biológica, primeiramente antropológica, quando, em si, o sujeito porta a sua identidade através da sua aparência. Afirmção de valores, negação de condutas, quase tudo pode ser superficialmente identificado no vestir. Essa superficialidade é importante, pois representa fundamental filtro na etapa inicial das interações entre os indivíduos (ROCHA, *online*, 2008).

Por tanto, mesmo que a real característica do ser observado é racionalizada a partir da convivência e a experiência, o reconhecimento de uma pessoa passa primeiramente pelos sentidos, e as individualidades estéticas de cada um passa a ser um convite, ou não, a um

relacionamento futuro. Assim, o homem, desde o início da civilização, cria conceitos de beleza, tentando determinar o que é belo ou feio, ideal ou não.

Desse modo, já na Grécia Antiga torna-se questão filosófica a discussão do belo, originando etimologicamente “no termo grego *aisthētiké*, que significa ‘aquele que nota, que percebe’” (SIGNIFICADOS, *online*).

Nesse sentido, considerando as distintas percepções a respeito do tema, o presente estudo tem como principal objetivo discutir as consequências geradas no ser humano, tanto psico como fisiologicamente, na busca incessante pelo modelo de beleza “ideal” pregado pela mídia atualmente.

Para tanto, o trabalho se dividirá da seguinte forma: primeiramente será conceituado o significado de Estética de acordo com o viés da Filosofia; depois será pontuado o tema da ascensão do consumismo no mundo moderno; em seguida buscar-se-á percorrer criticamente a respeito da Estética, no que concerne aos efeitos do culto ao corpo no atual contexto da sociedade; após serão apresentados os materiais e os métodos utilizados na pesquisa; e por fim serão feitas as considerações finais.

2 O CONCEITO DE ESTÉTICA NA FILOSOFIA

O termo “estética” é, hoje, compreendido pelo senso comum como algo meramente relacionado à beleza corporal e à forma. Aliar a Estética a estas esferas não está errado. O erro, na verdade, consiste em reduzir o seu significado à apenas elas.

De acordo com Santana (2015, *online*), “a Estética é uma especialidade filosófica que visa investigar a essência da beleza e as bases da arte. Ela procura compreender as emoções, idéias e juízos que são despertados ao se observar uma obra de arte”. Em outras palavras, é o campo da Filosofia que reflete e permite a compreensão do mundo pelo seu aspecto sensível.

Embora pareça um assunto que é único e próprio da atualidade, desde a antiguidade o homem se mostra voltado para as questões estéticas e de percepção sensorial. Dos primórdios até a atualidade, “a arte é o meio pelo qual o homem expressa um conceito e se manifesta” (SECRETARIA DA EDUCAÇÃO DO PARANÁ, *online*, 2015).

A filosofia pretende levantar uma discussão em torno dos aspectos ligados a beleza sem a pretensão de definir o belo (ou mesmo, o feio), mas sim expor de forma clara e concisa o pensamento filosófico sobre o tema. Dessa forma, são recorrentes da Estética

questionamentos como: “por que nos atraímos pelo belo?”; “por que buscamos a beleza?”; “por que o belo nos causa prazer?”; ou “por que o feio nos causa repulsa?”.

3 A ASCENÇÃO DO CONSUMISMO NO MUNDO MODERNO

A atual época é notadamente marcada pelo avanço das tecnologias da informação. Essa realidade permite constatar que, diante da globalização, ou seja, da crescente abertura de mercado em nível mundial, o papel que as tecnologias vêm desempenhando se configura como um fator definidor no processo de desenvolvimento humano e social.

Esse novo panorama do mundo trouxe consigo diferentes e atrativas possibilidades de se produzir comunicação e interação. No entanto, trouxe, também, a urgente necessidade de adaptação social às novas demandas comportamentais.

É notório que todo o contingente de recursos pertinentes à sociedade da informação trouxe muitas vantagens para a sociedade, como, por exemplo, enumera Birkner (2012): educação de massa; acesso às informações; lazer; invenção da natureza; redução da incerteza; somente para citar algumas. Não obstante, mesmo admitindo esse fato, é certo que esse novo quadro também trouxe muitas preocupações.

É bastante notória a influência que a mídia exerce na massa populacional, situação que pode ter consequências positivas ou negativas. No entanto, basta uma análise simples para constatar que é muito comum deparar-se com influências negativas, onde os meios tecnológicos e virtuais de comunicação em massa são utilizados com o objetivo alienar e manipular as pessoas, fazendo-as aderir a uma concepção vaga da própria vida, inibindo o desenvolvimento intelectual através de reflexões mais profundas e promovendo uma falsa noção de felicidade, conseguida a partir do mero consumismo exacerbado.

Diante dessa perspectiva, Machado (2011, p. 12) expõe que:

[...] as pessoas, acostumadas a se movimentarem dentro de relações capitalistas – reiteradas e retificadas constantemente pela mídia –, não imaginam o cotidiano de outro modo, por mais absurdas que possam ser as relações práticas impostas pelos mecanismos dominantes. Os indivíduos se esquecem de que estão em um sistema criado historicamente e agem como se ele fosse algo natural, impossível de se transformar. Os sujeitos encontram-se alienados frente ao capitalismo e seu apelo de consumo.

A sociedade da informação, tendo a mídia de massa como um dos seus elementos mais emblemáticos, promove desenfreadamente o consumismo como forma do indivíduo sentir-se

aceito nos grupos sociais. Nesse caso, o consumo é parte de um sistema de significação e tem como função essencial fazer sentido, construindo, dessa maneira, uma nova forma de compreensão da vida. É visto como um código social, que classifica pessoas e coisas, estruturando as relações sociais, modificando-as e elaborando novos sentidos de identidade e pertencimento.

Sabbatini (2007 *apud* MACHADO, 2011) reflete que o novo sentido de identidade é o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado com base em um determinado atributo cultural, ou conjunto de atributos, e ancorado pelo consumo.

Diante dessa realidade, consumir torna-se um ato de distinção e diferenciação entre classes e grupos, formando uma lógica na construção dos símbolos de *status* e nas maneiras de comunicá-los, de forma que os elementos mais profundos e essenciais dos relacionamentos sociais, como a afetividade e a afinidade verdadeiras, acabam por tornarem-se secundárias em detrimento do *status* promovido pelo materialismo, como forma de ingressar nos grupos sociais.

A Estética, inserida nesse panorama do consumismo exacerbado, também caminha no mesmo sentido, como será visto no tópico subsequente.

4 O CULTO AO CORPO NA CONTEMPORANEIDADE

O culto ao belo remonta aos gregos que viam a beleza física como um reflexo da saúde do corpo. Eles acreditavam que a estética e o físico eram tão importantes quanto o intelecto na busca pela perfeição. Para eles a beleza do corpo não se resumia à estética, mas revelava o modo de vida do indivíduo.

Ao longo dos anos o ser humano foi estabelecendo diferentes formas de enxergar, de pensar e de se relacionar com o corpo. No entanto, na sociedade contemporânea o corpo tem se configurado como um dos principais espaços simbólicos na construção dos modos de subjetividade de nossa época.

Conforme postula Dantas (2011, p. 900),

A relação com nosso corpo parece estar sendo radicalmente modificada pelo fácil acesso a diversos recursos ligados à boa forma, criando certa exaltação e supervalorização do corpo. O indivíduo parece ser responsável por sua aparência física por meio das várias formas de construções corporais hoje presentes no mercado – como as dietas, os exercícios físicos, os variados tratamentos de beleza e

as cirurgias plásticas. E, assim, o corpo atual, ou seja, aquele que se encontra em consonância com os padrões de beleza contemporâneos que associam juventude, beleza e saúde apresenta-se como um valor fundamental na sociedade ocidental.

Nesse sentido, tem-se a impressão que o corpo parece ser um molde que se ajusta às significações sociais. Parece uma espécie de rascunho que pode ser refeito, ajustado ou aperfeiçoado de acordo com o desejo e a disponibilidade financeira do indivíduo.

Conforme já anteriormente explanado, a sociedade da informação, tendo a mídia de massa como um dos seus elementos mais emblemáticos, promove desenfreadamente o consumismo como forma do indivíduo sentir-se aceito nos grupos sociais. Movidos por esse consumismo desenfreado, homens e mulheres, com um pouco de esforço e trabalho físico, são persuadidos a alcançar a aparência desejada, dispostos a praticar exercícios físicos intensos, passar por cirurgias plásticas, aderir a dietas radicais e fazer uso de medicamentos que ajudam a modelar o corpo. “E, assim, o corpo se configura quase como um detalhe biológico tecnicamente controlável” (DANTAS, 2011, p. 902).

A mídia em geral leva os indivíduos a acreditarem que toda e qualquer imperfeição ou defeito é decorrente da negligência pessoal e falta de cuidado de si. Aquele que não atinge um padrão estético médio sente-se deslocado e, muitas vezes, sofre de problemas de baixo autoestima. A este respeito, Castro (2007, p. 112) aponta que,

A imagem da juventude, associada ao corpo perfeito e ideal – que envolve as noções de saúde, vitalidade, dinamismo e, acima de tudo, beleza – atravessa, contemporaneamente, os diferentes gêneros, faixas etárias e classes sociais, compondo de maneira diferenciada, diversos estilos de vida. E a fábrica de imagens – cinema, TV, publicidade – ao lado da imprensa escrita, tem, certamente, contribuído para isso.

A possibilidade de esculpir-se ou de desenhar seu próprio corpo é algo que proporciona a cada um estar o mais próximo possível de um padrão de beleza estabelecido globalmente; afinal, as medidas do mercado da moda são internacionais (CASTRO, 2007).

E na busca pela estética corporal ideal, não existe um ponto em que se possa sentir concluído, finalizado, em que a meta é apenas manter. A luta pela boa forma é uma compulsão que se torna vício, tornando difícil o indivíduo enxergar os limites, gerando uma busca incessável e progressiva, pois essa é uma das formas que ele sente que será bem aceito na sociedade da estética elitista, onde ser feliz está ligado à aparência, ao *status* e ao sentir prazer o tempo todo.

É conclusivo que a modernidade estabeleceu um novo conjunto de acepções sobre o corpo, sobre os sentidos e as práticas corporais, ou seja,

O dualismo da modernidade não mais opõe a alma ao corpo, mas sutilmente opõe o homem ao corpo como se fosse um desdobramento. Destacado do homem, transformado em objeto a ser moldado, modificado, modulado conforme o gosto do dia, o corpo se equivale ao homem, no sentido em que, se modificando as aparências, o próprio homem é modificado. (LE BRETON, p.87).

Portanto, o corpo, no atual panorama da sociedade, parece estar circunscrito à ideologia da perfeição e ao imperativo da saúde, da beleza e da juventude, reduzindo-se a consumidor voraz dos produtos da cultura de massa e à reificação.

5 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia utilizada na elaboração deste estudo foi o ensaio teórico, pois consistiu numa exposição lógica e reflexiva do tema abordado, com aparente interpretação e defesa da posição do autor, sem pautar-se rigorosa e objetivamente em documentação empírica.

O estudo foi realizado pelo método de pesquisa qualitativa, uma vez que a pesquisa foi feita de modo indutivo, isto é, pelo desenvolvimento de conceitos, ideias e percepções do autor a partir do conteúdo dos materiais utilizados. A respeito deste método Gerhardt e Silveira (2009) explicam que, os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificando os valores e as trocas simbólicas nem se submetendo à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens.

Os materiais utilizados na pesquisa abrangeram: livros, artigos científicos e matérias publicadas na internet.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade moderna tem como destaque, em meio ao seu conjunto de particularidades, o consumismo exacerbado. O viver bem está vinculado ao consumir, ao possuir, ao ostentar, ao *status*, à boa aparência, ao prazer, à ênfase em sanar mais os desejos que as próprias necessidades.

Nesse contingente, o corpo acabou sofrendo um processo de reificação, onde ele é moldado e ajustado conforme o que os meios midiáticos ditam para sociedade como o melhor, o mais belo, o perfeito.

Em algumas temporadas magras demais, em outras nem tanto. Pele mais bronzeada, ou mais empalidecida. Grande e forte, ou mais esguio. Cabelo raspado, cabelo espetado, cabelo comprido, cabelo liso, cabelo cacheado. Com barba, ou sem barba. Enfim, o corpo é submetido aos processos necessários para se adaptar à demanda estética em vigor em determinada época na sociedade. Não importa quais forem os meios. Desde um simples secador de cabelos até altas dosagens de esteróides anabolizantes e arriscados processos cirúrgicos, o que vale é fazer o corpo alcançar o modelo em pauta.

Enfim, o corpo parece ter se tornado uma valiosíssima imagem para ser exibida na sociedade do espetáculo; sociedade em que a nova superficialidade, a crise da historicidade e a produção de imagens traduzem-se na padronização, na virtualização e na comercialização do corpo como objeto rentável.

REFERÊNCIAS

BIRKNER, Walter Marcos Knaesel. **Sociedade da informação e do conhecimento**. Ed. Indaial: Uniasselvi, 2012.

CASTRO, A. L. **Culto ao corpo e sociedade**: mídia, estilos de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablume – FAPESP, 2007.

DANTAS, Jurema Barros. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro: Universidade Veiga de Almeida – UVA, v. 11, n. 3, p. 898-912, 2011.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Petrópolis. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

MACHADO, Paula Tuanni dos Santos. **Mídia, consumo e alienação**: análise e estudo de caso com adolescentes de classe baixa. Viçosa. 2011. 63f. Digitado.

ROCHA, Felipe Soares. **A importância da estética no processo de socialização dos indivíduos**. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/4447573/A-importancia-da-estetica-no-processo-de-socializacao-dos-individuos#scribd>>. Acesso em: 15 out. 2015.

SANTANA, Ana Lucia. **Estética**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/artes/estetica/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

SECRETARIA DA EDUCAÇÃO DO PARANÁ. **Estética e filosofia da arte**. Disponível em: <<http://www.filosofia.seed.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=228>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

SIGNIFICADOS. **Estética**. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/estetica/>>. Acesso em: 15 out. 2015.