

O CORPO E O DISCURSO MIDIÁTICO

Cláudia Regina BENEDETTI ¹
Lucília Maria Sousa ROMÃO ²

RESUMO: o corpo é o lugar no qual se inscrevem/escrevem as leis sociais por meio de práticas e discursos, é o mediador de saberes, o resultado de um discurso sócio-cultural e histórico. Sendo a linguagem uma forma de ação e prática social, o corpo se faz meio e instrumento da linguagem, lugar no qual se organizam os significados sociais e culturais, lugar que explicita o discurso. Neste processo de “construção do corpo”, nos interessa o discurso produzido pela mídia atual e materializado em práticas sociais e condutas corporais, especificamente o corpo anoréxico, magro, padronizado em ínfimos quilogramas de carne e osso, materializado em “top models” e vendido nas páginas de revistas de grande circulação. O que se quer revelar é essa luta expressa nas práticas cotidianas e difundida pelo discurso midiático, que se vale, como qualquer discurso, da retomada ou não de enunciados produzidos historicamente, possibilidade potencializada por nossa “sociedade arquivística”. É a idéia de “conservação” da memória pelos arquivos exteriores – mídia – que justifica a eficácia do discurso sobre o corpo.

PALAVRAS-CHAVE: corpo; mídia; análise do discurso;

“é o que tem de bom as associações de idéias, umas vão puxando pelas outras, de carreirinha, a habilidade está em não deixar perder o fio à meada, em compreender que um caco no chão não é apenas o seu presente de caco no chão, é também o seu passado de quando não o era, é também o seu futuro de não saber o que virá a ser”

(José Saramago – A caverna)

¹ BENEDETTI (USP) Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ribeirão Preto, doutoranda pelo Departamento de Psicologia; Professora Universitária das Faculdades COC e do Centro Universitário Barão de Mauá, Rua Francisco Caetano Gaia, 134, Lagoinha, CEP 14095-130, Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil, cr-benedetti@uol.com.br.

² ROMÃO (USP) Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Profª. Drª. do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da FFCLRP, Rua Conde Afonso Celso, 604, Sumaré, CEP 14025-040, Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil, luciliamsr@uol.com.br

O trabalho do analista do discurso é o de arqueólogo, que pacientemente revela com seu delicado pincel do presente os cacos do passado, tenta reconstituí-los, buscando interpretações e indagando passado presente e futuro. Os pedaços de cerâmica que antes foram um jarro, um vaso, hoje já não o são, mas nunca deixarão de sê-lo! São a materialidade do passado, preenchem lacunas e esvaziam tantas outras. Assim também podemos entender a memória discursiva (um dos pincéis do analista do discurso) filiada às idéias de Pêcheux, compreendida como um entrecruzamento da “memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador” (PÊCHEUX, 1999, p. 50); uma memória que possui materialidade – e por isso pode ser recuperada – e que mantém “uma regularização pré-existente com os implícitos que ela veicula” e, ao mesmo tempo, “desregula” essa rede de implícitos (op. cit., p. 53).

O cientista se vê agora diante de um vaso repleto de lacunas, a reconstituição de sua forma implica em tampar essas lacunas, em seguir a regularidade dos desenhos. Essa busca pela reconstrução de uma memória imprime no material as marcas do cientista; o analista do discurso também se ocupa de recuperar sentidos quebrados, heterogêneos, fragmentados, opacos. É nesse momento que

sob o “mesmo” da materialidade da palavra abre-se então o jogo da metáfora, como outra possibilidade de articulação discursiva...Uma espécie de repetição vertical, em que a própria memória esburaca-se, perfura-se, antes de desdobrar-se em paráfrase (op. cit., p.53).

A memória discursiva é como o vaso do arqueólogo: quebrada, lacunar, com pedaços unidos pela “cola” do interdiscurso, que sustenta os discursos fazendo-os parecer inteiros e unos de sentido, e também pela ideologia que promove um efeito de colamento das palavras ao pensamento e ao mundo. Porém a memória

não poderia ser concebida como uma esfera plena, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos, de regularização...Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos (op. cit., p. 57),

um vaso enterrado por camadas distintas de areia movediça que permitem “ver” os pedaços, pegar alguns, reconstituí-los, mas que fazem silenciar outros, esconder alguns rastros, ainda que continuem a existir e significar no e pelo apagamento.

É a dimensão desse conceito que fornece terreno para que possamos utilizá-lo no trabalho que apresentaremos a seguir, já que nos propusemos à tentativa de compreender o discurso produzido pela mídia atual no que tange o processo de “construção do corpo”. Por entendermos, assim como Foucault, o corpo como lugar no qual se inscrevem as leis sociais por meio de práticas e discursos:

Mas o corpo também está diretamente mergulhado num campo político; as relações de poder têm alcance imediato sobre ele; elas o investem, o marcam, o dirigem, o suplicam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais. Este investimento político do corpo está ligado, segundo relações complexas e recíprocas, à sua utilização econômica; é numa boa proporção, como força de produção que o corpo é investido por relações de poder e de dominação; mas em compensação sua constituição como força de trabalho só é possível se ele está preso num sistema de sujeição onde

a necessidade é também um instrumento político cuidadosamente organizado, calculado e utilizado); o corpo só se torna força útil se é ao mesmo tempo corpo produtivo e corpo submisso. Essa sujeição não é obtida só pelos instrumentos da violência ou da ideologia; pode muito bem ser direta, física, usar a força contra força, agir sobre elementos materiais sem no entanto ser violenta; pode ser calculada, organizada, tecnicamente pensada, pode ser sutil, não fazer uso de armas nem do terror, e no entanto continuar a ser de ordem física. Quer dizer que pode haver um “saber” do corpo que não é exatamente a ciência de seu funcionamento, e um controle de suas forças que é mais a capacidade de vencê-las: esse saber e esse controle constituem o que se poderia chamar a tecnologia política do corpo (FOUCAULT, 1987;, p. 26).

O corpo é, visto isso, mediador de saberes e resultado de uma construção sócio-cultural e histórica. Podemos, então, mobilizar o conceito de memória discursiva, pois entendemos que tais discursos sobre o corpo possuem um domínio de memórias pré-construído e materializado, por sua repetibilidade (ou não), ressaltamos o fato de que os enunciados, apesar de recorrentes e repetíveis, não pertencem sempre à mesma enunciação, já que suas condições de produção e existência transforma-se historicamente.

Por isso, para recuperar os dizeres sobre o corpo – a memória discursiva materializada nas revistas analisadas – é preciso tratá-los como interdiscurso, “definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente” (ORLANDI, 2005, p.31). O interdiscurso pressupõe que os dizeres – materializados em uma memória discursiva – significam a partir de outros dizeres passados ou atuais. “Todo dizer, na

realidade, se encontra na confluência de dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos” (op. cit., p. 33).

A partir dessa discussão, iremos interpretar os efeitos de memória nos discursos e imagens que circulam na mídia a respeito do corpo anoréxico, tendo em vista o fato de que sua exposição tem sido recorrente. Esse corpo anoréxico, magro, padronizado em ínfimos quilogramas de carne e osso, materializado em top models e “enunciado” nas páginas de revistas de grande circulação faz falar um modo de o sujeito estar preso a uma armadilha estética, alienado em e por uma discursividade que circula em escala mundial. Essa discursividade nos permite questionar como a mídia é uma grande produtora de sentidos sobre esse corpo, marcando-se como um lugar poderoso de produção, constituição e circulação de sentidos, materializando-os a partir de uma memória discursiva já-lá sobre o corpo feminino. Arquivado em manuais, na literatura, nas escrituras médicas, na iconografia, na pintura, nos livros de moda e nas revistas, o corpo feminino tem sido domesticado e aprisionado pelo sentido dominante (ORLANDI, 1999), tornando-se assim um corpo catalogado, que atualiza, na trama do discurso midiático, uma rede de sentidos já ditos em outros contextos pela religião, pela moda, pela arte etc.

Desse modo, interpretar o corpo anoréxico nos remete ao permanente jogo de interpretar o dito e o não-dito, visto que ele tanto cava um efeito de ausência, dado pela magreza da carne e pela contenção física do corpo no espaço, quanto marca o excesso de uma obsessão por apagar o volume, consumir a carne até que dela se tenha pouco vestígio. Perguntamo-nos quanto excesso existe nessa falta de e do corpo? E como a mídia ordena o que pode e deve (ou não pode e não deve) ser dito em relação a ele?.

O corpo esquelético, paginado nas revistas, faz circular discursos que se interpenetram, se completam e se distanciam, discursos que são recuperados e

esquecidos, apagados e evidenciados. Se entendermos que o corpo é o lugar no qual se organizam os significados sociais e culturais, e que esse processo se materializa não só na fisicalidade do corpo, mas também, no discurso produzido, no nosso caso, pela mídia, admitimos, então, que ler esse discurso implica entender que a mídia é produtora de sentidos e lugar privilegiado (por sua extensão massificante) para a manutenção de ideologias. Privilegiado pois estabelece uma relação imaginária entre o sujeito e suas condições de existência, uma relação simbólica que recai sobre seu principal – ou único – “instrumento de produção”: o corpo.

O assujeitamento conhece sua exterioridade no próprio corpo, a ideologia impõe-se sobre a constituição biológica do sujeito, e, aquilo que esse acredita ser natural é, na verdade, resultado de práticas discursivas historicamente construídas.

Os modelos de beleza e a mídia

A prática discursiva sobre o corpo não é exclusividade do aparelho midiático, ela se constrói historicamente e está materializada no que Pêcheux chama de arquivo: “campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão” (PÊCHEUX, 1997, p.57). Podemos complementar – ainda não sem controvérsias – o conceito pecheutiano com o entendimento de Foucault, do arquivo como um

sistema que rege o aparecimento dos enunciados como acontecimentos singulares (...) ele faz aparecerem as regras de uma prática que permite aos enunciados subsistirem e, ao

mesmo tempo, se modificarem regularmente (apud. 2004, p. 41),

como veremos na análise a seguir. A convicção de que os conceitos são complementares está baseada na idéia de materialidade do primeiro e de imaginário social do segundo. Pêcheux nos chama atenção para o arquivo enquanto documento, formado pelos aparelhos ideológicos do Estado (a mídia, por exemplo); e Foucault para sua dimensão microfísica de imaginário, de sujeitos pulverizados no tecido social, sujeitos que não deixam de se assujeitar às condições de produção e existência: tecnológicas, ideológicas, lingüísticas. Sujeitos que em sua “individualidade” reproduzem as relações de poder as quais se assujeitam.

Esse é o nosso corpo/arquivo: matéria-prima da mercadoria vendida pelo discurso midiático aliado ao grande capital e à lógica de um sistema que entende os sujeitos como indivíduos, os indivíduos como consumidores e os consumidores como coisas; resultado de práticas individuais, ou individualizadas, de embelezamento e cuidados de si que são, na realidade, a perpetuação da versão do aparelho midiático de um corpo construído, glamurizado, assujeitado pelo discurso da beleza perene, discurso, que em sua opacidade, não revela a condição carcerária desse sujeito diante da ideologia e de seu meio de produção mais eficaz – a mídia. O que os discursos não revelam é que a beleza é uma mercadoria que permite produzir outras tantas mercadorias.

A leitura desse “corpo midiático” expõe também suas multiplicidades e contradições, de um discurso que perpetua o corpo individual e passivo – seja na forma medicalizada das revistas “especializadas” (“Boa Forma”), seja na forma de entretenimento das revistas de variedade (“Capricho” e “Época”) – tão conveniente à lógica do capital, pois, como diria Marx: “A produção cria o consumidor (...) A

produção produz não só um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto” (MARX, 1982)

O que faremos a partir de agora é, na verdade um exercício de análise, já que esta é parte de um projeto ainda em construção. Vale dizer que devemos entender como pressupostos todos os conceitos trabalhados até então. A leitura dos discursos em questão implica entender o modo pelo qual a mídia produz, estabiliza e faz circular sentidos, materializando dizeres que são sustentados pela memória discursiva. A hipérbole midiática expõe em suas páginas um corpo tido como moderno, transcreve-o fazendo falar a tensão, luta e disputa pelos sentidos de beleza.

Como apontado anteriormente, esses sentidos passam pelo instrumento midiático e os sujeitos por trás deste, então, para a compreensão desses sentidos de beleza:

Il faut insister sur cette massification. Un vertige consommatoire l’accompagne, l’embellissement devenant pour la première fois une pratique aussi diversifiée que généralisée : le chiffre d’affaires de seuls produits de beauté a quadruplé entre 1965 et 1985, celui des cosmétiques en général a doublé entre 1990 et 2000, passant de 6,5 à 12 milliards d’euros, les ventes dans les circuits de grande distribution de plusieurs cosmétiques corporels augmentant elles-mêmes de 40% à 50% entre 2000 et 2001. Alors que le nombre de instituts de beauté a sextuplé entre 1971 et 2001, passant de 2300 à 14000, ou que celui de opérations de chirurgie esthétique, décompté en milliers par an dans l’entre-deux-guerres, se compte aujourd’hui par centaines de milliers (...)

Une révolution accompagne même cette progression imposant la liposuction en pratique dominante, suivie de l'opération de paupières, de celle de la poitrine, toutes plus nombreuses que lifting. La silhouette l'emporte, imposant définitivement le « bas », sa référence active, mobile, sur un visage longtemps jugé dominant. (VIGARELLO, 2004, p.228-229)³

Os modelos de beleza seguem uma lógica de mercado e é essa procedência comercial que permite dispor, em uma mesma revista, matérias tão contraditórias. A capa da revista “Capricho” (2006) traz como manchete o enunciado: “Anorexia: você pode viver sem ela”; a mesma revista dispõe no interior de suas páginas uma propaganda de outra revista, “Boa Forma” destacando uma dieta : “-5Kg em 15 dias com chá verde: desincha, desintoxica e acelera o metabolismo”.

As duas enunciações dialogam, se interpenetram, já que pressupõem um mesmo modelo de beleza: o corpo magro. Esse modelo traz impresso marcas de ausência e presença: a subtração de peso (“-5Kg”) – enunciada com a precisão matemática de sinais e algarismos – está diretamente ligada à idéia de adição de saúde (“uma dieta absolutamente saudável”) e, ser saudável e magra é ser bela (“a sua forma de ser bonita”). Esse não é um discurso novo sua construção passa por outras enunciações,

³ “É preciso insistir sobre essa massificação. Uma vertigem consumista a acompanha, o embelezamento torna-se pela primeira vez uma prática tanto diversificada quanto generalizada: a cifra dos negócios dos produtos de beleza quadruplicou entre 1965 e 1985, o ramo dos cosméticos dobrou entre 1990 e 2000, passando de 6,5 a 12 bilhões de euros, as rendas no grande mercado de uma diversidade de cosméticos corporais aumentou de 40 a 50% entre 2000 e 2001. Ao passo que o número de institutos de beleza sextuplicou entre 1971 e 2001, passando de 2.300 a 14.000, e as cirurgias estéticas, cuja recorrência de dava em milhares por ano durante o entre guerras, são hoje centenas de milhares (...) Uma revolução acompanha essa progressão, impondo a lipoaspiração como prática dominante, seguida pela operação de pálpebras e dos seios, tão numerosas quanto o lifting. A silhueta é o que importa, impondo definitivamente a preocupação com “a parte de baixo” (o quadril), sua referência ativa, móvel, sobre a face, julgada por muito tempo dominante” (tradução do autor)

construídas principalmente a partir do século XIX e pautadas em uma transformação dos meios de produção.

Segundo Georges Vigarello (2004) em “Histoire de la Beauté”, por volta de 1900 a arte de se embelezar ganha novos instrumentos, novas tecnologias permitem à mulher novos modelos de beleza e à indústria novos produtos de consumo:

Que cette figure ait elle-même une origine historique et collective ne fait aucun doute : l'avènement d'une société de services, la diffusion de la consommation, l'appartenance de l'individu à des «cercles» toujours plus différents de la vie sociale, ont aiguisé son apparente autonomie, sa «délocalisation», alors que s'accroissent les mobilités et les marchés. Une intense personnalisation du paraître s'est imposée en phénomène de masse comme en principe immédiat de valorisation.⁴

A valorização desse corpo massificado, coisificado, transformado em mercadoria, é percebida no conteúdo da reportagem de capa da revista “Capricho”: “com 1,72m de altura e 50kg, ela contou que perdeu um trabalho porque estava obesa. E que, em outro teste, disseram que seu braço estava gordo” ; Mãe, vou ficar tão magra, tão magra, que não vou perder trabalho algum” (REVISTA CAPRICHOS, 2006, p. 94). O corpo é ferramenta, instrumento de trabalho da modelo.

⁴ “A preocupação com a imagem possui, por si só, uma origem histórica e social: a ascensão de uma sociedade de serviços, a difusão do consumo, o indivíduo inserido em diferentes grupos sociais, consolidou sua aparente autonomia, sua capacidade de deslocar-se rapidamente, concomitante à celeridade das pessoas e do mercado. Uma intensa singularização da aparência se impõe como fenômeno de massa, como medida imediata de valorização. (tradução do autor)

O subtítulo “distúrbios alimentares são um caso de vida ou morte” coloca a anorexia como uma exclusividade do discurso médico, excluindo outras formações que interpenetram esse dizer, ficam na sombra outros sentidos: o do padrão estético como consequência de um sistema econômico:

C'est que la minceur actuelle ne peut se comprendre sans la référence à l'univers de mouvements, de rythmes, de sons de la culture contemporaine, un double registre même jouant sur l'érotisation comme sur la fonctionnalité : corps plus sensibles, corps plus actifs. Le phénomène est diffus, peu commenté et pourtant massif, lui aussi largement présent sur les écrans, les clips du show-biz, les scènes quasi domestiques de la télé-réalité. (VIGARELLO, 2004, p. 247)⁵

Empoeirado está também o sentido de uma estética de si; da construção de uma imagem baseada nos manuais da modernidade, a escritura não é mais restrita aos livretos de comportamento dos séculos anteriores, tempo em que a gordura, ao contrário do sentido de insalubridade que tem hoje, não significava somente saúde, mas também nobreza, os “pneuzinhos”, as bochechas rosadas, determinavam a posição social do sujeito, a estética de si era um construto que discursivisava uma posição social; as revistas/manuais da atualidade enunciam um corpo obcecado pela magreza: “preferia morrer do que engordar” (capa da revista “Capricho”); que não deixa de revelar também um estilo de vida.

⁵ “Não se pode compreender a magreza atual sem se reportar ao mundo do movimento, do ritmo, dos sons da cultura contemporânea, que explora a dupla significação da erotização e da funcionalidade: corpos mais sensíveis, corpos mais ativos. O fenômeno é difuso, pouco abordado porém consolidado, na tela do cinema, nos clips do “show-bis”, nas cenas cotidianas da televisão.” (tradução do autor)

Hoje, obesidade e anorexia são distúrbios, doenças, corpos contraditórios pertencentes a uma mesma lógica mercantilista que apaga os corpos excessivos e escreve/inscreve corpos suprimidos de carne e gordura nas páginas das revistas, nas películas de holywood, na telenovela. Os corpos desenhados pelo discurso midiático ordenam um dizer que vai além da estética do embelezamento, um dizer que apaga ou deixa implícito outros sentidos. Nosso trabalho pretende soprar a poeira, escavar os sentidos desse corpo, juntas seus pedaços na possibilidade de apreendê-los – claro que não em sua totalidade, pois sabemos que o analista do discurso, como o arqueólogo, possui um objeto fragmentado, falhado...lacunar.

Referências bibliográficas

- COLOMBO, F. Memória e identidade. In: Os arquivos imperfeitos. São Paulo: Perspectiva, 1997.
- COURTINE, J.J. O chapéu de Clementis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. In: INDRUSKY, F. e FERREIRA, M. C. Os múltiplos territórios da análise do discurso. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 1999.
- _____. Vigiar e Punir: nascimento da prisão. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1996.
- _____. O enunciado e o arquivo: Foucault (entre)vistas. In: SARGENTINI, V. e NAVARRO, P. Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade. São Carlos: Claraluz, 2004.
- MARX, Karl. Para a crítica da economia política : salário, preço e lucro ; o rendimento e suas fontes: a economia vulgar. [introdução de] Jacob Gorender ; Tradução de Edgar Malagoli, Leandro Konder, José Arthur Giannotti; São Paulo : Abril Cultural, 1982.
- ORLANDI, E. P. Análise de discurso. Pontes: Campinas/São Paulo; 2005. (Princípios e Procedimentos)
- PÊCHEUX, M. “Ler o arquivo hoje”. In : Gestos de Leitura: da história no discurso. Eni P. Orlandi (org). Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997. (Coleção Repertórios)
- _____. O papel da memória. In: ACHARD, P. Papel da memória. Trad. de José H. Nunes; Campinas: Pontes, 1999.
- CAPRICHIO. São Paulo : Ed. Abril, n 1006, 26 nov. 2006.
- VIGARELLO, G. Histoire de la beauté: l'ê corp set l'art d'embellir, de la renaissance à nos jours. Paris: Éditions du Seul ; 2004.