

O corpo-signo em *G Magazine*

Gabriel de Oliveira Rodrigues¹

Resumo

O trabalho lança uma leitura acerca das fotografias publicadas por *G Magazine*, revista brasileira voltada para o público gay. A intenção é refletir sobre a estrutura da linguagem de corpos-signos do nu masculino. Partindo de conceitos sobre discurso e sexualidade apresentados por Foucault, e de signo e fotografia por Peirce, Dubois e Barthes, analisa-se brevemente a utilização do corpo-signo como base do discurso da revista.

Palavras-chave: G Magazine; linguagem; sexualidade; corpo-signo; fotografia

Abstract

This paper proposes a reading on the photographic material published by *G Magazine*, a Brazilian magazine focused on the gay public. The perspective is to reflect on its naked male body-signs language structure. Based on concepts about discourse and sexuality stated by Foucault, and on sign and photography by Peirce, Dubois and Barthes, we analyze the use of the body-sign to settle the magazine's discourse.

Keywords: G Magazine; language; sexuality; body-sign; photography

Introdução

Fotografias em sequência com homens e mulheres exibindo seus corpos com pouca – ou mesmo sem qualquer – cobertura sobre a pele é um grande filão no mercado editorial contemporâneo: as revistas cujo carro-chefe é o nu. Com variados teores de explicitação do sexo, essas publicações são encontradas em fartura em bancas pelo Brasil afora.

Este texto se baseia em estudo apresentado em 2007 como dissertação ao Programa de Mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo, no qual foi analisada a *G Magazine*, revista brasileira voltada para o público homossexual masculino, como exemplo de aplicação para a teoria descrita. O estudo levou em

¹ Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP); Professor da Faculdade Sumaré (SP)

consideração as 48 edições da revista publicadas nos quatro primeiros anos deste século, englobando os anos de 2001 a 2004. Nos últimos tempos a revista, mensal entre 1997 e 2010, tem sofrido com a inconstância de sua edição impressa.

G Magazine sempre exhibe como manchete de capa uma chamada acompanhada de uma foto do protagonista do ensaio principal. O ensaio de capa configura-se na parte mais importante de toda a edição da revista, é o foco central de apelo junto ao público-alvo.

Em se tratando de Comunicação, o signo só passa a existir em seu uso social quando corresponde à representação de um lugar na rede simbólica, ocupado por um “nó”. O sujeito efetivamente interage quando o signo utilizado no ato comunicativo representa para ele alguma coisa dentro do seu universo de conhecimento, coletivamente passível de significação e formador de uma rede simbólica socialmente convencionalizada.

A construção desta rede simbólica no cotidiano será reforçada pelo uso dos signos com um direcionamento específico, ou seja, no discurso. Neste estudo, os signos posicionados são as sequências de fotografias, e o ideário que elas constroem no imaginário social decorre do discurso apresentado por *G Magazine*.

Para melhor entendimento do ponto, o *Dicionário de Semiótica*, de autoria de Courtés e Greimas, tece noções acerca do conceito de discurso, propondo uma definição bastante ampla e complexa, dividida basicamente em 11 tópicos. Segundo os autores, o discurso é (1) sinônimo de enunciado: como um texto, produto real de um emissor; (2) dotado de procedimentos e normas para sua construção: o resultado do encadeamento de frases; (3) dispositivo articulado em diferentes níveis narrativos: como modalidades do enunciado; (4) resultado da competência do enunciador: dependente da competência linguística de quem emite o código; (5) língua em ato: restrito às condições necessárias para a comunicação; (6) articulações significantes: nascendo na enunciação, dado pelas colocações em discurso; (7) comunicação: como um discurso instrumental; (8) conteúdos investidos na enunciação: a ideologia; (9) socialmente produzidos: literatura médica, política, econômica, lírica etc.; (10) tipologia conotativa: trabalhando o jogo entre formas e conteúdo; e finalmente (11) processos semióticos: que põem na enunciação o lugar de geração do discurso (COURTÉS; GREIMAS, 1979).

No geral, as noções de discurso explanadas por Courtés e Greimas iniciam-se no campo do enunciado, ou como produto final social (texto) para, em seguida, desdobrarem-se da definição inicial em uma série de outras definições derivadas umas das outras, até chegarem a tratar da instância da enunciação enquanto o lugar onde o discurso é gerado. Este texto se centrará no discurso partindo dos conteúdos investidos na enunciação, e socialmente produzidos, por se tratar de uma literatura de público-alvo bastante específico.

G Magazine, impulsionada por toda uma tendência de mercado no Brasil muito presente ao longo das décadas de 1980 e 1990, consolidou-se como mídia impressa voltada para a população de indivíduos homossexuais masculinos brasileiros. Para consolidar esta posição, a revista mantém um discurso imagético repleto de signos de ordem simbólica (ou “corpos-signos”), profundamente arraigados em interpretações produzidas no imaginário social, vinculados à pulsão sexual e à libido (Freud). Os mecanismos envolvidos no processo de sexualidade auxiliam a compreender o funcionamento da interpretação desta linguagem dos corpos-signos utilizada pela revista.

A capacidade de direcionar a rede simbólica construída pelo discurso, com todas as suas representações, permite o surgimento/fortalecimento de aspectos do imaginário social capazes de persuadir um coletivo e, por consequência, ditar os parâmetros a serem seguidos para a criação de uma identidade no mosaico social.

A produção do discurso e o exercício do poder

O discurso como forma de manter/consolidar/referendar/legitimar o sistema, sua estrutura hierárquica de exercício de poder e a quem são outorgadas essas posições não é um tema novo no meio acadêmico. Michel Foucault, um dos maiores filósofos e historiadores ocidentais do século XX, dedica grande parte da sua produção a este foco, dando atenção especial ao discurso específico da sexualidade.

No início da década de 1950, Foucault segue o famoso *Seminário* do psicanalista francês Jacques Lacan. Então, a fase mais produtiva na vida acadêmica de Foucault decola, fase esta que dura cerca de três décadas (ele faleceu em 1984, em decorrência de complicações da Aids, mesmo ano de publicação dos dois últimos volumes de *História da*

sexualidade). Em 1971, Foucault assume a cadeira de Jean Hyppolite na disciplina “História dos Sistemas de Pensamento”. A aula inaugural de Foucault nessa cadeira foi a famosa *A ordem do discurso*, que se tornou livro, obra primordial para o estudo do discurso na sociedade contemporânea.

Vigiar e punir (1975) é um amplo estudo sobre as atuais formas de disciplina impostas pela sociedade, “uma técnica de produção de corpos dóceis” conforme resume Foucault a estrutura prisional existente ainda hoje. O conceito da prisão, segundo o autor, teria como foco o marginal do proletariado: as ilegalidades da classe dominada eram confinadas, aprisionadas. Foucault analisou os processos disciplinares empregados nas prisões, considerando-os exemplos de imposição de padrões “normais” de conduta estabelecida pelas ciências sociais às pessoas.

Michel Foucault, infelizmente, deixou inacabado seu mais ambicioso projeto: os seis volumes da *História da sexualidade*, por meio do qual o autor pretendia mostrar como a sociedade ocidental faz do sexo um instrumento de poder, seja por meio da repressão, seja da expressão. O primeiro dos volumes anunciados foi publicado em 1976 sob o título *A vontade de saber*, e despertou duras críticas.

Este volume é pedra angular para o presente estudo. Em 1984, Foucault publicou outros dois volumes, rompendo um silêncio de oito anos: *O uso dos prazeres* (tratando da sexualidade na Grécia Antiga) e *O cuidado de si* (cujo foco é o Império Romano). Os outros três volumes, que comporiam o conjunto completo da obra anunciada, jamais foram terminados.

Ao longo de sua obra, Michel Foucault apresenta a manipulação do discurso como poderosa ferramenta para a legitimação da estrutura do poder. O francês dedica a trilogia *História da sexualidade* para delinear a rede simbólica de significantes ligados à sexualidade como ferramenta largamente utilizada com esta finalidade: a manutenção do poder no sistema.

G Magazine utiliza-se de uma rede simbólica profundamente ligada à sexualidade para estruturar sobre esta o seu discurso. O corpo-signo nu, matéria-prima dos ensaios

fotográficos publicados pela revista, é a linguagem adotada pelo veículo para passar sua mensagem ao seu público-alvo. O discurso do sexo como atividade é, portanto, uma constante na revista.

O discurso do sexo

Temos evidências históricas de que o controle sobre a comunicação pode mover povos inteiros em prol de uma filosofia. E esse poder pode ser exercido pela expressão (como o discurso nazista na Alemanha da década de 1930) ou pela repressão (como o discurso militar nos regimes ditatoriais na América Latina entre as décadas de 1950 e 1980). Este ponto foi um dos cerne da produção científica de Michel Foucault: a utilização do discurso para a manutenção do poder em suas posições estabelecidas.

Em *História da sexualidade* mostra-se a visão foucaultiana sobre como o discurso do sexo tem servido de instrumento de manutenção do poder, seja pela repressão ou pela expressão excessiva de signos ligados à sexualidade humana.

Ao longo da História, segundo Foucault, o sexo vem sendo utilizado como discurso por aqueles que detêm posições de exercício do poder no sistema. Repetidamente estes detentores valem-se da rede simbólica constituída sobre a sexualidade para tramarem uma forma de manterem sua posição no sistema, uma forma de legitimar o lugar que ocupam e não modificar funções na estrutura do sistema, preservando o funcionamento do eixo.

Foucault analisou como o imaginário da sociedade é manipulado com o objetivo do estabelecimento de um jogo de manutenção do poder. Abrangendo desde o apogeu dos impérios grego e romano até – e especialmente – o mundo ocidental pós-Iluminismo, o autor analisa ao longo da trilogia publicada como este imaginário posiciona signos na rede simbólica, dando vida a estes signos em uso, recuperando sob novo enfoque o ponto trabalhado em *A ordem do discurso*.

De acordo com Foucault, o jogo dos signos é instituído pelo discurso, utilizando como exemplo as características discursivas que envolveram a sexualidade, especialmente

nos últimos três séculos, para comprovar sua teoria. O filósofo parte de uma perspectiva repressora (de fundo moral religioso) quanto ao assunto na modernidade a uma expressão exacerbada (de fundo científico comportamental) na contemporaneidade. A perspectiva foucaultiana quanto à manipulação por meio do discurso do sexo é importante norteador deste trabalho, tendo em vista a linguagem do nu masculino explícito utilizada por *G Magazine*.

Na sua obra sobre a história do sexo, Foucault começa abordando a repressão burguesa ao longo do século XVII com relação à sexualidade, tendo o pudor como norteador do sistema de exclusão. Nesta época, o discurso sobre o sexo era primeiramente incitado para, logo após, ser reprimido. A noção do prazer aliada ao pecado auxiliava muito neste processo: o sexo é bom, mas causa sobre aqueles que o utilizam de forma errada a imputação do castigo divino.

A partir do século XVIII, há uma ‘explosão discursiva’ em torno do tema. O sexo em discurso passa a ser mecanismo de poder para o fortalecimento da potência interna do Estado, sendo neste momento o pudor substituído pelo ‘sistema de utilidade’. Uma nação forte tem uma população numerosa e, portanto, mão de obra para seu desenvolvimento, sendo o sexo ferramenta biológica necessária para a implantação/manutenção desta força.

No século XIX há o que o autor chama de a ‘implantação perversa’, e a proliferação do discurso sobre a sexualidade dá-se no eixo da ‘lei da aliança’ e da ‘ordem do desejo’. O primeiro eixo visa ao casamento e à reprodução, indo ao encontro dos valores burgueses de família, apoiados pela moral religiosa judaico-cristã vigente na sociedade ocidental. O segundo visa ao prazer vulgar, que Foucault vai chamar de ‘perversão’, com o surgimento dos primeiros indicadores, sob o ponto de vista científico, de comportamentos sexuais que visavam ao prazer, não tendo como finalidade específica a reprodução biológica.

Assim, as facetas da sexualidade que fugissem ao objetivo da procriação deixariam de ser encaradas como pecados contra a natureza e, gradativamente, ocupariam o lugar de anormalidades patológicas (dentre elas a homossexualidade, que a Organização Mundial da Saúde declarou oficialmente não se tratar de uma doença apenas em meados da

década de 1980). A Igreja cede lugar à Medicina, e o poder passa a ser exercido pela interdição. Quem praticasse quaisquer atos sexuais que não tivessem por finalidade a reprodução – caso dos atos homossexuais, por exemplo –, era preso, como ocorreu com o escritor inglês Oscar Wilde na década de 1890.

Já no século XX, Michel Foucault menciona a expressão exacerbada da sexualidade como um dispositivo de saturação. Cria-se, a partir deste quadro, o jogo paralelo entre poderes e prazeres, como um mecanismo de dupla incitação. Há posições no sistema para as quais determinados comportamentos sexuais são acessíveis, possíveis, passíveis de ocorrer.

Legitima-se, com este discurso, um jogo que estabelece um traçado paralelo entre a posição que o indivíduo ocupa no sistema (e o poder que a ele se concede por ocupar tal posição) e a sexualidade que o indivíduo poderá exercer (os prazeres a ele outorgados). Certas formas de demonstração de prazer são barradas a determinadas pessoas, pois a posição por elas ocupada no sistema social não as concede, dentro do imaginário social, a possibilidade de exercerem tal função.

Este início do século XXI, pelo menos em sua primeira década e começo de segunda, dá continuidade a esse processo de expressão da sexualidade, mantendo também a dualidade estabelecida entre poderes e prazeres, ambas indicados por Michel Foucault. O expressivo aumento da veiculação de material de incitação erótico-pornográfica, tanto em mídia impressa (periódicos de conteúdo sexual explícito) como televisiva (programas e mesmo canais pagos totalmente voltados ao comércio do prazer sexual) ou cibernética (com a quase infinidade de portais que oferecem acesso ao sexo virtual), comprovam tal leitura.

Os periódicos cujo principal atrativo é o nu proliferam, bem como cenas de nudez (parcial ou total) ou atos sexuais – mais ou menos explícitos – na teledramaturgia em horário nobre na televisão aberta no Brasil, em apresentações de dançarinos com movimentos libidinosos em programas de auditório, enfim, um sem número de exemplos. A representação – em tons mais ou menos explícitos – do sexo é um verdadeiro bombardeio nos meios de comunicação.

Neste ínterim, *G Magazine* consolida-se como veículo na produção brasileira de material que trabalha com o nu e, portanto, com questões diretamente ligadas a um discurso da sexualidade. A revista utiliza-se da fotografia com conteúdo sexual como teia significante sobre a qual ela constrói o seu discurso. Desta forma, torna-se flagrante o uso do sexo em discurso, por parte de *G Magazine*, para expor sua visão de mundo ao seu público-alvo.

O discurso do sexo utilizado por *G Magazine* constrói-se sobre uma rede de significantes imagéticos: os ensaios fotográficos. Uma abordagem de como se estrutura esta linguagem peculiar, de como funcionam os mecanismos de representação por intermédio da imagem estática captada e cristalizada na fotografia, é passo importante para a continuidade deste estudo.

A fotografia como linguagem

A fotografia, quando utilizada na imprensa, torna-se preciosa ferramenta de persuasão para a criação ou fortalecimento de mitos e estereótipos junto a um meio social. É o “representamen” do signo sobre o qual se estabelecerá o discurso. Tal poder lhe é conferido, dentre outras características, por intermédio do apelo que a fotografia tem, desde os seus primórdios, de ligação com a realidade, como um espelho do que é real (DUBOIS, 2004, p. 27), associação esta que persiste muito ainda nos dias de hoje, de documento de teor factual. Susan Sontag esclarece que a fotografia hoje “é, sobretudo, rito social, defesa contra a ansiedade e instrumento de poder” (SONTAG, 1981, p. 132).

Esta fotografia, possuidora de aspectos tão peculiares, será a linguagem utilizada por *G Magazine* para passar sua mensagem a seu público-alvo. Em suas páginas principais, a revista publica representações de corpos-signos, que por sua vez se configuram em construtoras de um discurso específico.

Philippe Dubois, em *O ato fotográfico*, por vários momentos aproxima a consideração das imagens fotográficas aos três níveis de significação explanados na teoria semiótica de Charles Sanders Peirce (DUBOIS, 2004, p. 45). Para Peirce, a decodificação de signos passa por três estágios, ou categorias do pensamento fenomenológico:

primeiridade (índice – signo que denota o referente baseado na conexão física entre ambos), secundidade (ícone – signo que denota o referente simplesmente em virtude das características que ele possui, quer esse referente exista realmente, quer não) e terceiridade (símbolo – signo que denota seu referente em virtude de uma lei, associação de ideias, convenção) (SANTAELLA, 2003).

O leitor posiciona aquele corpo-signo na teia simbólica de significantes, dando à luz uma leitura subjetiva – imaginária – de uma realidade desencadeada pela exposição à fotografia: a existência daquela imagem. As ‘imagens mentais preconcebidas’ acerca da sexualidade, mencionadas por Kossoy (1999), fazem com que o sujeito que interage com a fotografia posicione-a na teia simbólica e, conseqüentemente, imponha a ela um valor imaginário.

Se a fotografia, como índice, é signo por conexão física com o referencial, a interpretação de uma imagem fotográfica carrega fortemente o sentido de significação do que nela está cristalizado como imagem para o espectador. O mesmo Dubois esclarece que

quando determinada fotografia oferece a nossos olhos interrogadores a visão de determinada personagem, por exemplo, um homem de uniforme ao lado de um cavalo arreado, só temos certeza de uma coisa: esse homem, esse cavalo, esse arreio existiram, estiveram efetivamente ali, um dia, naquela posição. Mas é tudo o que a foto nos diz. Nada sabemos sobre a significação (geral ou particular) que se deve atribuir a essa existência. (DUBOIS, 2004, p. 84)

Assim, a fotografia é um índice (estabelecido pela conexão física) da existência dos elementos nela porventura cristalizados, mas que sozinha não confere significação a tais elementos, deixando-os sem qualquer tipo de explicação, interpretação ou comentário. Cabe ao espectador preencher estas lacunas que o índice fotográfico deixa abertas: cabe a quem observa a imagem fotográfica fazer uma interpretação dela, baseada em valores de ordem subjetiva, individual ou coletivamente legitimados, impressões mentais sobre o referencial ali retratado, que fogem ao enquadramento daquela imagem.

Porém, quando contextualizada, a fotografia – como qualquer outro signo – ganha direcionamentos de sentido de acordo com o discurso ao qual ela serve como linguagem. O fato de um texto qualquer – verbal ou imagético – estar inserido na revista já direciona seu

sentido. Uma única fotografia em *G Magazine*, na verdade, é uma fatia de uma sequência que, por sua vez, constrói uma lógica de sentido: o discurso da revista.

Assim, é prudente examinar fotografias em *G Magazine* tendo em mente que cada uma destas imagens é, individualmente, apenas uma fatia de um discurso. A observância da repetição de certos aspectos específicos destas imagens nos auxiliará a identificar o caminho percorrido pela estruturação do discurso por parte da revista, a princípio um discurso representativo para um público específico, que possui uma sexualidade *outsider* (ELIAS, 2000): o homossexual masculino.

Os corpos-signos em *G Magazine*

Como primeiro passo, faz-se necessária uma classificação mais específica do teor geral das fotografias constantes destes ensaios. *G Magazine*, segundo advertência expressa nas suas capas, é uma publicação de ‘conteúdo erótico’. Para fins de classificação deste gênero, este estudo partirá do conceito de Roland Barthes em *A câmara clara*.

Nesta obra o autor delinea o que seria o limite entre o erótico e o pornográfico. Segundo ele,

a pornografia representa, costumeiramente, o sexo, faz dele um objeto imóvel (fetiche), incensado como um deus que não sai do seu nicho. A foto erótica, ao contrário (...), não faz do sexo um objeto central; ela pode muito bem não mostrá-lo; ela leva o espectador para fora de seu enquadramento. (BARTHES, 1984, p. 88-9)

Para Barthes, a imagem erótica tem um tom de implícito, de não exibir abertamente o sexo como objeto central. A fotografia erótica, assim, dependeria do seu espectador que, interagindo com a imagem, sairia do enquadramento desta. Adauto Novaes salienta que “o olhar deseja sempre mais do que lhe é dado a ver” (NOVAES, 1995, p. 9). A partir desta interação, o espectador busca fora do enquadramento o que ‘não lhe é dado a ver’: dar-se-ia a concepção imagética do sexo no imaginário do espectador. Quem olha o erótico, imagina o sexo nele implicitamente representado.

Já no caso da pornografia, ainda segundo Barthes, esta interação para fora do enquadramento entre a imagem e o imaginário do espectador para uma ‘visualização’ do

sexo não se faz necessária: o sexo está ali, explicitamente, exibindo-se para ser visto por todos. Um pouco antes na mesma obra, Barthes define a fotografia pornográfica

como uma vitrine que mostrasse, iluminada, apenas uma única joia, ela é inteiramente constituída pela apresentação de uma única coisa, o sexo: jamais objeto segundo, intempestivo, que venha ocultar pela metade, retardar ou distrair. (BARTHES, 1984, p. 67)

Na pornografia, para Barthes, o sexo-joia está em evidência, iluminado na vitrine, com todas as luzes e focos voltados para ele. O sexo é o ponto central desta exibição, apresentado em primeiro plano, sem precisar ser imaginado pelo espectador, “jamais objeto segundo”, como a joia na vitrine da loja.

Ao contrário da imagem erótica, que desloca o espectador para fora do seu enquadramento, a imagem pornográfica, explícita, consome a interação com seu observador apresentando, no seu próprio enquadramento, o sexo como foco central.

A linguagem do sexo

A manipulação do uso do signo é fundamental para nortear o processo de representação, direcionando o sentido que o discurso terá. A escolha da linguagem, composta pelo corpo-signo e sua contextualização no caso dos ensaios fotográficos de *G Magazine*, exerce função central na elaboração de um discurso voltado especificamente para um público.



Figura 01 – Capas da G Magazine

É utilizada neste texto a expressão “corpo-signo” para designar as principais representações imagéticas veiculadas por *G Magazine*. Assim, no caso desta revista, a manipulação do signo significará, conseqüentemente, a manipulação do corpo, aquele que se exhibe na fotografia: um corpo manipulado para se mostrar como explícita e fundamentalmente sexual, tendo como foco central a exibição do sexo, sempre objeto primeiro, nunca oculto.

Eunice Tomé comenta que “o exibicionista do corpo nu pode estar se sentindo erotizado por despertar o desejo no outro, desejo em forma de excitação” (TOMÉ, 2002, p. 59). A excitação do outro, do *voyeur*, alimenta o exibicionista, é combustível que move a ação do apresentar-se como objeto de observação e, conseqüentemente, de desejo. A anatomia do corpo-signo é manipulada, direcionando o foco da atenção do leitor e, conseqüentemente, a interpretação imaginária construída sobre a representação.

José Gil lembra que “se o meu corpo se oferece à partida, à vista de outrem, é porque o sei capaz de olhar” (GIL, 1996, p. 47). O exibicionista tem consciência do ser olhado, da necessidade do observador em ver, e se embriaga no seu afã de se mostrar.

Estabelece-se, portanto, uma cumplicidade entre o que olha e o que é olhado, entre o exibicionista e o *voyeur*, cumplicidade estabelecida pela relação entre o que os olhos buscam e o que a imagem pornográfica prontamente exhibe. O espectador, inebriado pela sua libido, é dominado pela imagem, pelo que está ali, a olhos vistos, com aparência de muito mais próxima da realidade que uma ideia de produto imaginário, provocada pela interação concebida pela imagem erótica.

Pelo contexto, a fotografia torna-se pedaço da linguagem estruturadora de um discurso, nunca neutra. Roland Barthes simbolicamente lamenta: “Ah, se ao menos a fotografia pudesse me dar um campo neutro, anatômico, um corpo que nada signifique!” (BARTHES, 1984, p. 24). As fotografias em *G Magazine*, como ensaio, formam um *corpus* de corpos que significa, uma linguagem cuja exposição pornográfica constrói uma

espécie de exacerbação do significado do nu masculino, e tal representatividade existe na impossibilidade de estas fotografias exibirem um ‘campo neutro’.

O corpo ocupa lugar de destaque na mídia hoje. Eunice Tomé comenta que o corpo físico “tem sido colocado à venda e mostrado incansavelmente com o objetivo de provocar reações, quer de erotismo nos meios de comunicação, quer no próprio dia a dia para provocar desejo e conquista” (TOMÉ, 2002, p. 52). A funcionalidade do corpo na comunicação é quase automática, incitada pelo desejo do espectador de posse deste corpo, seja como seu próprio, seja como do outro que o completa. Quem vê, deseja, e quem se exhibe também deseja: deseja sentir-se admirado.

Este corpo, para além de ser a sede pulsante da vida biológica, envolvido por um tecido que protege o trabalho silencioso dos órgãos, tomou uma importância que expande em muito os horizontes do seu papel na sociedade contemporânea. Em artigo publicado em 2002 no jornal *Folha de S. Paulo*, Maria Rita Kehl analisa brevemente o lugar ocupado pelo corpo hoje, chegando a traçar um paralelo entre este e o nível de felicidade que poderá ser alcançado pelo sujeito. A psicanalista alerta:

Fique atento, pois o corpo que você usa e ostenta vai dizer quem você é. Pode determinar oportunidades de trabalho. Pode significar a chance de uma rápida ascensão social. Acima de tudo, (...) o corpo que resume praticamente tudo o que restou do seu ser é a primeira condição para que você seja feliz. (KEHL, 2002, p. 18)

Este corpo, alçado à condição *sine qua non* para se alcançar a felicidade, é colocado em exposição no que a autora chama de ‘mercado das trocas imaginárias’ (Idem), sendo oferecido ao olhar alheio para garantir um lugar no palco das visibilidades em que se transformou o espaço público no Brasil. O corpo torna-se, portanto, centro de demonstração de poder: se o sujeito ostenta um determinado corpo, a ele são outorgados direitos, inclusive o direito à felicidade. Vias e oportunidades parecem ser abertas pela vida, desde que este sujeito esteja disposto a oferecer seu corpo – cuidadosamente preparado – no mercado das trocas imaginárias.

Tal poder conferido ao corpo faz com que este seja tomado por uma aura de poder: quem possui um corpo de alto valor para o mercado das trocas, possui poder. Este poderoso corpo passa a ser venerado, como um objeto de adoração.

O corpo é como um templo que guarda na sua essência, na sua sexualidade, o objeto de adoração. Como salienta Jean Baudrillard, o corpo é ‘objeto de salvação’:

A panóplia do consumo, o mais belo, precioso e resplandecente de todos os objetos, é o corpo. A sua redescoberta (...) sob o signo da liberdade física e sexual, a sua onipresença na publicidade, na moda e na cultura de massa, a obsessão pela juventude, elegância, virilidade, cuidados, regimes, práticas sacrificiais que com ele se conectam, o ‘mito do prazer’ que o circula – tudo hoje testemunha que o corpo se tornou objeto de salvação (BAUDRILLARD, 2000, p. 206).

No mundo contemporâneo, o corpo é apresentado para ser consumido, mesmo que no sentido figurado. A perfeição das formas é uma necessidade, que faz com que o objeto de salvação equipare-se à figura religiosa daquele que pode conduzir à salvação espiritual, por sua vez descrito como perfeito. É por intermédio do corpo que o sujeito vai se mostrar à sociedade, e a partir dele que esta criará uma figura imaginária representativa de um todo idealizado: e quanto mais próximo da idealização imaginária estiver este corpo físico, mais ele valerá como moeda de ‘trocas imaginárias’. Quanto mais o corpo-signo puder ser objeto para o qual a libido penda para suprimento da demanda da pressão orgânica característica da pulsão sexual do sujeito, mais este corpo-signo poderá ser utilizado pela mídia como forma de linguagem persuasiva, como objeto de consumo.

Está criado o que Baudrillard intitula o ‘mito do prazer’. É este corpo preparado que tem alto valor no mercado das trocas imaginárias. Em um mundo onde noções de identidade são relativizadas, e no qual o sujeito encontra-se cada vez mais multifacetado e fragmentado, conforme elementos da pós-modernidade apontados pelos Estudos Culturais, o sujeito precisa se estruturar, se construir a partir de várias perspectivas diferentes. Um corpo-signo que se apresente em meio a este caos como a idealização da ‘inteireza’, com a ilusão de ser completo e de poder corresponder aos anseios das demandas psíquicas, surge como o grande objeto de salvação, como o guia o qual não se pode perder de vista, o qual deve ser seguido de perto e deverá servir como fonte de inspiração, como exemplo a ser glorificado, idolatrado.

A utilização de artifícios gráficos para ‘aperfeiçoar’ as formas dos corpos, hoje costumeiros na comunicação, não é novidade para nenhum consumidor medianamente esclarecido. Mas, a este dado não se confere muita importância para a relação de sedução do consumidor no processo de compra/venda. Os corpos perfeitos exibidos espetacularmente são para o consumo imaginário do espectador.

Hal Foster enfatiza que,

ao contrário de uma representação que trabalha mediante nossa fé em seu realismo, o espetáculo opera mediante nosso fascínio pelo hiper-real, pelas imagens perfeitas que nos fazem inteiros ao preço da ilusão, da submissão. (FOSTER, 1996, p. 58)

A ilusão da inteireza, impossível de consumação real, pretende-se conquistada no imaginário com o auxílio de formas e contornos que, igualmente, são impossíveis no real, mas com o auxílio gráfico, por exemplo, concretizam-se na imagem e no seu consumo imaginário, como um “aperfeiçoamento do índice”.

Esta possibilidade de manipulação gráfica da fotografia, na verdade, faz com que esta se afaste daquele teor de aproximação fiel da realidade lembrado por Dubois. Mesmo assim, a ilusão (mais icônica ou mesmo simbólica) sustentada por esta ideia de conexão física com a realidade se mantém, vendendo um produto que, pelo exagero de suas características ‘positivas’, só se faz passivo de consumação no imaginário, satisfazendo desejos de consumo e prazer.

Considerações finais

O leque de fácil manipulação aberto pela imagem, e de abrangência tão reconhecida junto ao público, faz com que a fotografia constitua-se em uma ferramenta adequada para o enraizamento e o fortalecimento de ideias, quando publicada por um veículo de comunicação voltado a um segmento social específico. Então, vendo neste fenômeno de consumo um interessante nicho econômico, a sociedade capitalista vai saturar o mercado da informação segmentada, alimentando demandas sociais de identificação e diferenciação sócio-político-comportamental.

O resultado deste processo econômico: uma infinidade de tipos de publicações que tratam dos mais variados assuntos, para os mais variados públicos que constituem aquele mosaico social contemporâneo. A sexualidade, como característica da natureza humana que – de alguma forma – atinge a todos, torna-se fonte quase inesgotável para a representação de suas inúmeras facetas numa mídia voltada para o consumo que cada vez mais se focaliza em prover as respostas para as demandas segmentadas.

O consumo imaginário dos corpos-signos torna-se ainda mais intenso pela atuação da libido e de todo o mecanismo biopsicológico que estrutura a sexualidade humana. *G Magazine* expõe corpos-signos a serem co(nsu)midos no imaginário do leitor.

Referências

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2000.

COURTÉS, Joseph; GREIMAS, Algirdas Julien. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 8. ed. Campinas: Papirus, 2004. (Série Ofício de Arte e Forma).

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FOSTER, Hal. **Recodificação** – arte, espetáculo, política cultural. São Paulo: Casa Editorial Paulista, 1996.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. **História da sexualidade**. Vol. I – A vontade de saber. 15. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2003a.

_____. **História da sexualidade**. Vol. II – O uso dos prazeres. 10. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2003b.

_____. **História da sexualidade**. Vol. III – O cuidado de si. 7. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2002a.

_____. **Vigiar e punir**. 26. ed. Petrópolis: Vozes, 2002b.

GIL, José. **A imagem nua e as pequenas percepções**. Lisboa: Relógio D'água, 1996.

KEHL, Maria Rita; BUCCI, Eugenio. **Videologias**. São Paulo: Boitempo, 2002.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia: Ateliê Editorial, 1999.

NOVAES, Adauto (org.). **O olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2003. (Coleção Primeiros Passos; 103).

SONTAG, Susan. **Ensaaios de fotografia**. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

TOMÉ, Eunice. **O corpo da mulher**: verdades e mitos sobre o ato fotográfico na revista 'Playboy'. Dissertação de Mestrado, ECA/Universidade de São Paulo, 2002.