

A ILUSÃO DE UM IDEAL IMAGÉTICO EXEMPLIFICADO EM CRÔNICAS DE CONTARDO CALLIGARIS. Lucas Martins Soldera, Francisco Hashimoto – Psicologia – Departamento de Psicologia Experimental e do Trabalho – Faculdade de Ciências e Letras – Campus de Assis.

A intenção do trabalho foi expor contribuições para melhor entender um indivíduo ofuscado por propostas de ideais imagéticos em constantes modificações, transmitidos por uma sociedade e uma mídia “pós-modernas”. Sabe-se da tensão teórica que envolve o termo “pós-moderno” e outros como, por exemplo: moderno, contemporâneo, atual; no entanto nossa intenção não foi a de ater-se a tal discussão e nem tê-la como base para o desenvolvimento desse trabalho, tal expressão foi utilizada para dispor de uma mesma linguagem que algumas de nossas referências utilizam, além de situar em algum tempo que se diz atual ou moderno, ou seja, o tempo em que vivemos.

O estudo toma como base para sua realização e desenvolvimento pesquisas bibliográficas, as quais enquadram-se numa proposta – categoria – de estudos, chamada de psicanálise *extramuros* (MEZAN, 2002). Nessa categoria de estudos se enquadram vários tipos de trabalho, tendo todos eles uma característica em comum que é a “elucidação do problema escolhido não visa diretamente uma intervenção terapêutica”. Entrevistas, pesquisa em textos, descrição de um fato social ou cultural são algumas das diversas formas de coleta de dados. No entanto há um momento em que o autor se depara com uma tarefa que é idêntica a todos os outros métodos de pesquisa: “construir com base em uma análise do material que ainda não é psicanalítica, mas formal, uma questão psicanalítica”.

Fundamentou-se, então, na concepção de pesquisa em Psicanálise apontada por Mezan, quando afirma que Freud concebeu a ciência relacionando-a à ética do trabalho científico, realizado por meio de uma observação cuidadosa e pela inferência legítima, num trabalho que conquiste a condição de “verdadeiro”, até que outro conhecimento possa trazer um melhor esclarecimento sobre o objeto de estudo. Mezan (2000) aponta que a ciência considera a “passagem do sensível para o inteligível”, daquilo que pode ser compreendido e comprovado, a partir da construção de premissas para se chegar a conclusões necessárias.

Esta foi a referência considerada para efetuar este estudo teórico sobre os cuidados que determinado indivíduo tem com a imagem, considerando as questões da “pós-modernidade”. Buscou-se então, sistematizar alguns estudos realizados por Freud e autores contemporâneos da Psicanálise para compreender os motivos que levam tais pessoas a essa busca de uma imagem idealizada pela mídia. Quanto à sistematização referida, a metodologia baseou-se na leitura e na análise textual e conceitual do tema delimitado através dos textos selecionados.

Pretendeu-se, neste artigo, estabelecer um comparativo entre: as consequências pelas quais o indivíduo pode passar ao submeter-se às convulsas tendências “pós-modernas”, com algumas crônicas de Contardo Calligaris (2004).

O indivíduo “pós-moderno”, susceptível às inquietudes midiáticas e sociais, vivencia um contexto em que sua imagem é tomada como o centro de seu “eu”. Essa imagem, além de ser uma máscara adotada pela pessoa, num âmbito social, está incumbida da realização dos sonhos e desejos desse indivíduo e é responsável pela satisfação dos prazeres do mesmo.

Para adaptar-se a este contexto “pós-moderno”, tal indivíduo necessita mudar sua imagem de acordo com as mutáveis tendências “pós-modernas”. Em: “A moda: belezas extremas e indecisas” (CALLIGARIS, 2004, p.176) percebe-se a passividade das pessoas perante estas inconstantes tendências. Essa submissão diante dos devaneios da moda pode ser entendida como uma atitude visando aceitação social.

Agora ele quer calças estreitas e camisetas justas. O problema é que uma cena parecida já aconteceu um ano atrás. Naquela ocasião, a roupa apertada foi para o lixo – substituída por calças e camisetas que pareciam velas mestras. (CALLIGARIS, 2004, p. 176)

O indivíduo, abordado na crônica, trata seu relato de imagem como uma “moeda de troca” (FREIRE-COSTA, 2004), julga-a como um ideal de perfeição, ou, ao menos, busca possuir tal ideal, o qual não corresponde apenas à vontade própria, mas que aglutina os desejos de toda uma sociedade.

Seguindo tal premissa, este sujeito sacrifica e “rebaixa-se”, física e psiquicamente, para atender anseios de uma sociedade tomada por um convergir perfeccionista e consumista. Em outra

crônica: “Crise do mercado ou crise do sujeito?” (CALLIGARIS, 2004, p.232) nota-se a intenção de adequação a esse anseio “pós-moderno”, onde o próprio sujeito tenta ser aquele ideal proposto atualmente tornando-se, assim, uma cópia. Para ser o parâmetro da tendência, utiliza-se de vários métodos, entre eles o consumismo; o qual ganha status, por possibilitar uma série de transfigurações na imagem, causando, assim, novas ilusões e uma temporária segurança de inclusão social.

O desejo de usar a representação do corpo como uma imagem pode se opor à tendência do corpo físico em manter o equilíbrio e a presteza para agir, provocando uma fratura na experiência da identidade do eu. O apelo do outro para que o sujeito se torne, sobretudo, uma mera “imagem” pode desequilibrar a economia de satisfação do esquema corporal. (FREIRE-COSTA, 2004, p. 72)

Cabe a mídia, nesta “pós-modernidade”, o papel de propagador dessa imagem “perfeita”. Ela quem decide qual imagem é perfeita e qual deve ser exposta para, posteriormente, ser idolatrada pela sociedade e copiada por seus “manequins”. Fuks (1999) aponta a mídia como sendo o principal operador desse sistema, sem a qual o “espetáculo se esvaziaria”. Essa mídia, ainda, teria uma imensa capacidade subjetiva, além de uma “potência de captura imaginária e na massificação”.

Contudo, esse meio de propagação de ideais pode causar danos - não necessariamente físicos - ao sujeito que se submete a seus ditos. Ela pode forjar fatos para benefício próprio. Assim, o sujeito pode acabar se sacrificando por um equívoco. Na crônica: “A mídia e as memórias de Hillary Clinton” (CALLIGARIS, 2004, p.345) observa-se o papel doloso evocado pela mídia; o manejo de informações que poderão trazer a tona uma opinião pública embasada em falsas e incompletas informações.

Essa mídia pode passar um ideal de imagem que não condiz com o contexto nem, muito menos, com o sujeito; e o indivíduo passível a esse bombardeio de nulidades entregar-se-á a esse dúbio pretexto, sacrificando-se por um falso ideal social.

Não houve distribuição prévia do livro à imprensa. Apesar disso, no Brasil, alguém escreveu, no meio da semana, que a única coisa interessante nas memórias era a historietta de Bill Clinton e Monica Lewinsky. Felicitações: em três dias, ele conseguiu receber o livro e ler as 500 páginas. (CALLIGARIS, 2004, p. 345)

Percebe no texto que houve um descaso geral por um trabalho, o qual foi de imediato reduzido a alguns poucos casos que, um dia, já renderam “retorno” a este meio de propagação.

A inquietação à espera de um ideal por parte da mídia e da sociedade é o que leva o sujeito à nulidade imagética. Dessa forma, o sujeito toma sua imagem como uma cópia da momentânea “perfeição” e fonte de seus prazeres. Isso se aproxima do narcisismo de Freud e conseqüentemente, da própria obra “As Metamorfoses” de Ovídio.

Birman (1999) expõe que o universo da imagem possibilita a sedução e o fascínio do ideal do outro em um contexto mefistofélico do exibicionismo, onde a imagem é sempre protagonista valorizada em “roteiros performáticos da pós-modernidade” e em um contexto social, “condição *sine qua non* para o espetáculo”.

Os abusivos investimentos nesta imagem podem estagná-la em algumas dessas tendências, ou mesmo deteriorá-la. Esses investimentos podem ser exemplificados pelo uso de métodos tecnocientíficos, pelas aquisições consumistas, dentre outros, utilizados para transfigurar essa imagem de uma tendência à outra, ou mesmo, para “corrigir” qualquer pseudodefeito que esse sujeito julga possuir, uma vez que para ser exposta, essa imagem, deve ser - antes - aprovada socialmente.

Vem daí o crescimento em vendas e procura de serviços e produtos relacionados à estética, como por exemplo: cirurgias, produtos light/diet, regimes, dietas, academias, anabolizantes, suplementos alimentares, dentre outros.

Para Freire-Costa (2004) a imagem corporal teve seu perfil idealizado mudado pelo avanço real da ciência e da tecnologia. Passou de uma busca, no futuro, por uma “perfeição mítica do passado sentimental” a promessas de “perfectibilidade física” proporcionadas pelas novas tecnologias.

O contexto de instabilidade imagética provoca no sujeito o sentimento de medo, pois aqui deve-se estar sempre pronto para adquirir as pretensões da moda, se este quiser manter em evidência, visando, desse modo, sua não exclusão.

Então o sujeito sempre estará vagando à espera de ordens providas da mídia e das mudanças “pós-moderna”. Contudo, “o se entregar” a estas tendências demanda tempo para adquirir uma

imagem; mas e as constantes mudanças “pós-modernas”? Nesse contexto tudo é transitório, nada deve se fixar se quiser sobressair-se.

[...]a oferta precisa diversificar-se. Os signos de reconhecimento devem ser passíveis de desinvestimento afetivo e substituíveis. Tudo deve ser *light*, nada deve pesar nem fixar-se. (FUKS, 1999, p. 77)

Tais mudanças são, sim, mutáveis e é daí que provém as frustrações do sujeito. Ao tentar copiar este quadro atual dirige suas intenções, suas ilusões e seus desejos a realização da demanda dessas tendências, onde mais tarde será frustrado pelos mesmos operadores – a mídia e a sociedade - que lhe transmitiu essa primeira ilusão de idealismo, pois no presente essa tendência pode já ter mudado. “O presente é passado”.

O consumismo propagado pela mídia dá mostras de ser um proporcionador de critérios exigidos por essa sociedade e seus anseios. Tais critérios podem diversificar-se desde bens de consumo a afetos. O sujeito para completar-se necessita, então, possuir.

Cabe a mídia o carro chefe da propagação desse consumismo.

A produção deste imaginário social se realiza de diversas maneiras, entre as quais se destaca a mídia. Sem esta o espetáculo se esvasia, perdendo o seu colorido retumbante e o seu poder de captura do outro. Tanto pelas vias da televisão quanto da informática e do jornalismo escrito, a cena pública se desenha sempre pelas imagens. Desta maneira, não se pode mais opor o original e a cópia, pois o *simulacro* perpassa a totalidade do tecido social, constituindo uma nova concepção de realidade e do que seja o real. (BIRMAN, 1999, p. 45)

A mídia pode ser considerada a luz que ilumina esta trajetória consumista “pós-moderna” para a evidência e aceitação.

Os sacrifícios e objetivos desse sujeito se resumem em uma única expressão: aceitação social. Na maioria das crônicas, mencionadas, o assunto mais citado foi inclusão social. Este sujeito teme por não ser aceito como é.

A razão desse sujeito está na idéia: ao estar em evidência para a sociedade e “acima” de outros, ocupará uma posição de privilégios onde sua exclusão não será posta em cheque. Raciocínio que o colocará as margens de seu maior medo, uma vez que submetido às demandas pós-modernas, se reduzirá a meras imagens; sua exclusão estará em vias de acontecer, pois imagens são transitórias, neste contexto, juntamente com as tendências “pós-modernas” em seu convulsivo ritmo e quando este não mais conseguir seguí-las, seu reino de ilusões cairá por terra (ruirá).

Referências

- BIRMAN, J. A psicologia na pós-modernidade – as alquimias no mal-estar da atualidade. *Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental*. São Paulo, vol. II, nº 1, março de 1999, p. 35 – 49.
- CALLIGARIS, C. [Terra de ninguém]. *101 Crônicas*. São Paulo: Publifolha, 2004.
- FREIRE-COSTA, J. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2004.
- FREUD, S. (1914). *Sobre o narcisismo: uma introdução*. Trad. Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1996. Vol. XIV.
- _____. (1930). *O mal-estar na civilização*. Trad. Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1996. Vol. XXI.
- FUKS, M. P. *Mal estar na contemporaneidade e patologias decorrentes*. Psicanálise e Universidade. São Paulo, nº 9 e 10, jul/dez 1998 – jan/jun 1999, p. 63 – 78.

- MEZAN, R. *Interfaces da psicanálise*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- _____. *Sigmund Freud: a conquista do proibido*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.
- OVÍDIO. *As metamorfoses – Narciso*. São Paulo: Ediouro: s.d.