

Circulação Simbólica do Corpo Magro: um Ensaio a partir do “Espírito do Tempo” de Edgar Morin¹

Mayara Martins da Quinta Alves da SILVA²

Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER³

Universidade Federal de Goiás - UFG, Goiânia, GO

Resumo

Esse artigo traz uma reflexão teórica sobre os paralelos entre o fenômeno da circulação simbólica do corpo magro e as perspectivas do Espírito do Tempo de Edgar Morin nos dois volumes de Cultura de Massas no Século XX, partindo de Neurose (volume 1) à Necrose (volume 2). A intenção deste ensaio teórico é demarcar como a comunicação é ambiência dentro da construção do corpo magro que consolida-se como corpo aceito socialmente e desejado. Destaca-se que ainda que o conceito de Espírito do Tempo se modifique no tempo-espaço (a depender da época e local), muitas percepções da cultura de massas prevista por Edgar Morin ainda em 1960 são extremamente atuais e se aproximam das representações do corpo magro disseminadas no ocidente contemporâneo, como o mito da felicidade atrelado à magreza e a estética normativa da magreza que atua enquanto capital simbólico na sociedade e aprisiona corpos femininos.

Palavras-chave: Cultura de Massa; Comunicação e Saúde; Comunicação e Consumo; Padrão de Beleza; Magreza.

Introdução

No prefácio à Terceira Edição brasileira de “Cultura de Massas no Século XX: neurose”, Edgar Morin destaca que naquele momento (1974) o Espírito do Tempo à que ele se refere já não era mais o mesmo de 1960, quando escreveu a primeira edição publicada em 1962. Neste trecho escrito originalmente em 1974, Edgar Morin relata que

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), da Universidade Federal de Goiás (UFG). Jornalista e Mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail: mayaraquinta@gmail.com

³ Pós-Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) e pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo e Bacharel em Jornalismo (ECO/UFRJ). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), da Universidade Federal de Goiás (UFG). Pesquisadora do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia (UFG). E-mail: anacarolina.temer@gmail.com

“O eixo da cultura de massa deslocou-se. Seu campo ampliou-se, penetrando cada vez mais intimamente na vida cotidiana (...)” (MORIN, 2009, p. 7). Esse deslocamento se faz a partir das transformações da configuração cultural das sociedades e da cultura de massas, ocasionadas por “novos fermentos culturais” que culminam no Espírito do Tempo (MORIN, 2009, p. 9).

A noção de Espírito do Tempo exige evidenciar a percepção de que o tempo-espaço modifica processos. Para cada situação histórica e de ambiência cultural pode-se determinar especificidades ao Espírito do Tempo, ainda que, como relata Morin (2009), muitas características sociais destacadas na primeira edição permaneceram intactas e garantiram uma continuidade. Isso significa dizer que o Espírito do Tempo ultrapassa a perspectiva geracional e se entranha no modo de viver do ser social.

A intenção deste artigo é demonstrar justamente o que há de contemporaneidade nas narrativas dos livros *Cultura de Massa* Neurose (1962) e *Necrose* (1975)⁴ utilizando para isso o objeto de análise aqui demarcado que é o corpo magro em sua circulação simbólica na sociedade. O objetivo é traçar paralelos com as especificidades e perceber os deslocamentos e particularidades do Espírito do Tempo da atualidade, utilizando para isso os aspectos relacionais com o corpo magro e os significados atribuídos a ele e compartilhados socialmente através da comunicação.

É determinante relatar que o ponto de partida é a circulação simbólica pois o ensaio aqui proposto irá perpassar algumas ideias contidas em literaturas que privilegiam uma visada comunicacional. Em função desse olhar, torna-se importante conceituar comunicação. Este artigo considera-se comunicação a:

Capacidade humana cuja aquisição remonta à origem do desenvolvimento humano e da própria sociedade. No decorrer da sua história, o homem vem desenvolvendo técnicas e tecnologias, que vêm ampliando seu poder e dimensão, transformando profundamente sua forma de relacionamento com sua cultura e estrutura social (TEMER; NERY, 2004, p. 10)

A delimitação conceitual adotada não nega a amplitude dos enfoques que se pode dar ao conceito de comunicação. Temer e Nery (2004) especificam que, nesta medida, a comunicação pode abranger conceitos: etimológico; biológico; histórico;

⁴ Quando aqui citados os termos *Neurose* e/ou *Necrose* referem-se aos subtítulos dos Volumes 1 e 2 da obra *Cultura de Massas no Século XX* - Edição brasileira de “O Espírito do Tempo” de Edgar Morin, originalmente publicadas em 1962 e 1975 respectivamente.

psicológico; sociológico ou estrutural (TEMER; NERY, 2004). No entanto, ao descreverem a comunicação como transformadora das formas de relacionamento do homem com a cultura e a estrutura social, uma vez que é a partir da comunicação que o homem transforma suas formas de relação com a cultura, significados, valores e formas de ação. (TEMER E NERY, 2004). Essa perspectiva destaca também a noção de centralidade e a importância da comunicação como constitutiva da sociedade e possibilitam visualizar como, alicerçada na comunicação e na circulação simbólica por ela possibilitada, a noção de Espírito do Tempo se transforma, se modifica em alguns aspectos e se solidifica em outros.

Uma vez conceituada a noção de comunicação como perspectiva central deste ensaio, demarca-se aqui o conceito Espírito do Tempo. Morin (2009) descreve que é como se o homem fosse constituído por um espírito que “sempre vaga pelos horizontes de sua vida” um “ser das distâncias” que projeta sua existência nos alhures imaginários, em outra parte que não em si mesmo. Essas projeções formam uma nova relação com o espaço e o tempo, desenraizada, mas gerada pela cultura de massa (MORIN, 2009, p. 178). Em *Neurose* (1962) Morin explica que nesse horizonte há um Espírito do Tempo “superficial, fútil, épico, ardente” (MORIN, 2009, p. 179) onde o ser humano é ao mesmo tempo tudo e nada e o “*sendo* torna-se a realidade essencial” pois o importante passa a ser o consumo da vida presente (MORIN, 2009, p. 178). Dessa forma, a cultura de massas contribui com esse movimento ininterrupto em que as criações são feitas “não para os silêncios meditativos, mas para a adesão ao grande ritmo frenético e exteriorizado do Espírito do Tempo” (MORIN, 2009, p. 180) em um movimento no qual “tudo se desenvolve na horizontalidade, na superfície dos acontecimentos, reais e imaginários.” (MORIN, 1999, p. 180).

Já em 1975 Edgar Morin escreve no prefácio de *Necrose* que “O espírito do tempo 1950-1960 era a cultura de massas. O novo espírito do tempo faz explodir a cultura de massa” (MORIN, 1999, p. 180). O que toma o lugar da noção do Espírito do Tempo é a perspectiva de crise resultante da revolução cultural, cuja consequência são a crise da cultura e da sociedade que por muito tempo foi dissimulada pela prosperidade econômica (MORIN, 1999).

A partir deste preceito este artigo pretende traçar paralelos entre a circulação simbólica do corpo magro e as percepções sobre o Espírito do Tempo contidas nos dois

volumes de “Cultura de Massas no Século XX” - Necrose e Neurose⁵. Compreendendo a comunicação como central para este debate, esta proposta de análise busca perceber o que de vigente no pensamento de Edgar Morin tem continuidade no Século XXI, a partir de uma perspectiva que busca ao mesmo tempo e superar o relato estático e permanente os conceitos e elucidar a circulação simbólica do ideal do corpo magro, e o que está em transformação neste ideal.

O Corpo Magro e a Neurose

Para iniciar a descrição dos paralelos entre o Espírito do Tempo e a circulação simbólica do corpo magro na contemporaneidade, parte-se do conceito de neurose utilizado por Morin no primeiro volume de Cultura de Massas no Século XX. Morin (2009) coloca a palavra como central por compreender que naquele período o Espírito do Tempo era tipicamente neurótico uma vez que correspondia a própria definição da palavra “...meio termo entre um distúrbio da mente e a realidade, concessão a que uma pessoa se acomoda, em troca de um fantasma, um mito ou um rito” (MORIN, 2009, p.7). A própria explicação sobre o termo também se aplica ao entendimento de que a realidade se desloca para projeções de si, no consumo de bens simbólicos, no viver fantasmático⁶, o que por sua vez seria o ponto central do Espírito do Tempo no período no qual o livro foi escrito. Morin (2009) acrescenta ainda que na base deste viver fantasmático está um sistema industrial de padronizações, de concentração técnico-burocrática que ao mesmo tempo exige produtos cada vez mais individualizados e o clamor por novidades constantes. Dentro disso a indústria cultural vivencia a dualidade padronização *versus* originalidade (MORIN, 2009).

No Século XXI não houve modificação nas problemáticas relatadas por Morin (2009). Essa perspectiva foi consolidada e a ela se acrescenta uma busca ininterrupta do mercado para acelerar produções e entregar produtos personalizados, havendo até mesmo uma automatização do processo de personalização. Traçando um paralelo com a indústria cultural e o corpo magro, fica evidente o quanto o padrão estético normativo

⁵ As edições brasileiras de O Espírito do Tempo de Edgar Morin.

⁶ Utiliza-se o termo **fantasmático** da tradução de Mauro Ribeiro Sardinha de 2009, ainda que com a compreensão de que não seja um termo vigente na língua portuguesa. O tradutor explica que buscou por termos que melhor explicassem a palavra em francês *fantomatique* que não significa fantasmagórico e que, em realidade, foi um conceito delineado por Edgar Morin e que também não existia na língua francesa.

vinculado à magreza acaba se transformando em nicho de mercado e em produtos midiáticos.

Há, porém, uma contradição na percepção mercadológica do corpo magro. Ainda que mais da metade da população brasileira tenha sobrepeso (55,7%) e 19,8% obesidade, sendo uma grande parcela populacional e público potencial, a padronização dos produtos se dá muito mais aproximada à magreza, existe toda lógica de mercado voltada apenas ao corpo magro (ABESO, 2020).

No Brasil, essa doença crônica aumentou 67,8% nos últimos treze anos, saindo de 11,8% em 2006 para 19,8% em 2018. Diante dessa prevalência, vale chamar a atenção que, de acordo com a Pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), realizada pelo Ministério da Saúde, a obesidade voltou a crescer entre nós após uma breve tregua. Entre 2015 e 2017, ela ao menos se manteve estável em 18.9%. (ABESO, 2020, p.1).

Isso demonstra que é o desejo, e não o quantitativo de pessoas, que importa nas lógicas de consumo. Ao vender o corpo magro enquanto normativa de beleza, de sucesso, de saúde, de desejo, o mercado atinge tanto aqueles que se encontram dentro da normativa e quanto aqueles que desejam alcançá-la, em um sistema só possibilitado através da comunicação e do compartilhamento nestes termos da significação da magreza.

Dessa forma, o vínculo entre o corpo magro, as lógicas de mercado e a comunicação se relacionam ao Paradigma Culturológico da Escola Francesa, que tem Edgar Morin como grande marco.

No domínio da comunicação, Edgar Morin é o primeiro a refletir sobre a mídia e os valores que ela traz e as suas relações com as “estruturas”. Para ele, a cultura de massa encontra o seu terreno ideal em que o desenvolvimento industrial e técnico cria novas condições de vida, que desagregam as culturas anteriores e fazem emergir novas necessidades individuais. (TEMER; NERY, 2004, p. 95)

As percepções sobre corpo e o quantitativo de gordura corporal sempre fizeram parte de uma ambiência que, culturalmente, traz outras vinculações e circulações simbólicas que ultrapassam o corpo. É a partir da comunicação e da cultura de massa⁷

⁷ Aqui consideramos o conceito de cultura de massa como “A cultura resultante ou a cultura possível de um mundo industrializado e marcado pelo capital e pela produção industrial, que transforma cultura em mercadoria” (TEMER; NERY, 2004, p. 95).

que o aspecto relacional do corpo com o mundo passa a representar outras dimensões que apenas o corpo magro. Conforme destacado por Edgar Morin, as necessidades individuais passam a ocupar um primeiro plano, e atravessam a circulação simbólica do corpo magro em uma sociedade em que “o consumo dos produtos torna-se simultaneamente autoconsumo da vida individual e auto-realização” (TEMER; NERY, 2004, p. 95).

Nesta medida, comprar produtos ou adquirir bens simbólicos que de alguma forma referenciem ou sejam feitos para o corpo magro. para alcançar ou para ter a aparência de um corpo magro, passa a representar a realização que a magreza é o caminho para a felicidade projetada, uma vez que “o único espaço para realização é o consumo, por meio do qual o indivíduo cria a si mesmo, constrói a estrutura de sua vida e o seu modo de ser” (TEMER; NERY, 2004, p. 97).

Historicamente há na cultura ocidental uma percepção compartilhada do corpo magro como padrão normativo de beleza a ser perseguido, e dadas as construções patriarcais dominantes, evidentemente esse padrão atinge com mais força o corpo feminino. Em *Neurose* quando Morin (2009) trata sobre a promoção dos valores femininos na cultura de massa, cita essa mulher idealizada, objetificada, desejada como um produto:

A mulher modelo desenvolvida pela cultura de massa tem a aparência da boneca do amor. As publicidades, os conselhos estão orientados de modo bastante preciso para os caracteres sexuais secundários (cabelos, peitos, boca, olhos), para os atributos erógenos (roupas de baixo, vestidos, enfeites), para um *ideal de beleza delgado - esbelto - quadris, ancas, pernas* (MORIN, 2009, p. 141, grifo nosso).

O ideal de beleza delgado e esbelto detalhado por Edgar Morin em 1962 permanece no imaginário do ocidente na contemporaneidade. Assim, quem não está dentro das normativas pode tentar vivenciá-la de forma fictícia através dos duplos, buscando alcançar no outro a felicidade prometida pela magreza, vivendo através da representação da experiência alheia.

Duplos: são personagens ou pessoas públicas com os quais os receptores estabelecem elos emocionais tão fortes, projetando-se neles, vivendo por meio deles. A vida cheia de emoções dos duplos dá colorido à vida monótona das pessoas comuns, que se tornam fantasmas da vida vivida pelos duplos. Os duplos são essenciais

porque incentivam o consumo, pois o indivíduo tenta alcançar o duplo por meio da imitação, tenta tornar-se igual a ele, consumindo os produtos disponibilizados por esses duplos (TEMER; NERY, 2004, p. 97, grifo do autor).

Na atualidade essa projeção atribuída aos duplos acaba remetendo diretamente à realidade das redes sociais, com pessoas públicas que diariamente compartilham o corpo magro como estilo de vida e/ou como conquista. É notório o quão atual é essa característica do Espírito do Tempo.

Morin (2009) relata que a vida dos consumidores passa a ser fictícia, fantasmalizando o espectador que projetou seu espírito no universo imaginário, a alma emigrando aos sócios. Em um duplo movimento, a cultura de massa trabalha de formas opostas, por um lado os “sócios” vivem em nosso lugar de forma soberana, e por outro tentamos reproduzir a vida dos sócios imitando-os em busca da felicidade.

As pessoas públicas que mostram seus corpos magros em suas páginas pessoais ou profissionais e muitas vezes fazem da imagem deste corpo *um produto*. Para além do corpo magro atrelado à conquista e à felicidade, outro mito atribuído ao corpo magro tem-se o mito da magreza enquanto comprovação de um corpo saudável. de saúde. Vendem maneiras de tentar conquistar o corpo magro avivando a imitação e consolidando a normatização do belo de uma forma cada vez mais individualizada e direta. Exemplos evidentes dessa dinâmica são as *musas fitness* e todo universo de personagens que monetizam a midiaticização da cultura do emagrecimento. Nesse paralelo se estabelece umas das noções centrais em Neurose retratada por Morin: “a mitologia da felicidade tornou-se a problemática da felicidade, adentrando diretamente na rotina dos atores sociais” (MORIN, 2009, p.7).

Essa busca por uma felicidade latente e inalcançável é central no pensamento de Morin (2009), uma vez que ele compreende que a cultura de massas cria imaginários que a sociedade do consumo buscará alcançar. É visível a atualidade deste cenário ao se pensar nas percepções sobre magreza que perpassam o imaginário social e os reflexos do agora que são historicamente construídos e consolidados. O fluxo comunicacional atua na cristalização deste imaginário, tornando este um dos elementos do Espírito do Tempo fortalecido nas novas gerações. Considerando o enaltecimento simbólico do corpo magro na cultura ocidental, essa busca é imediata, como se a magreza

representasse a simbologia da felicidade e a forma do corpo impactasse diretamente na autorrealização.

Morin (2009) visualiza na cultura de massas aspectos da religião - valores pregados como: amor, felicidade e autorrealização. Para o autor o indivíduo imerso na cultura de massas é precário e transitório, é a história em movimento e o consumo profano, profanando a percepção sobre salvação individual.

No entanto, a cultura de massa é incapaz de alcançar além da esfera privada, fortalecendo individualidades. Na cultura de massas o imaginário está projetado entre nós de uma forma ao mesmo tempo realista e dualista. a originalidade da cultura de massas é a direção do consumo imaginário para processos de identificação e de realização. A dualidade entre comércio e consciência do indivíduo presente da noção de Espírito do Tempo demonstra que a sociedade consumidora retira mesmo quando dá. Morin (2009) exemplifica dizendo que a comunicação de massa pretende oferecer risco e segurança ao mesmo tempo, mas acaba gerando vidas de aventuras sem aventuras. É o polo real e o imaginário e a eletrólise entre ambos (MORIN, 2009).

O “retira mesmo quando dá” vinculado à magreza pode ser compreendido de diversas maneiras no consumo da magreza enquanto bem simbólico, mas também na exposição de produtos que prometem prazer sem comprometer o corpo magro simbólico (produtos dietéticos, cintas, roupas que emagrecem e outras). Ao mesmo tempo estes conteúdos obliteram que tornar o corpo magro um padrão a ser alcançado gera problemas de saúde, e eventualmente resulta na percepção de que mesmo quando a magreza é alcançada, a felicidade prometida muitas vezes não é como o sentimento propagado na cultura de massas.

No documentário “Embrace”⁸ a australiana Taryn Brumfitt tenta desconstruir essa realidade projetada entrevistando mulheres com corpos magros e padronizados que falam sobre crises e infelicidades vivenciadas mesmo habitando aquele corpo. Em contrapartida o documentário entrevista mulheres com corpos considerados fora do padrão de beleza que se sentem livres e realizadas.

⁸ Documentário de 2016 dirigido por Taryn Brumfitt e atualmente disponível em plataformas de *streaming*. Taryn Brumfitt também criou o movimento “Body Image Movement” e é atuante na luta pela liberdade dos corpos femininos. Disponível em: <<https://bodyimagemovement.com/embrace/embracethedocumentary/>> Acesso em: 3 jul. 2021.

Na verdade, Taryn Brumfitt tenta demonstrar de maneira didática que a autorrealização não está na forma do corpo que se habita, seria esse um mito repetido de geração em geração através da cultura de massas e que circula sem ser questionado.

O documentário revela que 91% das mulheres odeiam o próprio corpo. Diante de padrões idealizados de beleza toda mulher sente-se gorda e feia. Esse ódio é explorado pela indústria cosmética, da moda, das dietas, das cirurgias estéticas, das revistas femininas. (...) Magras demais, obesas demais, peludas demais, com queimaduras demais, com defeitos físicos demais ou apenas mulheres que lutaram para sair da perversa equação beleza/magreza/felicidade/juventude. E que fizeram do próprio sofrimento bandeira de luta e afirmação, dando novo sentido às suas vidas. (SADDI, 2020, p.1)

Talvez tenham mudado as formas de circulação da comunicação. Há particularidades das dinâmicas sociais da atualidade e da circulação simbólica com o uso da internet, como no caso das relações estabelecidas a partir das redes sociais e seus usos, mas o poder simbólico do corpo magro permanece e atua de maneira cada vez mais incisiva nos corpos femininos.

O Espírito do Tempo permanece sólido na medida em que as bases de comunicação e consumo que fazem com que a magreza venda são essencialmente o Espírito do Tempo. São circuitos consumidores e padrões individualistas, projeção e identificação, que viabilizam a circulação simbólica do emagrecimento e do corpo magro como corpo padrão se fortalece nesse engendramento.

Ainda que em alguma medida haja um questionamento sobre estes padrões estéticos compartilhados socialmente, Morin (2009) também prevê este movimento contrário dentro das lógicas de comunicação e consumo dizendo que a lógica da cultura de massas favorece o aparecimento dos rebeldes.

Outro aspecto discutido (ou até previsto) por Morin prevê é a contracultura. Negar o corpo magro como corpo padronizado e a exaltação de outros tipos de corpos acaba se tornando também uma dinâmica de consumo, uma tendência de mercado a ser explorada. Na perspectiva de Morin (2009), aqueles que se não se adaptam às possibilidades de consumo vinculados à magreza acabam buscando outros nichos de mercado, mas ainda permanecem dentro da lógica do consumo da cultura de massas, talvez não no eixo dominante, mas submisso ao mesmo processo.

Um exemplo desta realidade são as grandes empresas que começam a inserir dentro de seu material publicitário pessoas que não se enquadram no padrão de corpo

magro, monetizando também o corpo com sobrepeso ou obesidade, de forma que mesmo ao negar padrões estéticos normatizados na sociedade ocidental o capital sempre vence. Isso implica no que Morin (2009) entende como um abismo niilista da cultura que se adapta aos já adaptados, no qual o embate entre a vida social e desenvolvimento econômico o consumismo sempre vence.

Morin (2009) destaca que o papel da cultura de massas não remete apenas à simples dualidade imaginário-real ou projeção-identificação. Ao falar sobre a alma técnica desta cultura se relaciona com o desenvolvimento técnico, industrial e capitalista, que transforma a relação do indivíduo com o mundo, racionalizando e despersonalizando, mas sempre submisso a este processo de despersonalização, já que as identificações e a existência em sociedade são vistas antes de tudo como possibilidades de mercado e monetização, seja nas lógicas de consumo do corpo magro, seja por meio de consumos alternativos.

O Corpo Magro e a Necrose

Se em “Cultura de Massa no Século XX: Neurose”, originalmente publicado em 1962, o foco do Espírito do Tempo diz respeito ao fantasmático, à projeção, aos duplos, aos sócias, à busca de uma felicidade no consumo, em Necrose Morin (1975) amplifica o pensamento a partir da noção de crise: um estágio final no qual a necrose ocorre enquanto processo progressivo e irreversível de degeneração. A crise se dá a partir da metamorfose da cultura e da cultura de massa observada por Morin à época (1975), uma vez que a partir dos anos 60 a mitologia da cultura de massas começa degradar-se e a crise da felicidade impõe novos padrões.

A partir desse ponto, Morin (1975) passa a aproximar seu pensamento sobre sociedade na perspectiva da complexidade.

É que, nas sociedades modernas em evolução permanente, a norma é constituída por tendências dominantes - a tendência à industrialização, a tendência à urbanização - às quais se oporão, não mais tendências reacionárias clássicas, porém contratendências ambíguas orientadas para o futuro e para o passado (...). O que se pode chamar de regulação, em nossas sociedades, é feito do jogo complexo entre tendências e contratendências, do seu *desregramento mútuo que se*

torna, em certo sentido, correção mútua. (MORIN, 1999, p.128, grifo do autor).

Observando esta dinâmica da complexidade aplicada à circulação simbólica do corpo magro, percebe-se que as tendências e contratendências acabam integrando uma dinâmica em que o problema central ainda é a validação do capital neste processo. No panorama de revolução cultural destacado por Morin “O ou a *freak* não quer ser reconhecido, mas designado como ‘outro’ discordante, sarapintado bárbaro, não policiado, que navega nos canais subterrâneos da cultura de massas” (MORIN, 1999, p. 134).

Nesse sentido, até o termo contracultura se torna insuficiente, pois a intenção do ser social neste novo paradigma é negar a participação nas lógicas formadas no consumo. Ainda assim, em alguma medida o termo contracultura referenciado por Morin em 1962 ainda está alicerçado na alternância de valores e identidades que passam e retornam em um movimento pendular (MORIN, 1999).

Perceber um caminho para além da contracultura seria vislumbrar uma saída onde o corpo magro e o corpo gordo não estariam em embate de capital simbólico (e, portanto, em oposição), mas um caminho de corpos livres resultantes da quebra dos padrões estéticos normativos estruturados pela cultura de massas.

Analisado o aspecto relacional do corpo magro aos pensamentos de Morin em *Necrose* (1975), fica claro que muito do *Espírito do Tempo em Neurose* (1962) é vigente na atualidade, e quando debatida a circulação simbólica do corpo, uma verdadeira revolução dos sentidos ainda não aconteceu. Nesta perspectiva da revolução cultural em *Necrose*, Morin descreve que:

O hedonismo favorecido e excitado pelo desenvolvimento do consumo prolonga-se, também, na nova cultura, mas metamorfoseando-se. Porque há uma ruptura no seio mesmo do individualismo; ao individualismo de propriedade, de aquisição, de posse, opõe-se doravante ao individualismo de sensação, de fruição, de exaltação; ao consumo se opõe o consumo, e, embora tenha o mesmo tronco comum, o hedonismo do ser (revolução cultural) se opõe radicalmente ao hedonismo do ter (sociedade burguesa). (MORIN, 1999, p.136)

Ainda que não necessariamente vinculado ao ter e ao consumo de produtos e bens simbólicos, o hedonismo do sentir, do exaltar, também se aproxima da circulação simbólica do corpo magro. O corpo magro é representação do prazer, da felicidade, da

conquista plena, é o ponto de chegada e é exatamente este aspecto que o faz dominante e enraizado. Nesse sentido, o desejo projetado no corpo magro é hedonismo de ser e hedonismo de ter.

Jean Pierre Poulain (2009), socioantropólogo francês, destaca que:

As valorizações do gordo e do magro são variáveis de uma cultura para outra. É preciso lembrar que Hans Staden (um arcabuzeiro alemão alistado em um galeão português na época da exploração do Brasil) teve a vida salva porque os tupinambás, canibais da costa sul do Brasil, dos quais ele foi prisioneiro, só comiam homens bem rechonchudos (POULAIN, 2009, p. 123).

Ainda que cultura seja determinante na valorização do corpo gordo e do corpo magro, historicamente a circulação simbólica do corpo magro enquanto normativa de padrão de beleza é evidente e fortalecida em diversas culturas, incluindo a brasileira.

No entanto, a noção de crise prevista por Morin (1999) abre uma brecha para a possibilidade de mudança, da verdadeira revolução. Ainda que improvável, é possível construir potenciais ações transformadoras a partir da comunicação. Este mesmo processo de circulação simbólica ininterrupta que circula as dinâmicas vigentes também pode circular a liberdade dos corpos e o potencial abandono da binaridade reducionista magro *versus* gordo. Ao fim de Necrose Morin deixa um suspiro de esperança ao dizer que “Há, pois, esperança, pois a esperança é sempre o improvável.” (MORIN, 1999, p. 205).

Considerações Finais

Assim como Morin (1999) descreve, estes paralelos perpassam “o caráter fragmentário e o não acabamento de um discurso que se interrompe bruscamente enquanto nossa história continua” (MORIN, 1999, p. 15). É um recorte de uma realidade ainda em construção.

Como o Espírito do Tempo, os corpos também são fluidos, complexos, e se modificam com o tempo, não podem ser reduzidos a corpos magros ou gordos. O Espírito do Tempo não é o mesmo de 1962, nem o mesmo de 1975, mas na atualidade é

visível e os aspectos relacionais entre a cultura de massas e a circulação simbólica do corpo magro destacados pelo autor.

São ainda atuais a percepção de que o ser que é tudo e ao mesmo tempo nada, tomado pela angústia do presente e projetando a angústia no consumo, nos excessos hedonistas, no mito da felicidade, no mito do sucesso atribuído à magreza. A superficialidade entre real e imaginário, o ritmo frenético do Espírito do Tempo, um duplo ritmo fundamental reativo e fantasmático, individual e cósmico também permanece. O capitalismo orientado ao mundo material, a partir da cultura de massas pode, também, orientar e aumentar as projeções da subjetividade, uma vez que para Morin (2009) quanto mais o mundo se torna objetivo, maior a subjetividade do homem numa contradição dialética.

Na subjetividade do imaginário contemporâneo, o corpo magro habita como bem simbólico comercializado na cultura de massas. O Espírito do Tempo é o individualismo da sociedade da cultura de massas, um momento da sociedade em que as vontades primitivas se tornam menores enquanto o consumo passa a ser central (MORIN, 1999).

O ser social de 1960 não é o mesmo de 2021, mas a cultura segue nos fornecendo “pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária” e enquanto “corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções” a cultura, como sistema de comunicação, ainda é constitutiva na cristalização do imaginário do corpo magro como corpo dominante. É uma relação de poder na qual aquele que não é magro está alheio ao *status quo* e em que mesmo as tentativas de valorização do corpo gordo estão imersas nas dinâmicas de comunicação e consumo.

O pressuposto de crise das culturas vislumbrada por Morin (1999) em *Necrose* tem o potencial para delinear uma transformação que vá além das necessidades embutidas nos padrões imaginários. Essa transformação passa pela comunicação, uma vez que “Comunicar não serve só para comunicar: é o motor das relações sociais, que envolve a produção, o consumo, o intercâmbio e a reprodução” (TEMER; NERY, 2021, p.98). Como motor das relações sociais a reprodução dos valores dominantes é comunicação, mas a transformação também é comunicação.

A solução (se ela existe) é comunicacional, mas não de maneira instrumental. Vislumbra-se a perspectiva do diálogo no processo de mudança para uma sociedade em

que não haja objetificação dos corpos enquanto bens simbólicos e na quebra de padrões estéticos normativos que aprisionam principalmente os corpos femininos. Um caminho em que magro e gordo sejam apenas características intrínsecas ao corpo, e não determinantes da forma de existir e se relacionar em sociedade.

Referências

ABESO, Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica. **Mapa da Obesidade**. 2020. Disponível em: <<https://abeso.org.br/obesidade-e-sindrome-metabolica/mapa-da-obesidade/>>. Acesso em: 24 ago. 2020.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no Século XX – O Espírito do Tempo**: Neurose. 9ªed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no Século XX – O Espírito do Tempo**: Necrose. 3ªed. Rio de Janeiro: Forense, 1999.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologia da Obesidade**. São Paulo: Editora Senac, 2014.

SADDI, Luciana. **“Embrace”**: o peso silencioso do ódio ao corpo. 2021. Disponível em: <<https://www.sbbsp.org.br/blog/embrace-o-peso-silencioso-do-odio-ao-corpo/>>. Acesso em 3 jul. 2021.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as Teorias da Comunicação**. Uberlândia: Aspectus, 2004.