

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO CORPO NA CULTURA MIDIÁTICA

Aluno: Danilo de Oliveira Pereira
Orientador: José Carlos Rodrigues

Introdução

Foi realizada parte de um estudo a respeito da espetacularização da morte que busca saber até que ponto as teorias clássicas sobre a morte se aplicam a uma nova tendência, por parte da mídia, de espetacularizar a morte de celebridades e de mortes em acidentes de grandes proporções. Todos se lembram por exemplo, da morte de Michael Jackson, ou da explosão das torres gêmeas nova-iorquinas.

Novas tendências espetaculares também têm aparecido nos funerais pelo mundo. As casas funerárias começam a oferecer um novo tipo de velório. Este é parecido como uma festa, onde os parentes do falecido se encontram e fazem uma espécie de “culto à personalidade”[1]. Nesses eventos, ninguém fala de morte nem de nada que esteja associado ao assunto. O defunto é tratado, como técnicas como a tanatopraxia, que fazem com que ele pareça vivo, chega até a ser embalsamado para ficar parado fazendo algum gesto, lendo um jornal ou até mesmo em cima de uma moto. Tudo se parece muito com uma festa de despedida, embora seja, como diz Rodrigues, “uma despedida de quem não partiu”[1]. E vai adiante “O patético é que esse vivo-quase-morto na verdade é um morto-quase-vivo: tenta falar ao telefone, não o consegue; finge que assina um cheque, não o faz; abre ostensivamente as folhas de um jornal, não as lê...”[1]. Assim, os participantes saem da ocasião com a “imagem de alguém vivo - não a de um cadáver”[1].

Em outras versões, temos os *drive-thru funerals*, estabelecimentos onde se pode passar de carro e apenas assinar o livro de condolências, sem nem precisar sair do carro. Ou então a versão *online*, que não exigem nem a ida ao volante, pois pode-se participar do velório sem mesmo sair de casa[1].

Um outro exemplo seria o das redes sociais. O que acontece com o perfil das pessoas nessas redes depois que elas morrem? Em alguns casos, eles se tornam verdadeiros memoriais, onde se pode deixar mensagens para o falecido, como se ele ainda estivesse vivo e pudesse lê-las.

Para Rodrigues [5], esse momento pode ser chamado de uma revolução fúnebre, onde a morte, que sempre foi considerada algo importante na sociedade, passa a ser “olhada com aparente indiferença, desaparece no mundo do dia-a-dia, está em vias de tornar-se nada”.

Morte e sociedade

O que é o Homem? Essa é uma pergunta de certa forma angustiante, pois uma das características essenciais dos homens é a de serem diferentes uns dos outros. Portanto, não existe uma verdade absoluta para responder essa questão. Mesmo assim, sendo os homens “os únicos seres dos quais se pode dizer terem consciência da morte, os únicos a saberem da precariedade e do efêmero de suas estadas sobre a terra” [6]. O estudo sobre a morte pode lançar alguma luz sobre a questão. Outra característica exclusiva dos homens é o

conhecimento da palavra que, conseqüentemente, os torna também os únicos a conhecerem o silêncio, que não lhes é inexpressivo [2].

A morte de um homem não é apenas a morte de um corpo, mas a morte de um ser que se comunica, que interage. “o vazio da morte é sentido primeiro como um vazio interacional” [5]. Quando um homem morre, ele cria um silêncio que os demais reconhecem e que lhes diz algo sobre a vida. “A consciência da morte abre uma passagem pela qual vão transitar forças notáveis que transformarão a maneira humana de ver a vida, a morte, o mundo” [5]. A morte é, portanto, um silêncio que comunica.

Mas comunica o que? Segundo Rodrigues, ela é “o anúncio e a prefiguração da morte de ‘si’, ameaça da morte do ‘nós’” [5]. Ao mostrar para os homens sua finitude, ao evidenciar-lhes sua vulnerabilidade, a morte se torna um perigo para a sociedade. Podemos ver que não se trata de um perigo objetivo, mas de um perigo simbólico. Ela “obriga a sociedade a refletir sobre si, e os homens a pensar em seus destinos” [5]. Portanto, o que as sociedades buscam nas práticas relacionadas à morte, é encontrar algo que lhe resista [5].

Para a sociedade, se torna necessário se apropriar desse processo natural, já que embora os homens morram, ela sobrevive [5]. É no vazio deixado pela morte que a sociedade age, para que se estabeleçam relações entre os vivos, e que se crie uma relação com o morto. A morte retira da sociedade um de seus membros, e esta precisa reagir. Essa reação se dá por meio dos rituais fúnebres, em que a sociedade une os indivíduos, e “nunca se sentem tão iguais a ela quanto quando ela é ameaçada” [5]. “Os ritos da morte comunicam, assimilam e expulsam o impacto que provoca o fantasma do aniquilamento. Os funerais são ao mesmo tempo, em todas as sociedades, uma transição do desespero e da angústia ao consolo e à esperança” [5]. É nos ritos da morte que a sociedade se reproduz para que a morte do indivíduo não seja também a sua morte.

Nos funerais as relações de parentesco afloram e as pessoas se unem para criar novos laços no espaço que a morte deixou. “Os funerais são as principais ocasiões de encontro coletivo e de reagrupamento dos indivíduos. (...) Ocasões em que os vivos fazem um espetáculo para si mesmos, do qual cada pessoa é ao mesmo tempo ator e espectador, compondo um sistema de signos em que se exprime a posição social do morto e a de todos os participantes em relação ao grupo familiar e à sociedade global” [5].

As maneiras do homem de lidar com a morte dizem muito sobre ele, e também sobre sua cultura. Isso porque através da morte “os homens se distinguem mais nitidamente dos outros seres vivos, e a vida humana adquire sua coloração mais fundamental: “viver” e “sobreviver” adquirem para cada homem, em cada cultura, um conteúdo relativo”[6].

A espetacularização da sociedade

O mundo de hoje se estrutura em torno do capitalismo, que se desenvolveu e transformou o planeta num mercado global unificado [4]. Conforme o capitalismo se desenvolve e dissemina, a sociedade se torna espetacular. Isso acontece porque tudo se torna passível de ser tratado como produto, ou, segundo Debord: “O espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é seu mundo” [1]. Portanto, estamos numa sociedade em que cada vez mais a vida se mercantiliza e tudo se transforma em imagem.

Ainda pensando nessa transformação, outro aspecto é importante para que ela aconteça: o desenvolvimento tecnológico. Com a disseminação das telas, primeiro dos cinemas, depois

das televisões e mais recentemente dos computadores e celulares, surge um novo tipo humano, até então desconhecido, o *Homo ecranis*. Este “nasce, vive, trabalha, ama, se diverte, viaja, envelhece e morre acompanhado, em todos os lugares por onde passa, por telas que o mostram feto nas imagens da ultrassonografia, que, desde seus primeiros meses, lhe oferecem uma televisão específica para bebês, que lhe propõem encontrar a alma gêmea ou o parceiro em uma noite de encontro de fóruns, e que chegam até a fazê-lo escolher seu caixão e seu modelo de túmulo, se ele o desejar, encomendando-os no sites adequados” [4]. O *Homo ecranis* surge num mundo completamente remodelado pelas tecnologias da informação, que também contribuem para o espetáculo.

Como terceiro aspecto, que não pode deixar de ser citado, está a profunda associação entre cultura e economia. A cultura deixou de ser um conjunto de normas herdadas do passado e da tradição para se tornar um setor da economia em expansão. Alguns autores chegam até a falar em “capitalismo cultural” [4]. A economia e o capitalismo se desenvolveram tanto, que acabaram produzindo sua própria cultura. É assim que se caracteriza a sociedade do espetáculo, onde até as representações sociais são produtos de uma indústria cultural, que determina modelos. Essa é uma sociedade onde o que mais importa são as imagens e os espetáculos que elas produzem.

Exemplos do espetáculo não nos faltam. Um deles é o que Lipovetsky chama de *estrela*, que surge com o cinema e progressivamente se espalha para áreas como esporte, moda, literatura, filosofia e até a cozinha. “As estrelas florescem, e sua imagem é difundida e planetarizada pelos jornais, pela televisão, pela internet”. [4]. Em todos os campos, os que se tornam estrelas vêem o preço do seu trabalho, seja ele uma obra de arte ou um prato de comida, explodir. Portanto, o resultado e a qualidade do trabalho que é realizado perdem relevância quando comparados com a importância do reconhecimento das massas, da espetacularização. Com o tempo essa figura se banaliza e “passa-se a um jet set de pessoas conhecidas, ‘celebrizadas’, das quais revistas especializadas divulgam as fotos, contam os segredos, perseguem as intimidades”. E isso não para por aí: hoje é possível falar da estrelização das cidades, que com o marketing urbano passam a construir museus, prédios, exposições, recordes, para atingirem a fama. Só existe aquilo que é midiático “e isso é até nas ilhas desertas, nos paraísos solitários, que as agências de viagens oferecem aos amantes do incógnito em brochura de luxo e com o apoio de fotos” [4]. E poderíamos seguir dando exemplos, pois o espetáculo está presente nas artes, no turismo cultural, nos perfis das redes sociais na internet, nas marcas e suas identidades globais. As pessoas tentam produzir acontecimentos dentro dos critérios dados pela mídia. Só assim elas podem realmente existir, já que, novamente citando Debord, não se consegue ver nada além da mercadoria, “o mundo que se vê é seu mundo”[1].

A morte na História

Na Idade Média, a morte era algo “comum e costumeiro” [5]. Embora causasse sofrimento, este não provocava grandes aflições aos que iam morrer. Não havia uma ruptura radical entre a vida e a morte, já que os que morriam tinham a esperança de “acordar num paraíso assegurado” [5]. Havia nessa época a crença numa vida garantida após a morte. “Vivida coletivamente, a morte era passagem de uma vida a outra” [5]. Ela era um denominador comum entre todas as classes, já que todos teriam na morte o mesmo destino. A morte era vista como o sono, e haveria o dia em que todos acordariam para viver juntos, o Grande Despertar. Rodrigues cita uma história contada por Ariès, uma lenda de homens que

ressuscitaram anos depois de morrer para assegurarem os vivos de sua ressurreição: “os santos se levantaram e se saudaram, pensando que tinham dormido apenas uma noite”. Depois, dizem para os presentes: “creiam-nos, é para vocês que Deus nos ressuscitou antes do dia da grande ressurreição (...) nós estamos verdadeiramente ressuscitados e vivemos. Ora, assim como a criança no ventre de sua mãe vive sem sentir necessidade, nós também vivemos, repousando, dormindo, sem experimentar sensações”[5].

Como padrão, a pessoa que ia morrer se recolhia ao leito, depois se cercava de amigos e parentes. A morte era algo que se vivia em coletividade, como todo o resto. A cerimônia de despedida, além de ser conduzida pelo próprio moribundo, que “saldava dívidas, dizia seu testamento ainda oral e saldava contas ainda públicas” [7]. Os medievais, portanto, não temiam como se teme hoje a morte anunciada, mas sim aquela que surpreendia, a morte por acidente.

O progresso do capitalismo leva a novas concepções sobre a morte. A noção de inferno surge no século XV e se estabelece como instância repressiva. Entre outras características, ele passa a funcionar como “controlador dos excessos dos que exageravam na autonomia de si. O individualismo emergente incentivava a autonomia - e a autopossessão muitas vezes levava ao esquecimento de que ainda se pertencia a uma coletividade”. A partir daí, o batismo deixa de ser garantia da entrada no céu [7].

Nesse momento, surgem representações que apresentam novas maneiras de lidar com a morte. Um exemplo é a da balança: “depositam-se as boas ações em um prato; no outro, os cometimentos ruins que o moribundo tivesse praticado: aquele lado que mais pesasse encaminharia seu responsável para o Céu ou para o Inferno”. Outra imagem que surge é a do livro: “O *liber vitae* propõe que a vida de cada um seja mais ou menos como um texto que se escreve palavra por palavra, linha por linha, página por página. Nesta escrita, nenhum destino está jogado, nada se encontra decidido. Pode-se construir uma vida admirável em cada página, mas também é possível pôr tudo a perder na última linha, na última palavra, no momento preciso de morrer”[7]. Esse tipo de representação mostra como uma cerimônia que era coletiva, vai aos poucos se transformando em algo de foro íntimo e individual. Além disso, após a hora da morte, esse momento que se torna decisivo, ninguém sabe o que poderá acontecer. Será que quem viveu uma vida pecaminosa realmente se arrependeu? E será que quem levou uma vida virtuosa não colocou tudo a perder?

Aparece aí o medo de não ser eleito, de não ser salvo. A antiga tranquilidade se transforma em algo ameaçador. “Dito de outra forma, no imaginário que o capitalismo funda cada ser humano se transforma em proprietário privado de si mesmo, de sua biografia e responsável por si: é ele quem decide sobre seu destino, quem pode fazer ou desfazer sua vida, quem pode tudo salvar ou tudo pôr a perder” [7]. Até o seu final, a vida está sujeita à interferência do indivíduo. Ele, portanto, é cada vez mais senhor dessa vida, que não é mais do que “o desdobramento do tempo de sua individualidade pessoal” [5]. Nesse momento, passa-se a pensar na morte durante toda a vida, preocupado com a salvação. Isso porque mesmo que o último momento seja o mais importante, têm mais chances aqueles que não colocaram tudo a perder durante a sua vida. A imortalidade do pós-vida perde sentido se comparada ao momento da morte.

O homem do final da Idade Média descobre o que Philippe Ariès chamou de “a morte de si”. É também nesse momento e sobre essa premissa da posse de si, como lembra Rodrigues, que o capitalismo vai lançar suas bases “cada um, dono de si, de sua iniciativa; cada qual, proprietário particular de sua vida, de seu corpo. Cada homem, livre para alugar

sua força de trabalho, vendê-la no mercado, ter interesses estritamente privados. Em compensação, responsável único e solitário por si” [7].

É o individualismo que surge nessa época que vai dificultar a relação com a morte. Afinal, a morte é a dissolução do indivíduo na espécie. A partir daí se inicia um afastamento social da morte. Ela vai ser, a partir do século XIX, não só temida pelo moribundo, mas também por aqueles que o cercam. A cena da morte não apresenta mais a serenidade, mas “os últimos adeuses agora são dilacerantes, uma emoção quase incontrolável aflige os espectadores. As bênçãos, as recomendações derradeiras, as orações e os sacramentos tornam-se praticamente inviáveis nesse novo contexto emocional” [5]. O medo da morte vai atingir também seus sobreviventes.

Aqui é importante destacar três mudanças que acontecem nos funerais. Primeiro as decisões sobre a morte, que antes eram tomadas todas pelo moribundo, agora passam a ser privilégio da família. Em segundo lugar, a morte passa a ser menos pública, torna-se acessível apenas aos amigos e parentes mais próximos. Em terceiro, a dor da morte passa a se manifestar de maneira inédita no Ocidente: “geme-se, grita-se, desmaia-se, quer-se morrer, partir com o morto” [5]. Essas mudanças começam no século XVII e terão seu ápice no início do século XX.

Todas essas transformações, em especial o desenvolvimento da noção de indivíduo e o afastamento social da morte, farão com que no século XX apareçam novas formas de relação com a morte, quando ela é, segundo Ariès, citado por Rodrigues “invertida, escamoteada, oculta, vergonhosa e suja” [5]. Este é o modelo da morte moderna. Para Rodrigues, esse momento pode ser chamado de uma revolução fúnebre, em que a morte, que sempre foi considerada algo importante na sociedade, passa a ser “olhada com aparente indiferença, desaparece no mundo do dia-a-dia, está em vias de tornar-se nada” [5].

A espetacularização da morte

Novas tendências têm aparecido nos funerais pelo mundo. As casas funerárias começam a oferecer um novo tipo de velório. Este é parecido como uma festa, onde os parentes do falecido se encontram e fazem uma espécie de “culto à personalidade” [7]. Nesses eventos, ninguém fala de morte nem de nada que esteja associado ao assunto. O defunto é tratado, como técnicas como a tanatopraxia, que fazem com que ele pareça vivo, chega até a ser embalsamado para ficar parado fazendo algum gesto, lendo um jornal ou até mesmo em cima de uma moto. Tudo se parece muito com uma festa de despedida, embora seja, como diz Rodrigues, “uma despedida de quem não partiu” [7]. E vai adiante “O patético é que esse vivo-quase-morto na verdade é um morto-quase-vivo: tenta falar ao telefone, não o consegue; finge que assina um cheque, não o faz; abre ostensivamente as folhas de um jornal, não as lê...”[7]. Assim, os participantes saem da ocasião com a “imagem de alguém vivo - não a de um cadáver” [7]. Assim podem ignorar o fato de que alguém morreu.

Em outras versões, temos os *drive-thru funerals*, estabelecimentos onde se pode passar de carro e apenas assinar o livro de condolências, sem nem precisar sair do carro. Ou então a versão online, que nem exige a ida ao volante, pois permite participar do velório sem sair de casa [7].

Outro exemplo seria o das redes sociais. O que acontece com o perfil das pessoas depois que elas morrem? Em alguns casos, eles se tornam verdadeiros memoriais, onde se pode deixar mensagens para o falecido, como se ele ainda estivesse vivo e pudesse lê-las.

Em *A Sociedade do Espetáculo*, Debord fala sobre o “american way of death” dizendo

que ele insiste em manter na morte “a maior parte das aparências da vida” [1]. “Em um tempo de individualismo galopante, afirma-se a necessidade de destacar-se da massa, de não ser como os outros, de sentir-se um ser de exceção” [3]. Então como encarar a despersonalização proporcionada pela morte? “O burguês alimentará o sonho de que seu corpo continue a marcar a individualidade de seu proprietário” [7]. E por não aceitar a morte, ele transformará seu funeral num espetáculo, onde aparecerá como vivo e serão ressaltadas suas características individuais, seu time preferido, o esporte que praticava ou qualquer outra coisa represente sua identidade. O funeral espetacular é o do morto que não quer morrer e busca ser reconhecido como vivo.

Num mundo que reconhece as imagens como mais reais do que a vida, é muito natural que o burguês queira permanecer vivo e siga a mesma estratégia que tinha em vida: transformar-se em imagem, em representação. Só assim, como dizem os anúncios de funerárias, a família pode se sentir mais tranquila. Claro, afasta a morte do outro e, como consequência, não precisa se confrontar com a sua própria. Dessa maneira os parentes ficam livres para continuar vivendo como seres amamentais e a morte pode continuar sendo tabu, só que agora às vistas de todos.

Portanto, na espetacularização da morte não é só ela que se transforma em imagem, em mercadoria, mas também a identidade de quem morreu. Embora pareça mais exposta do que nunca, a morte passa a ser completamente afastada da vida. Àqueles que não querem nem estar na presença do defunto, que embora disfarçado ainda lhes cause algum horror, resta assistir o velório pela internet, no conforto de suas casas.

Essa negação da morte se torna imperativa: “Há uma incompatibilidade absoluta entre os valores da economia industrial e da aceitação da morte” [5]. Qual sentido tem passar a vida acumulando bens quando se confronta com a morte? Assim, em uma sociedade que incute em seus membros uma ideologia de “progresso” [5] a morte surge como contraponto, já que sempre há mais algum “progresso” para realizar quando se morre. A morte, portanto, “mostra que a realização social e coletiva, nos termos definidos pelo sistema, é impossível” [5].

Conclusão

Até o momento, se concluiu que espetacularização da morte se encontra dentro da tendência de afastamento social da morte. Embora possa parecer que haja uma mudança, com a morte mais presente no cotidiano, é através da espetacularização que a morte deixa de ser morte para se transformar em outra coisa.

Se a morte é um silêncio que comunica, a morte espetacular do corpo transformado em imagem não diz nada. Assim, por mais que se saiba que uma morte aconteceu, ela já não é sentida da mesma maneira. Ao mudar de sentido a morte deixa de ser sentida. A transformação da morte em imagem faz com que ela deixe de tocar os homens da maneira pela qual o fazia antes.

O burguês alimenta o sonho de que, mesmo depois de morto seu corpo continue a marcar a “individualidade de seu proprietário” [4]. Por não aceitar a morte, ele transforma seu funeral em um espetáculo, em que são ressaltados suas características individuais, seu time preferido, ou qualquer outra coisa que represente sua identidade. O que a morte provoca nos homens, “o anúncio e a prefiguração da morte de ‘si’, ameaça da morte do ‘nós’” [5], é algo que esse homem burguês já não pode suportar.

O funeral espetacular é, portanto, o funeral do morto que não quer morrer e busca ser reconhecido como vivo. Para tanto, ele se transforma em imagem, em representação. Só assim, como dizem alguns anúncios de funerárias, a família pode se sentir mais tranquila.

Da tanatopraxia, que impede a putrefação do corpo, até a transformação do velório num verdadeiro show no qual falar em morte é proibido [5], percebem-se tentativas de controlar a morte fazendo com que ela passe a significar aquilo que se deseja que ela signifique, tentativas de silenciar o silêncio deixado pela morte.

Seguindo essa estratégia, os parentes afastam a morte do outro e, como consequência, não precisam se confrontar com a sua própria. Assim ficam livres para continuar vivendo como seres amovíveis e a morte pode continuar sendo tabu, só que agora às vistas de todos. Uma sociedade conhecida por produzir aparelhos que teriam como intuito comunicar, produz corpos e mortes que já não dizem nada.

Referências

- 1 - DEBORD, G.. **A Sociedade do Espetáculo**. Contraponto: Rio de Janeiro, 1997.
- 2 - MARCONDES FILHO, C.. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?**. São Paulo: Paulus, 2007.
- 3 - LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. **Luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das letras, 2005.
- 4 - LIPOVETSKY, G.. **A cultura-mundo**. São Paulo: Companhia das letras, 2011.
- 5 - RODRIGUES, José Carlos. **Tabu da morte**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1983.
- 6 - RODRIGUES, José Carlos. **Antropologia e comunicação: princípios radicais**. Rio de Janeiro: Espaço e tempo, 1989.
- 7 - RODRIGUES, José Carlos. **Comunicação e significado: escritos indisciplinados**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2006.
- 8 - RODRIGUES, José Carlos. **Silêncio e espetacularização**. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 20., 2011, Porto Alegre. *Anais...*Porto Alegre, 2011.