

OS TEMPLOS DE CONSUMO: ACADEMIA DE GINÁSTICA E O *SHOPPING CENTER* NA CONTEMPORANEIDADE

THE CONSUMPTION TEMPLES: ACEMI GYMNASTICS AND SHOPPING CENTER IN CONTEMPORANEITY

Cássia Maria Baptista de Oliveira¹

Resumo:

Este artigo relata analiticamente a aventura de um passeio pela Avenida das Américas na cidade do Rio de Janeiro. Esta escolha foi motivada por se tratar o local de significativo elemento de referência para compreensão da política do medo cotidiano. O crescente recolhimento dos cidadãos nos templos de consumo, como a academia de ginástica e o *shopping center* – espaços onde se pratica a política do culto ao corpo –, enfatiza a liberdade como valor fundamental da civilização contemporânea, uma vez que a insegurança e a incerteza passaram a limitar nossos atos e revelam-se como preocupação constante

no nosso cotidiano. O esvaziamento das ruas expressa, assim, a tensão entre segurança e liberdade.

Palavras-chave: cidade, modernidade leve, privatização da existência.

Abstract:

This article describes analytically the adventure of a ride through the Avenue of the Americas in Rio de Janeiro. This choice was motivated because it is the site of significant reference point for understanding the politics of fear everyday. The growing collection of city-dwellers in the temples of consumption, such

¹ Doutorado pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (2008), mestrado em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (1997). Professora adjunta da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Graduação em Psicologia pela Universidade Gama Filho (1980). E-mail: cassiamaria@openlink.com.br

as the gym and shopping mall - places where people practice the politics of the cult of the body - emphasizes freedom as a fundamental value of modern civilization. Since the insecurity and uncertainty have to limit our actions and reveal itself as a constant concern in our everyday lives. The emptying of the streets expressed thus the tension between security and freedom.

Keywords: city, light modernity, privatisation of existence.

Este artigo relata analiticamente a aventura de um passeio pela Avenida das Américas na cidade do Rio de Janeiro. Esta escolha foi motivada por se tratar o local de significativo elemento de referência para compreensão da política do medo cotidiano. O crescente recolhimento dos cidadãos nos templos de consumo, como a academia de ginástica e o *shopping center* – espaços onde se pratica a política do culto ao corpo –, enfatiza a liberdade como valor fundamental da civilização contemporânea, uma vez que a insegurança e a incerteza passaram a limitar nossos atos e revelam-se como preocupação constante no nosso cotidiano. O esvaziamento das ruas expressa, assim, a tensão entre segurança e liberdade.

Na modernidade, a cisão entre indivíduo e sociedade, interioridade e exterioridade, organização da vida no espaço público e organização da vida no espaço privado, produziu a experiência da interioridade, a partir da qual se estabeleceu uma delimitação entre estas dualidades. A reflexão sobre o tema está presente no conceito de emancipação apresentado por Anthony Giddens (2002) quando diz:

emancipação significa que a vida coletiva é organizada de tal maneira que o indivíduo seja capaz – num ou noutro sentido – de ação livre e independente nos ambientes de sua vida social. Liberdade e responsabilidade permanecem em uma espécie de equilíbrio [...]. a liberdade supõe agir responsabilmente em relação aos outros e reconhecer as obrigações coletivas” (GIDDENS, 2002, p. 196).

Trazemos esta avenida como imagem que narra o mundo globalizado na perspectiva sociológica de Bauman. Este autor examina as profundas mudanças produzidas pela modernidade líquida², e analisa a in-

² Termo utilizado por Bauman no livro *Modernidade líquida* (2001). Significa o estágio presente do capitalismo, caracterizado pelo consumo, velocidade e informação.

tegralização das Américas como nova etapa do capitalismo, em que se destaca a privatização do espaço urbano. Esta privatização estabelece o capitalismo contemporâneo como uma experiência de exterioridade da interioridade a partir da qual se realizam as propriedades do capital.

A diferença entre as preocupações privadas e as questões públicas, entre bem individual e bem de todos, na modernidade pesada, época do capitalismo industrial, é que os líderes agiam como intermediários entre o indivíduo e o coletivo e referiam-se à emancipação como superação das relações de desigualdade, opressão e exploração. Na modernidade leve, época do capitalismo leve, da globalização, a experiência encontra-se entrelaçada com a exposição dos problemas privados no espaço público, ou seja, a “esfera pública” é cada vez mais invadida pelas questões da “esfera do privado”. Esta encenação dos dramas privados no público acena para a experiência de exterioridade da interioridade, mostrando que o público tornou-se o palco no qual se exhibe a experiência dos problemas privados. Assim, os cidadãos precisam buscar conselheiros e não líderes para continuar olhando para as vidas privadas de outros como sendo a questão pública. Nesta perspectiva, a ex-

periência de exterioridade da interioridade caracteriza a nossa época como modos de subjetividade que orientam a política do culto ao corpo.

AVENIDA DAS AMÉRICAS

A Avenida das Américas é uma via de alta velocidade com grande movimento, paralela à Avenida Sernambetiba, margeando os 18km de praia da Barra da Tijuca na cidade do Rio de Janeiro. Em todas as direções, o viajante avista lagoas e montanhas, como o Maciço da Pedra Branca e o Maciço da Tijuca. Todos os terrenos ao longo da avenida são ocupados por grandes condomínios residenciais, parques, supermercados, escolas, hospitais e *shoppings centers*.

A Avenida das Américas também tem atraído as grandes empresas nacionais, principalmente as de petróleo. Ela foi duplicada e recebeu sinalização devido ao alto número de acidentes. Nos sinais de trânsito, há crianças vendendo pequenos produtos e pedindo esmolas, adultos distribuindo panfletos de propaganda, vendendo frutas e pedindo dinheiro.

Em todos os pontos da cidade, crianças e adultos estão dispostos de maneiras diversas pelas ruas, mas o que acontece nos sinais da Barra da Tijuca representa

o horror dos contemporâneos pelos estranhos (personagens que não pertencem ao lugar), que ameaçam a segurança e provocam o medo; assim, a presença desses estranhos tornou o temor de ser assaltado amplamente compartilhado por todos.

Na Barra da Tijuca, bairro projetado por Lúcio Costa – que iniciou em 1969 o seu Plano Piloto destinado a tornar-se o templo do modernismo urbano, sem confusão de esquinas –, as ruas são traçadas como avenidas destinadas exclusivamente ao tráfego, ao transporte, sem caminhantes que possam seguir a esmo ou simplesmente passantes. Há quatro grandes avenidas de circulação de carros para o bairro, que começou a crescer ao longo da Avenida das Américas. Esta é parte da rodovia BR-101 e estende-se pela faixa central de areia da região, originalmente uma restinga, composta por dunas de areias brancas cobertas por vegetação arbustiva.

Quem fosse convidado a passar pela Avenida das Américas, não reconheceria minhas lembranças de adolescente: em lugar das dunas de areias, os condomínios residenciais; em vez dos pesqueiros que ali ficavam atrás de belas anchovas e cações, condomínios, automóveis e *shopping centers*; em lugar do

despovoado, uma explosão do capitalismo global, que tornou o bairro uma potência econômica durante os anos 1980, acarretando uma considerável valorização desta área pelo setor de serviços. Nessa época, houve um movimento de emancipação da Barra e dos bairros vizinhos, mas o resultado de um plebiscito foi negativo. Hoje em dia, a região é a principal zona de atração imobiliária para as classes média e alta da cidade.

Entre condomínios, *shoppings centers*, boates, cybercafés e teatros, crescem academias, restaurantes, casas de show, bingos e igrejas pentecostais e católicas, que prometem o sonho de uma vida melhor reduzida ao tamanho da vizinhança mais próxima. Vida que se torna imagem nos prospectos de venda distribuídos pelos estranhos, colocando a Barra da Tijuca como o bairro em que os cidadãos podem encontrar a satisfação reconfortante de pertencer a uma comunidade. É possível estar junto com outros que vieram movidos pelo mesmo propósito, ou seja, viver num lugar auto-cercado que lembra o templo de consumo, como o “barco” de Michel Foucault, “é um pedaço flutuante do espaço, um lugar sem lugar, que existe por si mesmo, que está fechado em si mesmo e ao mesmo tempo se dá ao infinito do mar”;

esse “dar-se ao infinito” porque se afasta do porto doméstico e mantém-se a distância (FOUCAULT apud BAUMAN, 2002, p.116).

O traçado das avenidas tenta impedir o encontro com estranhos e o gastar a pé, pelas ruas, o tempo ocioso. A arquitetura dos *shoppings*, centros comerciais, da academia, do bingo e das igrejas apresenta-se numa ordem que atesta a possibilidade de evitar lidar com a diferença, com o conflito, nestes lugares de mercado sem valor de integração social. Suas linhas contínuas e paralelas significam a morte da rua, a morte do espaço que, transformado em lugar de passagem, enfraquece as relações entre as pessoas, uma vez que é nele que elas se tocam, percebem-se, aproximam-se e distanciam-se. A rua, reduzida à tarefa exclusiva do tráfego de veículos, expurga “todas as atuais perturbações causadas por caminhantes sem rumo, ociosos, gente a flunar ou simplesmente passantes ao acaso” (BAUMAN, 1999, p. 50).

Nesse bairro projetado, os habitantes fecham-se em lugares públicos que tentam eliminar a surpresa e o acidente, mas que propiciam a experiência da interioridade e do conforto. A uniformidade em compartilhar com sujeitos os mesmos lugares supervisionados

e vigiados, que não encorajam a interação social real, transforma esses espaços públicos em templos de consumo que protegem os cidadãos da falta de segurança, mas que os privam de exercer a liberdade na vida urbana. Entrar nesses templos é poder estar na cidade, mas não fazer parte da cultura pública. Tais templos destacam-se por fachadas grandiosas como as das catedrais, com portais de castelo estilizados, como se vê no *New York City Center* (tido como o maior da América Latina), na Avenida das Américas. O *New York City Center* é o lugar de entretenimento do BarraShopping, com 18 cinemas e restaurantes. Outrora falava-se em cultura. Hoje, a palavra é entretenimento, em um ambiente para se caminhar sem pressa e sem cansaço e ser apresentado ao sonho coletivo do consumo.

AVENIDA DAS AMÉRICAS E O *SHOPPING CENTER*

Nos dias de hoje, esta experiência de fome é marcante, porque lembra um rito social em trânsito, já que o *shopping* funciona como o lugar que facilita a circulação de aglomerações de pessoas voltadas para dentro de si mesmas. Elas se movem por ali desligando-se

dos outros e, aos poucos, vão perdendo a noção de espaços compartilhados que encorajam movimentos de grupos organizados. Há mulheres, homens e crianças que se preparam para ir ao *shopping*, vestindo roupas adequadas para a caminhada em círculo, cada um entoando o canto dos coletores do consumo. A caminhada prepara uma espécie de meditação que torna possível “escutar” as vozes das “elegantes” vitrines – é como o canto de uma sereia intermediando o diálogo entre os produtores de consumo e os consumidores. Para estes últimos, o *shopping* traduz a segurança de um lugar de “repouso” e por ele se caminha transportando com “dignidade” os produtos de sua coleta. A sua condição de consumidor parece definir o ponto de contato entre o sujeito e a comunidade do “nós”. Podemos exemplificar: quando o sujeito leva para a comunidade do “nós” a roupa que comprou, os objetos que o enfeitam, a comunidade o “saúda”, pois ele evoca uma imagem semelhante à dos outros.

Para Sennett, a “comunidade do nós” significa

a imagem da comunidade que é purificada de tudo o que pode trazer uma sensação de ‘diferença’, que dirá conflito, (em relação) a quem somos ‘nós’. Desse

modo, o mito da solidariedade comunitária é um ritual de purificação [...]. O que distingue esse compartilhamento mítico nas comunidades é que as pessoas sentem que pertencem umas às outras, e ficam juntas, porque são as mesmas. O sentimento do nós expressa o desejo de semelhança, é um modo de evitar olhar mais profundamente nos olhos dos outros. (SENNETT apud BAUMN, 2001, p.207).

Os *shoppings* da Barra da Tijuca traduzem, assim, a oposição ao espaço público aberto. Lamenta-se, com frequência, a violência, o ouvir tiros e gritos; é um coro que não produz efeitos no jogo que marca o esvaziamento das ruas. De modo que, quando um estranho, alguém que não comunga os pontos de identificação com os moradores locais, ali chega, os membros da comunidade sentem-se ameaçados pelo risco da perda da “segurança” provocada pelo infiltrado. Afinal, aquele espaço foi organizado como uma espécie de paraíso. Este paraíso do consumo entende a importância da política do culto, a qual consiste em estabelecer a produção de imagens como fator de pertencimento social à comunidade do “nós” no mundo em que vivemos; por isso, a imagem é a “promessa sagrada da nossa cultura” (SENNETT, 2006, p.22).

Jameson considera que

a imagem é a mercadoria hoje e é por isso que se tornou vão esperar dela uma negação da lógica da produção de mercadorias, é por isso, enfim, que toda a beleza hoje é prostituída e o apelo a ela pelo pseudoesteticismo contemporâneo é uma manobra ideológica e não um recurso criativo (JAMESON, 2006, p. 216).

Este novo modo de viver nos templos de consumo expõe a lógica do capitalismo de consumo que produz a imagem fora da dimensão temporal e histórica. Traduz, assim, um dos problemas desta sociedade de espetáculo, que apresenta o “fim da arte” e o “fim da história” como as características do momento em que vivemos hoje, de celebração do consumo como forma de existência.

Consumo é a palavra que assegura a demarcação e traça a linha divisória entre os produtores do capital e os consumidores. Os primeiros movem-se com muita velocidade pelo espaço, o que assegura o não engajamento e a arte de fuga que possuem. Os segundos, quando se tornam globalizados, afirmam a segurança e a certeza dos templos de consumo que oferecem a

existência do capital, indicando a desvalorização do espaço público aberto e a valorização do espaço público fechado. Este está voltado para valorizar o consumo como condição de inclusão dos globalizados na comunidade do “nós”.

Esta condição transforma as necessidades em imagens que veiculam um modo de viver adquirido com o consumo. Isto pode significar que a compra da moradia converta-se, por exemplo, em preocupar-se unicamente com a decoração da casa nas lojas da moda. O cuidado com a saúde pode resumir-se em compra excessiva e inconsequente de produtos importados e/ou à venda nas inúmeras redes de farmácia, ou mesmo recorrer aos produtos adquiridos nas lojas de esoterismo; o entretenimento transforma-se na exibição de vestimentas e adornos cada vez mais específicos; a preocupação com o rejuvenescimento leva a frequentar os salões de embelezamento do corpo que sedimentam a imagem.

O consumo produz, desse modo, um duplo efeito: um deles em relação aos objetos (naquilo que se refere à produção da mercadoria: roupas, sapatos, alimentos etc.) e à imagem que se quer produzir a partir da mercadoria; o outro em relação ao consumidor, que

passa a desejar essa mercadoria para produzir a imagem como modo de existência.

O contato entre mercadoria e imagem resulta na escolha que o consumidor terá de fazer em função da produção massiva de imagens superficiais, ou seja, imagens de esportistas, modelos, executivos e tantas outras. Essa escolha implica aparentemente adiar a sua própria morte, a partir da convicção de que a vida é proveniente da imagem que se escolhe, a qual permitirá experiências que serão vividas intensamente em cada momento, o seu destino mantendo-se ordenado pelo respeito às regras de vida que cada imagem prescreve. Isto quer dizer viver de acordo com as regras definidas segundo a imagem de esportista, modelo etc., o que se transforma em crenças que favorecerão o recebimento dos benefícios.

O consumidor apóia-se no terreno da preservação da imagem para sedimentar a vida instantânea, que é constituída por momentos vividos na peregrinação pelos templos de consumo, acreditando que pode atravessar a vida sem ser afetado pela história. Assim, despreza os fatos relacionados à exploração, à riqueza, ao dinheiro, ao espaço público civil, que constituem o mundo histórico.

Com efeito, se os atuais cidadãos visam preservar a imagem da diferença como unidade social, é fundamentalmente sobre um terreno religioso que esta intenção se projeta, porque o cimento de tal unidade é a fé na comunidade dos sem-comunidade. A crença na imagem e nos valores que constituem a comunidade dos sem-comunidade que habitam os lugares fechados (*shoppings*, condomínios residenciais, clubes e outros) torna esses templos os fiéis protetores de sua imagem endeusada e o guardião da lei que os protege.

Cada mercadoria exposta nas elegantes vitrines dos *shoppings* compõe a beleza do bem e transmite a ideia de que este é passageiro, transitório, efêmero.

A inscrição da lei do consumo no corpo inicia-se a partir do *shopping*, que funciona como um rito de passagem, a nova lógica do capital. Esse rito constitui o eixo fundamental, o ponto de contato entre o consumidor e a comunidade do “nós”. O *shopping* é o ritual iniciatório para o corpo adquirir a imagem, ou seja, o corpo é o espaço que indica o sinal de um tempo efêmero. Além do *shopping*, buscam-se outros templos para que se continue a escrever sobre as leis do consumo que precisam de novas invenções tec-

nológicas. É a necessidade dessas marcas no corpo que leva o cidadão a buscar outros locais, já que o consumo precisa do corpo para sua inscrição.

AVENIDA DAS AMÉRICAS E A ACADEMIA DE GINÁSTICA

Se as imagens idealizadas do corpo humano evidenciam a condição da ordem social em todas as épocas, então temos o direito de presumir que as academias de ginástica, as clínicas médicas para as cirurgias plásticas e os centros de estética esforçam-se para colocar a questão do corpo como um tema da problemática dos dias atuais.

As academias de ginástica, em quantidade cada vez maior pela cidade, apontam como o corpo deve conquistar a boa forma para ter uma vida com qualidade e saúde. Trata-se de um empreendimento com um grande leque de aparelhos modernos para aulas de musculação, ginástica, natação, hidroginástica, pilates, condicionamento físico, boxe, karatê, jiu-jitsu, dança de salão. Oferecem emagrecimento, flexibilidade, rigidez muscular e transformações estéticas como meio de

assegurar a boa forma e a saúde física. Para ser atendido pelo *personal trainer* nesse espaço, é necessário marcar hora, porque há muitos alunos para cada um desses profissionais de “alto nível” contratados para oferecer atendimento individualizado. Além disso, o grande número de frequentadores muitas vezes exige a organização do tempo gasto nos aparelhos de musculação e nas esteiras para que todos sejam atendidos.

As academias de ginástica estabelecem-se, sobretudo, em *shoppings*, condomínios residenciais, edifícios comerciais, e têm uma arquitetura moderna que emprega uma combinação de luz e cor. A transformação de velhas residências e tradicionais cinemas em academias de ginástica, como o Cine Copacabana, no Rio de Janeiro, que manteve o charme da antiga sala de exposições – com escada imponente, guarda-copos *art déco* e paredes revestidas com mármore – faz com que esses traços do passado sejam o cartão de visitas para a academia que ali se instala.

A fachada geralmente tem um padrão arquitetônico que permite a visualização das salas, com suas janelas de vidro exibindo os aparelhos de ginástica e os corpos em movimento que atraem o transeunte. Nesta perspectiva, a academia de ginástica aparece como

uma grande vitrine que apresenta um padrão de vida como o de um clube e onde também se fazem grandes negócios. Ali se separam as tribos, que são classificadas. Cada tribo transforma-se em um comando para desenvolver o culto à imagem do corpo a partir da sua conversão a essa organização, com um papel fundamental: o de “fazedor de corpos”. As pessoas ali imersas adquirirão as propriedades que lhes permitirão fazer parte da tribo em tempos de políticas do culto.

Os sujeitos devem submeter-se às decisões dos profissionais, que se tornam seus “conselheiros” e transformam-se em autoridades no exercício da função. Por um lado, a aquisição das “propriedades naturais” do corpo é uma condição importante para a atividade econômica e de prestígio para manter a fonte de alimentação da fome moderna. Por outro lado, o ato de cuidar do próprio bem-estar confere a possibilidade de vida longa, que implica tratar da vida a partir da realização de cerimônias, pretendendo adquirir poder decisório sobre a existência.

Com efeito, é preciso destacar que a academia de ginástica fornece os três predicados necessários para a vida atual: 1. o corpo modelado pelos aparelhos modernos (por exemplo, produzir massa muscular ou usar

os aparelhos para emagrecer); 2. a imagem; 3. a saúde (evidenciada pela boa forma). Estes predicados constituem a passagem da “propriedade natural ou da natureza” para a cultura da comunidade do “nós”, e são referência para as atividades econômicas e políticas.

Ao se descobrir o grande parentesco do corpo com a ordem social, institui-se um treinamento na academia – supostamente escolhido pelo sujeito a partir da gama de possibilidades que estão à sua disposição no supermercado das ofertas da academia de ginástica – como o caminho para mantê-lo na comunidade do “nós”. Pretende-se, assim, alcançar o padrão desejado para o corpo, o qual obedece às imagens eletrônicas que aparecem na mídia sob a forma de tentação e sedução. Numa sociedade viciada em imagem, o corpo traduz o valor da liberdade de escolha, considerado fundamental para a “capacidade de tratar qualquer decisão da vida como uma escolha de consumidor” (GIDDENS, 2002, p.197). A conquista do corpo no presente é o que confere valor ao transitório, por isso mesmo elemento importante para o tempo imediato; ou seja, a instantaneidade do tempo anuncia a importância do momento para o corpo e a sua desvalorização enquanto espaço, à medida que, em qualquer

época da vida, a imagem pode ser alcançada através das novas invenções tecnológicas. Por esta razão, não é necessário que haja preocupação com a duração de uma imagem, mas sim com a imagem do momento, já que o desenvolvimento da tecnologia permite avanços nas cirurgias plásticas e na estética.

Os exercícios na academia de ginástica visam deixar o corpo livre para garantir a capacidade de escolher e de decidir a velocidade que se irá imprimir aos aparelhos modernos, a fim de alcançar a capacidade de realizar movimentos cada vez mais acelerados em nome da leveza e da mobilidade necessárias para afirmar a base da dominação. A velocidade dos aparelhos serve de projeto-guia para que se entenda a nova arte de administração do capitalismo leve, termo empregado por Bauman em *Modernidade líquida*, conforme já citado aqui, para designar o tempo de hoje, que se centra na obsessão pela redução de tamanho e pela mania de fusão. O corpo é equivalente a esta nova arte de administração, porque persegue a diminuição do volume de certas partes pela lipoaspiração ou recorrendo aos seletos profissionais que usam os aparelhos para modelá-lo. Além disso, é preciso ser leve e mover-se com rapidez, tal como a nova arte de

administração do capitalismo leve.

O corpo reduz de peso, supera-se por obra do sujeito que lutou para conquistar a imagem que ele deseja exibir na vitrine da vida, onde a fusão entre corpo e imagem como valor condiciona a pergunta: “que posso fazer para ter tal imagem?”.

Os centros de estética, as cirurgias plásticas e as academias de ginástica tornam-se uma coleção de invenções cada vez mais técnicas a serem exploradas e devem ser adotadas para responder às questões dos tempos atuais. Cabe ao indivíduo descobrir o que deve fazer, sob a orientação dos “especialistas”, para compensar as imperfeições da “natureza” e adquirir o corpo emagrecido – pré-condição fundamental para a fusão entre corpo e imagem. Cada invenção estética – botox, fio de ouro, aplicação de ondas eletromagnéticas, lipoaspiração – é uma experiência que prepara o terreno para uma nova invenção, que se torna mais atraente e com possibilidades infinitas, permitindo ampliar as permutações da imagem cada vez mais global.

Essas experiências têm o gosto doce da “liberdade de tornar-se qualquer um. Porém, essa doçura tem uma cica amarga porque, enquanto o “tornar-se” sugere que nada está acabado e temos tudo pela fren-

te, a condição de “ser alguém”, que o tornar-se deve assegurar, anuncia o apito final do árbitro, indicando o fim do jogo: “Você não está mais livre quando chega o final; você não é você, mesmo que tenha se tornado alguém”. Estar inacabado, incompleto e subdeterminado é um estado cheio de riscos e ansiedade, mas seu contrário também não traz um prazer pleno, pois fecha antecipadamente o que a liberdade precisa manter aberto (BAUMAN, 2001, p. 74).

O gosto doce é

o inventário das maravilhas que a vida pode oferecer, que são muito agradáveis e satisfatórias. A suspeita de que nada do que já foi testado e apropriado é duradouro e garantido contra a decadência é, porém, a proverbial mosca na sopa. As perdas equivalem aos ganhos. A vida está fadada a navegar entre os dois, e nenhum marinheiro pode alardear ter encontrado um itinerário seguro e sem riscos (BAUMAN, 200, p. 74-75).

Entre a doçura e a cica do doce aparece o sentido do efêmero, que fundamenta o corpo como depositário dessa transitoriedade correspondente ao movimento de um tempo marcado por incerteza, insegurança e falta de proteção, mas que oferece, no presente, um excedente de felicidade.

No final de cada ida à academia de ginástica, atendimento estético ou cirurgia plástica, procura-se o retorno a estes mesmos padrões em busca da satisfação encontrada então, mas que não é durável. A continuação da corrida pela satisfação é o verdadeiro vício do culto ao corpo.

Estamos na corrida enquanto andamos pela esteira na academia de ginástica, buscando escrever no corpo a política do culto que nele grava as receitas de vida capazes de fazerem o outro acreditar que somos aquilo que aparentamos com nossos corpos saudáveis, aptos, flexíveis, enfim, prontos para expandirem o novo e o surpreendente.

Além da busca do corpo saudável e apto, há a do prazer de ir às academias de ginástica, o de lançar mão da estética e da cirurgia plástica como propósito máximo da vida, o que permite escapar da situação de insegurança que gera angústia. Estar nesses lugares significa a certeza de que se precisa para assombrar a política do medo cotidiano.

O que importa na compulsão pela busca do prazer é o rito social feito às claras para exorcizar as horrendas aparições da incerteza e da insegurança que assombram as noites. É, de fato, um ritual *diário*: os exorcismos precisam ser repetidos constantemente,

porque quase nada é posto (BAUMAN, 2001, p. 96) nas academias, nos espaços de estética e cirurgia plástica que não venham com o carimbo da vida saudável, indicando o que precisa ser repetido para se obter a certeza que nos leva a visitar esses lugares.

Nesse sentido, a academia de ginástica aparece como algo maravilhoso, porque permite realizar o exorcismo do demônio capital que, obcecado com a dieta do emagrecimento, ameaça de corte o emprego. Isto porque os escritórios são agora menores, o que implica, conseqüentemente, a diminuição daqueles que ali trabalham, visando não perder o jogo das competições, ou seja, não ser deixado para trás ou excluído dos negócios. Aí está a própria recompensa do jogo, que o faz merecer o reconhecimento do mercado das bolsas. “Enquanto a arte de exorcizar estiver viva, os fantasmas não podem reivindicar a invencibilidade” (BAUMAN, 2001, p. 96).

A arte de exorcizar é uma cerimônia que exige uma atitude heróica para afastar os fantasmas que determinam que “cada homem é o seu próprio demônio” (SENNETT, 2006, p. 160). Para a cerimônia do exorcismo, veste-se roupa leve e fresca que possibilite fazer os exercícios. Prolonga-se o exorcismo com um

gole de água ou “gatorade”, uma vez que não se pode ingerir nada com muitas calorias ou açúcar para não se correr o risco de dar passos em falso pelo caminho que permite ao indivíduo sair sem “os espíritos maus”. Encanta-se, assim, o corpo como uma obra de arte.

Como atesta Bauman (2001, p. 97),

ilusão ou não, tendemos a ver as vidas dos outros como obras de arte. E tendo-as visto assim, lutamos para fazer o mesmo: Todo o mundo tenta fazer de sua vida uma obra de arte. É com uma obra assim que queremos moldar o corpo: uma imagem de harmonia que ajuda a liberar as fantasias, o que permite ‘explorar os limites sem compromisso com a ação, e [...] sem sofrer as conseqüências’.

Nos contos de fadas, lembra Tseelon, “as roupas de sonho são a chave da verdadeira identidade da princesa, como a fada-madrinha sabe perfeitamente ao vestir Cinderela para o baile” (TSEELON apud BAUMAN, 2001, p.98).

Para a fada-madrinha do *shopping* vestir o corpo com a individualidade de princesa, ou de príncipe, são necessárias sessões fatigantes de exercícios para

o corpo emagrecer e para condicioná-lo no sentido da desenvoltura da imagem que se quer estabelecer. Nas academias de ginástica não faltam recursos para garantir a imagem que renderá ao indivíduo homenagens que compensem os sacrifícios.

Nesse sentido, o corpo é o campo da batalha entre o tempo instantâneo, que conduz à curiosidade através da ação do corpo encantado, e a invenção da imagem que, levada a sério, desabrocha em sonhos que, inspirados pelas imagens do outros, funcionam como um mito. A imagem que o corpo busca é resultante da destruição daquilo que foi feito antes, em função do que não se pode desenvolver apego por ela na forma de compromisso duradouro. Eis aí a fonte do transitório, que propicia ao ser humano a imortalidade, ou seja, não morrer a cada dia, instalando-se assim a despreocupação com a eternidade, com a duração sem fim. Os momentos instantâneos fazem com que cada instante tenha capacidade infinita.

O corpo está destinado a ser provisório desde que se possa tornar a própria vida durável e, a dos outros, transitória. A capacidade de tornar a vida durável é aquilo que, talvez, diferencie os que mandam daqueles que obedecem; ou seja, esquece-se a durabilidade

da imagem, enfoca-se a transitoriedade como veículo de manipulação que abre espaço para que a vida longa seja privilégio de alguns.

A passagem do capitalismo pesado para o capitalismo leve anuncia o tempo da vida como o marco decisivo na história cultural humana, que desvenda a instantaneidade do tempo como padrão de modalidade do convívio humano, isto é, não se pensam as relações para serem duráveis e sim momentâneas. As relações humanas retratam o mundo dos negócios que busca a gratificação, o prazer, crendo que este é saudável, bom e recomendável e, por isso, deve ser vivido sem contenções. Evita-se, dessa forma, o compromisso e as consequências dos próprios atos, o que envolveria ter responsabilidade.

O corpo precocemente erotizado e endeusado desperta o sexo como fator de identidade social, que coloca o corpo no mercado – o novo fetiche da sociedade em que vivemos.

O tempo instantâneo é recomendado pela sociedade e invade as nossas vidas por meio de espaços atraentes, como a academia de ginástica. Estes provocam uma ação de fé na imagem, que enfatiza a liberdade como uma das características dominantes

da cultura contemporânea. A imagem congelada no indivíduo impele-o para a ação compulsória, o que resulta em redução do senso de responsabilidade pelos próprios atos, consumados em ações destrutivas no plano da realidade, passíveis de serem percebidas pela exacerbação da ação (compulsões) ou pela inibição da ação (depressões).

A expansão da liberdade resulta em um problema que intensifica as disputas entre os profissionais. Estes dispõem-se a oferecer a inovação a partir de formas que acentuam a construção da imagem com a promessa da qualidade de vida e do bem-estar.

O advento da sociedade-líquida moderna intensifica, assim, a liberdade, o medo, a incerteza, a insegurança levando à morte as principais utopias da sociedade moderna, como a transformação social e a vida coletiva.

A iminência do caos lança as pessoas em uma tempestade que anuncia o fenômeno fundamental da contemporaneidade, a vida líquida numa modernidade líquida,³ que sob o imperativo do novo torna obsole-

³ Termo utilizado por Bauman no livro *Vida líquida* (2007) para explicar a forma de vida que tende a ser levada adiante em uma sociedade líquido-moderna, em que as condições sob as quais agem seus membros mudam em tempo mais curto do que o necessário para a consolidação de hábitos

tas e envelhecidas as coisas que se apresentam antes mesmo de terem sido apreendidas. A vida é vivida de modo precário e em condições de incerteza constante, exigindo sempre os reinícios profissionais, amorosos e tantos outros. Isto faz com que as ligações sejam fráguas e os compromissos não tenham validade, o que orienta o modo com que as pessoas pensam e se engajam, anunciando, portanto, a temática central da época atual: a universalização do medo, a busca da liberdade e do prazer, a polaridade entre ordem e caos, a crise da cultura, dos valores e da moral.

Para Bauman, “a vida líquida é uma vida de consumo”. Projeta o mundo e as pessoas como objetos de consumo, ou seja, “objetos que perdem a utilidade (portanto, o viço, a atração, o poder de sedução e o valor) enquanto são usados. O julgamento e a avaliação são moldados segundo o padrão dos objetos de consumo” (BAUMAN, 2007, p.17). Neste sentido, o mundo e a relação entre pessoas terão pouco tempo de vida útil, assim como os objetos quando se tornam impróprios para o consumo. Por serem impróprios, prostitutas, índios, meninos de rua, negros ou qualquer outra

e rotinas provenientes das formas de agir. A liquidez da vida e a sociedade alimentam-se e revigoram-se mutuamente.

pessoa/objeto podem ser destruídos, incinerados ou removidos como lixo quando não precisam mais ser utilizados. A lealdade, a cooperação, a solidariedade, o respeito são motivos de vergonha e não de orgulho em um mundo que oscila entre os prazeres do consumo e os horrores da pilha de lixo.

Diante da ameaça de ser jogado no lixo, luta-se para eliminar o que se julga ser mau nos dias de hoje. A violência urbana, que anuncia a política do medo cotidiano, é resultante da chegada dos tempos bárbaros nesta cidade-partida⁴ que se divide em duas: uma que indica os desvios de jovens de classe média da Barra da Tijuca, que roubam e espancam empregadas domésticas porque lhes parecem prostitutas, e outra que apresenta as cenas de guerra, em favelas, de uma cidade militarizada por milícias, traficantes e polícia. Daí resultam invasões nas favelas cariocas, mortes e torturas, tirania imposta pelo tráfico de drogas e pelas milícias.

Os espaços, como os *shoppings* e academias de ginástica, conferem significado à existência humana e à experiência de vida e evidenciam que o esvaziamento do espaço público oferece subsídios para intensifi-

car a consciência da temporalidade, da historicidade e da caducidade do espaço urbano; este fica estreme-cido no presente por trazer a dispensa de interação, que lança os cidadãos em um processo de fragmentação do território, produzindo em seus atores diferentes formas de vida e modos de intervir. Isto porque os templos de consumo acolhem e beneficiam o sonho de comunidade e também fomentam a política do cotidiano que implica medo de contato com o diferente, este como representante do perigo que traz intensa ansiedade, insegurança e ameaça.

A política do medo cotidiano estreita as relações entre a privatização da existência e a ideia de estilo de vida em condomínio, “comunidade fechada”, descartando a ideia do bem-comum, contribuindo para substituir o objeto da política, ou seja, em lugar de visão de uma sociedade que se importa com a justiça social há uma outra que tem como opção consumir espetáculos que encenam a oferta de conselhos para a política da vida. Reforçam-se, assim, a solidão, a exibição das confissões públicas da intimidade e a exposição na vida pública dos medos privados. Do ponto de vista de Bauman, “o que parece estar em jogo é uma redefinição da esfera pública como um palco em que dra-

⁴ Imagem atribuída ao Rio de Janeiro pelos meios de comunicação depois da publicação do livro-reportagem de VENTURA, *Cidade Partida* (1994).

mas privados são encenados, publicamente expostos e publicamente assistidos” (BAUMAN, 2001, p. 83).

O palco da exposição da intimidade em plena esfera pública aparece em nome da prestação de um novo tipo de serviço público, aquele que produz a imagem espetacularizada. Esta dá visibilidade ao sujeito escolhido para “ser exemplo de vida e dar sentido a sentimentos, emoções e pensamentos ainda desorganizados” (Lins, 2004:143), oferecendo a privatização de problemas sociais que caminha para a sua não tradução em questões públicas, expulsando da agenda política “todos os problemas não privados”. O que cada vez mais é percebido “como ‘questões públicas’ são os problemas privados de figuras públicas” (BAUMAN, 2001, p. 149). Esta situação conduz à reflexão sobre a importância do espaço público na elaboração de uma ética da alteridade na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed, 2002.

JAMESON, Fredric. *A virada cultural: reflexões sobre o pós-modernismo*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2006.

LINS, Consuelo. Edifício Master: controle, vigilância e resistência. In: COUTINHO, Eduardo. *Documentário televisão, cinema e vídeo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

SENNETT, Richard. *Carne e pedra*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

VENTURA, Zuenir, *Cidade partida*. São Paulo, Companhia das Letras, 1994.

Artigo recebido em: 31/07/2010

Aprovado para publicação em: 28/08/2010