



## Juventude, Envelhecimento, (Im)perfeição e Consumo<sup>1</sup>

Christiane Paula Godinho Santarelli<sup>2</sup>

### Resumo

Nossa proposta neste artigo é discutir alguns aspectos envolvidos na busca da beleza e na experiência do consumo na contemporaneidade. Iniciamos com um breve resgate de alguns conceitos de beleza e proporcionalidade que influenciam nossas escolhas desde a Antiguidade. O trabalho de Nancy Etcoff nos auxiliará a refletir sobre o papel da beleza na biologia e sua ligação com a juventude e sua preservação. A seguir exploraremos os conceitos de deslumbramento, presente no livro “Da imperfeição” de A. J. Greimas e encerraremos com uma comparação entre o deslumbramento frente à obra de arte com o deslumbramento proporcionado pelo consumo com objetivo de se atingir a beleza.

**Palavras-chave:** juventude; envelhecimento, beleza, semiótica greimasiana; consumo.

### Beleza, perfeição e juventude

A questão da beleza, ou do belo, é um tema polêmico desde a Antiguidade. Platão (490-430 a.C.), em “O Banquete”, traça o paralelo entre a beleza e a bondade sem contudo concluir o assunto. No entanto, percebemos que este paralelo ainda é bem presente na sociedade contemporânea conforme indica Umberto Eco:

“Belo”- junto com “gracioso”, “bonito” ou “sublime”, “maravilhoso”, “soberbo” e expressões similares – é um adjetivo que usamos frequentemente para indicar algo que nos agrada. Parece que, nesse sentido, aquilo que é belo é igual àquilo que é bom e, de fato, em diversas épocas históricas criou-se um laço estreito entre o Belo e o Bom. (ECO, 2014, p. 8)

Na cultura helênica a junção do belo e do bom é representada pelo conceito

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 6 – Comunicação, consumo e subjetividade, do 6º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2015.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social pela ESPM, Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP) e pós-doutorado em Comunicação pela UNIP (2016). Autora do livro Tramas Publicitárias em co-autoria com o Prof. Dr. João Anzanello Carrascoza. E-mail: [christsantarelli@gmail.com](mailto:christsantarelli@gmail.com).



de *kallokagathia* (*kállos* = belo e *agathós* = bom ou correto), “(...) qual se exprime a Beleza psicofísica que harmoniza a alma e o corpo, ou seja, a Beleza das formas e a bondade da alma (...)” (ECO, 2014, p. 45)

Harmonia, equilíbrio e proporcionalidade são princípios que permeiam a cultura grega desde tempos mais remotos. Presente em mitos, esses princípios, como bem resgata Eco, nos mostra uma preocupação que está presente na filosofia, na arquitetura e na arte. Posteriormente os mesmos valores estiveram presentes em todo o Ocidente, no Humanismo, no Renascimento, em períodos subsequentes e existiram também, de forma velada, até mesmo na Idade Média.

A busca do entendimento da ordem do mundo, começou a ser estruturada por Pitágoras (~571– ~497 a.C.) que viu nos números uma possível sistematização da natureza com a tese de que essa ordem oferecesse harmonia, perfeição e consequentemente beleza. O pensamento pitagórico também marcou presença na astronomia, na música (com a descoberta de intervalos musicais harmônicos) e na geometria (construção de formas geométricas tridimensionais e também à secção áurea), além da criação do famoso teorema<sup>3</sup>. A preocupação com proporções supostamente perfeitas e belas passavam do mundo das ideias para o mundo real grego quando a arte e arquitetura eram provas concretas da busca pela harmonia.

Cânone, palavra de origem grega derivada de *kanon*. Significa um conjunto de regras, padrões ou modelos sobre determinado assunto. É atribuído ao escultor grego Policleto (em atividade entre ~460 – ~410 a.C.) a criação de um tratado de proporções do corpo humano e de estátuas modelo para exemplificar suas teorias. O tratado foi perdido, restando apenas citações na obra de outros autores, e das estátuas cânone sobraram supostas cópias romanas. No entanto, acredita-se que antes do cânone de Policleto a arte escultórica grega era pautada pela exata simetria e que depois passou a ter um pensamento voltado para proporções entre as partes.

<sup>3</sup> Relação matemática entre os lados de um triângulo retângulo.



Isto tornou as estátuas menos simétricas, mas igualmente belas. Outra questão, lembrada por Eco, com relação à escultura grega é que sua realização não se tratava da idealização de um corpo abstrato ideal, mas uma síntese de partes de corpos de modelos vivos. O cânone de Policleto deu origem a outros cânones de perfeição, calcados nos princípios da proporção áurea, como o homem vitruviano de autoria do arquiteto romano Marco Vitruvius Polio (~70-25 a.C.), posteriormente reinterpretado por Leonardo da Vinci (1452-1519) e Albrecht Dürer (1471-1528).

Proporção áurea, seção áurea, número de ouro, razão áurea, divina proporção entre outros nomes é relação que se realiza em um segmento AB quando, colocado em um ponto C de divisão, AB está para C, assim como AC está para BC. A relação é considerada perfeita, pois pode se reproduzir ao infinito e corresponde à razão de 1:1.618. O símbolo que a representa é  $\Phi$  (Phi), a primeira vogal de Phidias (~480-~430 a.C.), o escultor que usou o conceito na reconstrução do Parthenon. Conforme mencionado, a escola pitagórica apresentou esta razão em seus tratados, mas ela também está comprovadamente presente em obras artísticas e arquitetônicas de outras culturas (maia, chinesa, egípcia, suméria, etc.). Uma definição matemática é atribuída à Euclides (325-265 a.C.). Posteriormente, descobriu-se que essa proporção está presente na natureza, como no crescimento de plantas e de animais e na distribuição de padrões diversos. No corpo humano, a proporção áurea pode ser encontrada na distribuição dos dentes, nas proporções das falanges dos dedos, da cabeça, das vértebras da coluna, no padrão de crescimento de um bebê, etc.

Ao longo de toda a história, no contexto tanto do ambiente humano como no mundo natural, já se comprovou uma evidente preferência cognitiva dos seres humanos pelas proporções baseadas na seção áurea. Alguns dos mais antigos indícios do emprego de um retângulo áureo – ou seja, aquele no qual há uma proporção de 1:1,618 entre os lados – estão na estrutura de Stonehenge, erguida entre 2450 e 1600 a.C. (ELAM, 2014, p. 6)

Marco Vitruvius Polio, compilou conhecimentos existentes à sua época, derivados principalmente da literatura grega em uma obra de dez volumes intitulada “*De Architectura*” (Sobre a arquitetura) (27 a.C.) que influenciou, séculos mais



tarde, as concepções estéticas renascentistas. O Homem vitruviano é um conceito apresentado no tratado e é considerado um cânone das proporções do corpo humano, segundo um determinado raciocínio matemático e baseado, em parte, na proporção áurea. Dessa forma, o homem descrito por Vitruvius apresenta-se como um modelo ideal para o ser humano, cujas proporções são perfeitas, segundo o ideal clássico de beleza. A medida e proporções do corpo humano seria um parâmetro a ser repetido em construções arquitetônicas, já que estavam em perfeita harmonia. Com a redescoberta dos textos clássicos durante o Renascimento, uma série de artistas, arquitetos e tratadistas dispuseram-se a interpretar os textos vitruvianos a fim de produzir novas representações gráficas. Dentre elas, a mais famosa é a de Leonardo da Vinci, que acompanhava as notas que o mesmo fez no ano 1490 em um de seus diários. Leonardo da Vinci cunhou o termo *Sectio Aurea* (seção áurea) e provavelmente teve contato com o tema quando ajudou a ilustrar a obra “*De divina proportione*” (Sobre a divina proporção) do matemático Luca Pacioli (1445-1517). Outro artista renascentista que também se ocupou da questão da simetria dos corpos humanos foi Albrecht Dürer. Ele buscou um modelo de proporções baseadas em módulos matemáticos rigorosos. Publicou em 1528 o livro “*Vier Bucher von Menschlicher Proportion*” (Quatro livros sobre a proporção humana) que contém cinco tipos diferentes de figuras masculinas e femininas com variação de proporções e também um estudo sobre cabeças, mãos, pés e recém-nascidos. Curiosamente, Dürer tem em comum com Leonardo o fato de explorar a proporção áurea em sua arte para representar tanto a beleza quanto a feiura com desproporções metodicamente calculadas. Ambos também adotaram uma postura semelhante à tradição escultórica grega, uma vez que dificilmente o corpo humano apresenta todas as proporções perfeitas as como de seus modelos. A medida ideal era um padrão idealizado, assim como as estátuas eram uma idealização da figura humana.

A harmonia da proporção áurea nos lembra que tudo está interligado: biologia, matemática, geometria e arte. A busca da beleza está no equilíbrio e na conjunção destes campos de conhecimento humano, cuja relação nem sempre é



muito lembrada, apesar de estar presente em nosso entendimento mais intuitivo, que são as nossas escolhas instintivas. Essa constatação abre uma nova frente que é a questão da beleza e da juventude para a biologia que são tratadas por Nancy Etcoff.

Proporções baseadas no número Phi podem ser úteis para os cirurgiões como melhores suposições de proporções faciais agradáveis (embora isso não vai ficar claro até que contrastem rostos atraente com rostos pouco atraentes). Mas não existe uma fórmula de captura da beleza do rosto humano como um todo. Para os cientistas deste século, a chave para compreender a beleza humana está em nossa biologia, não na matemática. (ETCOFF, 2000, p. 143)

Etcoff publicou em 1999 o livro *“Survival of the prettiest, the science of beauty”* (no Brasil, “A lei do mais belo, a ciência da beleza”). O livro, que entrelaça os campos da biologia, antropologia, psicologia social e até mesmo literatura em uma mistura de observações culturais, em muitos casos generalistas, e citações de estudos científicos de base biológica sobre a questão da beleza. Algumas observações são inegavelmente legítimas, principalmente as fundamentadas em pesquisas observacionais. A principal tese da autora no livro é que a apreciação da beleza humana é antes de mais nada uma questão de adaptação biológica instintiva, ligada à sobrevivência da espécie, e não um aprendizado cultural, indo contra a máxima de que “a beleza está nos olhos de quem a aprecia”. Uma demonstração das qualidades que serão repassadas aos descendentes.

(...) Vamos olhar para o argumento da beleza como uma adaptação biológica. O argumento é simples: que a beleza é uma parte universal da experiência humana, e que provoca prazer, picos de atenção, e impulsiona ações que ajudam a garantir a sobrevivência dos nossos genes. Nossa extrema sensibilidade à beleza é altamente conectada, ou seja, regida por circuitos no cérebro moldados pela seleção natural. Gostamos de olhar para peles macias, grossos cabelos brilhantes, cinturas afiladas e corpos simétricos porque, no curso da evolução os humanos que perceberam estes sinais e desejaram seus possuidores tiveram maior sucesso reprodutivo. Nós

<sup>4</sup> Todas as citações do artigo em inglês foram traduzidas pela própria autora. *“Phi ratios may be useful for surgeons as best guesses of some pleasing facial proportions (although this will not be clear until they contrast attractive with unattractive faces). But there is no match formula so far that captures the beauty of the human face as a whole. For scientists in this century, the key to understanding human beauty is in our biology, not in mathematics”.*



somos seus descendentes. (ETCOFF, 2000, p. 24)<sup>5</sup>

No capítulo 2 de seu livro, Etcoff cita o estudo da psicóloga Judith Langlois, que coletou e projetou na forma de *slides* para bebês de três a seis meses imagens de pessoas. Os bebês passavam mais tempo olhando para rostos adultos de pessoas consideradas mais atraentes, homens, mulheres e crianças de variadas raças sugerindo que esses bebês já possuíam um senso detector de características universais de beleza. Esse senso indica que os bebês também tendem a preferir padrões simétricos e harmônicos, superfícies macias e sons consonantes. Por outro lado, adultos tendem a dar mais atenção aos bebês considerados bonitos com pele e cabelos macios, olhos grandes, grandes pupilas, bochechas gorduchas e narizes pequenos. Essas características também evocam nos adultos senso de proteção e padrões similares são encontrados em filhotes de outros animais. Bebês que apresentam proporções “adultas” são considerados feios, e pouco viáveis do ponto de vista da saúde e da capacidade de sobrevivência, e podem receber menos atenção por de seus pais ou cuidadores. Esse é um comportamento padrão encontrado em variadas espécies animais.

Enfrentamos um mundo onde a preferência por coisas e pessoas belas é um dos aspectos mais difundidos, mas é um dos preconceitos mais negados. As pessoas gostam de acreditar que a aparência não importa. Mas cada executivo de marketing sabe que a embalagem e imagem são tão importantes quanto o produto, se não mais. Tratamos aparência não apenas como uma fonte de prazer ou vergonha, mas como uma fonte de informação. (ETCOFF, 2000, p. 39)<sup>6</sup>

A autora considera que a valorização da aparência também seja uma

---

<sup>5</sup>“(…) we will look the argument for beauty as a biological adaptation. The argument is a simple one: that beauty is a universal part of human experience, and that it provokes pleasure, rivets attention, and impels actions that help ensure the survival of our genes. Our extreme sensitivity to beauty is hard-wired, that is, governed by circuits in the brain shaped by natural selection. We love to look at smooth skin, thick shiny hair, curved waists, and symmetrical bodies because in the course of evolution the people who noticed these signals and desired their possessors had more reproductive success. We are their descendants”.

<sup>6</sup>“We face the world where lookism is one of the most pervasive but denied of prejudices. People like to believe that looks don't matter. But every marketing executive knows that packaging and image are as important as the product, if not more so. We treat appearance not just as a source of pleasure or shame but as a source of information”.



característica humana que foi evolucionariamente moldada pelo simples fato de o julgamento pela aparência diferenciava um bom alimento de algo prejudicial e do que seria, ou não, seguro. Da mesma forma, a aparência diferencia indivíduos saudáveis e doentes e daí sua importância na evolução humana para a escolha de parceiros com maiores chances de reprodução que poderão oferecer descendentes saudáveis. “A beleza é uma das formas da vida se perpetuar por si mesma, e amor à beleza está profundamente enraizado na nossa biologia.” (ETCOFF, 2000, p. 234)<sup>7</sup>

Além de cabelo farto e brilhante e pele lisa, para ambos os sexos, a beleza pode ser medida pela proporcionalidade e simetria. Para as mulheres destacam-se características ligadas à juventude como cintura fina, lábios carnudos, queixo estreito, bochechas rosadas e pele clara. Os homens destacam-se os atributos de força e masculinidade como altura, peitoral largo e pele mais escura. As questões da simetria e da proporcionalidade no corpo, são colocadas por Etcoff como possíveis indicadores de saúde e de bons genes para serem repassados adiante. Indivíduos com carências nutricionais ou doenças apresentam assimetrias em seus corpos.

A juventude também é um aspecto relevante na reprodução e daí sua importância na beleza. As mulheres são as maiores interessadas em manter a aparência jovem porque justamente os traços de juventude são os considerados mais valorizados para o sexo feminino. A valorização da beleza nas sociedades modernas deve muito a esse interesse em perpetuar características da juventude, daí todo destaque do mercado da moda, de cirurgias plásticas, da maquiagem, de tratamentos estéticos e das academias de ginástica. E todo o desprezo pelo envelhecimento.

A beleza física é como habilidade atlética: atinge seu pico na juventude. A beleza extrema é rara, e quase sempre encontrada, senão sempre, nas pessoas antes que elas atinjam a idade de trinta e cinco anos. Nós dizemos que o tempo rouba a beleza, mas o tempo se move apenas a partir de um momento idealizado quando o corpo se desenvolveu em suas faculdades físicas e procriativas e entra em declínio em saúde e fertilidade. Muitas

<sup>7</sup> “Beauty is one of the ways life perpetuates itself, and Love of beauty is deeply rooted in our biology”.



torturas por beleza são esforços para ampliar esses anos em perpetuidade, para manter a aparência de adolescência núbil para sempre. (ETCOFF, 2000, p. 63)

Entendemos que as colocações de Etcoff podem explicar parte da obsessão humana pela beleza e juventude, não só na sociedade contemporânea, mas outros aspectos socialmente direcionados também devem ser considerados como a aparência do grupo dominante na sociedade que pode determinar também o que esta sociedade considera “bonito” e “desejável”.

### **(Im)perfeição e consumo**

Modelos de beleza já eram idealizados e manipulados desde a Grécia Antiga. Conforme já vimos, naquela época a perfeição escultórica era constituída pela junção de partes de corpos de modelos considerados belos. Ao revermos a trajetória da história da arte também encontraremos casos de manipulação imagem humana, seja para agradar ou a mando de mecenas que patrocinavam artistas, seja pela idealização da beleza feminina na representação de deusas e figuras alegóricas.

No século XX, a princípio com a difusão da fotografia na mídia impressa e depois com a popularização do cinema, os modelos de beleza passaram por um processo de midiaticização promovendo cânones construídos a partir de corpos e rostos de atrizes como nos lembra Vigarello:

As ‘estrelas’, cujo brilho atravessa a tela desde os anos 1920, adquirem uma presença que excede seus personagens, paira sobre seus filmes, impondo um modelo, forçando uma adesão até o mito: o de seres excepcionais vivendo entre os homens, o de seres “feitos para amar e serem amados”. Nesse mundo da imagem, em que a presença física deve se impor de imediato, a que multiplicam as confidências das estrelas sobre a arte da maquiagem, ‘a fotogenia, o ‘segredo de ser bela, ou as páginas com anúncios prometendo cílios longos e perfeitos. (VIGARELLO, 2006, p. 157)

<sup>8</sup> “Physical beauty is like athletic skill: it peaks young. Extreme beauty is rare, and almost always found, if at all, in people before they reach age thirty-five. We say that time steals beauty, but time merely moves on from an idealized moment when the body has developed into its physical and (pro)creative powers and has yet to decline in health and fertility. Many tortured quests for beauty are efforts to stretch these few years into perpetuity, to retain the appearance of nubile adolescence forever”.





Como podemos ver a manipulação da beleza não é um fenômeno novo. Os recentes debates acerca da manipulação de imagens midiáticas ou publicitárias de produtos e pessoas por meio de recursos tecnológicos parece ser bastante fresca, mas é tão antiga quanto a necessidade de reprodução da imagem humana. A realidade atual é apenas uma “democratização” da circulação desses ideais na forma (nas redes sociais podemos seguir modelos e blogueiras que moldam seus corpos em academias e dividem “segredos” de treinos, de maquiagens, de composições de roupas, etc.), mas a essência dos conteúdos e objetivos são basicamente os mesmos, considerando que de tempos em tempos os padrões de beleza mudam.

A busca da perfeição de corpos também não é recente. A história da moda nos mostra os casos de envenenamento e morte na antiguidade pelo uso de maquiagens contendo chumbo e mercúrio. O uso de espartilhos foi uma tortura diária para as mulheres entre o século XVI até o início do século XX, sem mencionarmos os pés-de-lótus da cultura chinesa. Percebemos que os atuais corpos manipulados seja lipoaspirado, siliconado, botocado, plastificado ou anabolizado é mais uma questão de disponibilidade de técnicas e tecnologias. A vontade de seguir um modelo idealizado de beleza e se sacrificar para atingi-lo não é um fenômeno contemporâneo. Dessa forma, parece pouco provável que as recentes discussões e medidas em vários países incluindo a França, a Inglaterra e o Brasil para restringir o uso de imagens manipuladas por programas de edição de imagens de modelos na mídia e na publicidade, assim como o uso de modelos com peso abaixo do padrão considerado mínimo em desfiles de moda, não surtirão muito efeito na maneira como a sociedade é impactada e idealiza seus modelos de beleza.

Ao que parece, a busca pela beleza é uma perseguição essencialmente pela juventude, mais ainda pela demonstração de uma maturidade reprodutiva. Assim, o desejo é congelar o tempo biológico para os indivíduos mais maduros, que procuram por meio de procedimentos estéticos parecerem mais jovens, e de jovens que utilizam recursos estéticos para atingirem ideais de perfeição encontrados em



indivíduos mais maduros e considerados sedutores. Para atender as necessidades, tanto de parar quanto de acelerar o tempo dos corpos e da beleza, toda uma indústria se construiu e mais uma vez ressaltamos que isso não é um fenômeno contemporâneo. Temos ao dispor de quem está insatisfeito com sua aparência a rentáveis indústrias da cosmética (produtos de beleza, maquiagem, cremes, suplementos, etc.), da saúde (alimentos saudáveis e dietéticos, procedimentos de variados tipos e academias), da moda (roupas e profissionais como cabeleireiros) entre outras.

Notamos que o mercado envolvido com a preocupação da beleza é um dos maiores da nossa sociedade de consumo. Isso sem mencionar que pessoas bonitas também movimentam os interesses da mídia. A publicidade e a moda são os aceleradores dessa engrenagem onde também é preciso renovar constantemente os exemplos de beleza. Jean Baudrillard, na obra “A sociedade de consumo”, já tinha identificado na época a relação corpo/beleza/consumo na década de 1970.

(...) as estruturas atuais da produção/consumo induzem no sujeito uma dupla prática, conexas com a representação desunida (mas profundamente solidária) do seu próprio corpo: o corpo como CAPITAL e como FEITIÇO (ou objeto de consumo). Em ambos os casos, é necessário que o corpo, longe de ser negado ou omitido, se invista (tanto no sentido econômico como na acepção psíquica do termo) com toda a determinação (BAUDRILLARD, 1995, p. 137)

Apesar da ponte consumo/moda/beleza ser talvez uma dos investimentos mais antigos da humanidade, Baudrillard faz a conexão entre o valor de uso/valor signo das mercadorias onde o corpo e beleza poderiam ser inclusos nesta relação como qualquer outro objeto de consumo, em que o investimento financeiro compensa o investimento afetivo sempre influenciado e amplificado por meio da sedução publicitária. Publicidade que para o autor é uma vitrine do poder de compra.

(...) Da higiene à maquiagem, passando pelo bronzear, pelo esporte e múltiplas “libertações” da moda, a redescoberta do corpo passa antes de mais pelos objetos. Parece que a única pulsão verdadeiramente libertada é a pulsão de compra. Citemos mais uma vez a mulher que, depois da paixão



súbdita pelo próprio corpo, se precipita para o instituto de beleza. O caso inverso é ainda mais freqüente, isto é, de todas aquelas que se dedicam aos perfumes, às massagens, aos tratamentos, na esperança de “redescobrir” o seu “corpo”. De fato, a equivalência mágica: “Compre- e sentir-se-á bem na sua pele. (BAUDRILLARD, 1995, p. 143)

Baudrillard propõe que os objetos, além do valor de uso e valor troca<sup>9</sup>, propostos pelo marxismo clássico, também possui um valor signo somado às suas qualidades intrínsecas incorporando um conjunto de significações. Cabe ao consumidor reconhecer e manipular tais objetos-signos, sua habilidade será medida pelo seu entorno pessoal, classificando essa pessoa dentro das esferas de consumo. Para Baudrillard, nesta lógica o corpo também seria um objeto de investimento sócio-cultural, e o seu cuidado, tem também um valor. Tudo devidamente dentro da lógica do consumo, pois o corpo naturalmente também tem uma obsolescência, a beleza se esvai e a manutenção desse corpo em pleno funcionamento e juventude é um investimento que além do status alimenta a indústria de cuidados.

### **(Im)perfeição e beleza**

Querer dizer o indizível, pintar o invisível provas de que a coisa, única adveio, que outra coisa seja talvez possível. Nostalgias e esperas alimentam o imaginário cujas formas, murchas ou desabrochadas, substituem a vida: a imperfeição, desviante, cumpre assim, em parte seu papel. Vãs tentativas de submeter o cotidiano ou dele esvair-se: busca do inesperado que foge. E, todavia, os valores ditos estéticos são os únicos próprios, os únicos que, rejeitando toda negatividade, nos arremessam para o alto. A imperfeição aparece como um trampolim que nos projeta da insignificância em direção ao sentido. O que resta? A inocência: sonho de um retorno às nascentes quando o homem e o mundo constituíam uma só numa pancália original. Ou a vigilante espera de uma estesia única, de um deslumbramento ante o qual não nos encontraríamos obrigados a fechar as pálpebras. Mehr Licht! (GREIMAS, 2002, p. 91)

*Mehr Licht*, mais luz em alemão, assim pede Greimas em seu livro “*De L’Imperfection*”. A obra possui estilo e texto um tanto enigmáticos, que foge da rigidez tradicional encontrada na produção acadêmica do autor ligada à linguística. Mas, o que seria essa luz solicitada por Greimas? Uma citação direta das últimas

<sup>9</sup> A teoria do valor-símbolo encontra-se em (BAUDRILLARD, 1995b).



palavras atribuídas à Goethe<sup>10</sup> em seu leito de morte pedindo uma iluminação maior da humanidade? Para Greimas, é possível que essa luz solicitada tenha um duplo sentido. O primeiro é o deslumbramento, semelhante a um relâmpago, que converte uma experiência estética em algo memorável e transformador. Outro significado está na sugestão do autor em inaugurar nova abordagem dos estudos em semiótica: estudo de questões estéticas, polissensoriais e tensivas.

O livro “Da imperfeição” (GREIMAS, 2002) é dividido em duas partes onde são explorados conceitos complementares e indissociáveis: fraturas e escapatórias. As fraturas representam o tempo inserido no cotidiano (isotopia) precedente ao encontro do sujeito com o objeto de valor (disjunção), o encontro fugaz com esse objeto (conjunção e ruptura da isotopia) e o distanciamento do mesmo objeto (retorno à disjunção). Para falar do conceito de fraturas, o autor utiliza-se de cinco trechos de textos literários de autores diversos<sup>11</sup>. Em comum, os trechos escolhidos contêm acontecimentos estéticos excepcionais, marcados por um arrebatamento dos sentidos, descontinuidades, que modificam a percepção dos personagens que vivenciam essas curtas narrativas. Esse momento de arrebatamento, epifania ou descontinuidade é chamado por Greimas de deslumbramento. O sujeito ofuscado por esse relâmpago de sentido não será o mesmo após sua experiência excepcional.

Algo, não se sabe o que, acontece de repente: nem belo, nem bom, nem verdadeiro mas tudo isto de uma só vez. Nem sequer isso: outra coisa. Cognitivamente inapreensível, esta fratura na vida é, depois, susceptível de todas as interpretações: crê-se reencontrar aí a insuspeitada espera que a precedeu, crê-se aí reconhecer a Madeleine que remete às imemoriáveis nascentes do ser; ela faz nascer a esperança de uma vida verdadeira, de uma fusão total do sujeito e do objeto. Ao mesmo tempo que o sabor de eternidade, ela deixa o ressaibo da imperfeição. (GREIMAS, 2002, p. 70)

As escapatórias são rupturas de isotopias ocorridas no fluxo contínuo da vida

<sup>10</sup> Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832), escritor alemão do período romântico europeu.

<sup>11</sup> Os autores são: Michel Tournier, Ítalo Calvino, Rainer Maria Rilke, Tanizaki Junichiro e Julio Cortázar.



e os eventuais rearranjos decorrentes realizados no cotidiano. No dia a dia é preciso perceber as possibilidades de ver e sentir o improvável e ser arremessado para outro patamar de entendimento. Seria uma tentativa de programar o cotidiano para atingir um estado pleno de perfeição, uma vez que o cotidiano consome e dessemantiza a vida, com suas repetidas imperfeições. Assim, o sujeito vive uma espera de um estado pleno, e de fusão completa dos sentidos com um objeto de valor. Uma espera tensa, uma espera pelo inesperado.

Fraturas e escapatórias são faces da mesma moeda, pois o deslumbramento é precedido pela perda do momento epifânico e consequente nostalgia da falta instaurando uma espera por uma nova (re)conjunção.

Assim parece ser a contemplação da beleza: sensação de arrebatamento, epifania, algo que toca. O encontro com algo, ou alguém, belo provoca encantamento e é quase impossível não notar. No entanto, sabemos que somos tocados pela beleza desde o momento exato em que a contemplamos (seja uma pessoa, uma atitude ou um objeto), mas os mecanismos de reconhecimento de algo belo são intuitivos e quase instintivos. Após o arrebatamento, no momento seguinte podemos refletir porque algo é belo.

### **Considerações finais**

A luta pela juventude é uma luta contra o tempo. Vivemos, conforme coloca o pensador Paul Virilio, a era da aceleração do tempo com a velocidade de informação em tempo real. A imediatiez e a ubiquidade proporcionadas pelas ferramentas de comunicação criam a sensação de que vivemos em um presente eterno. Tudo é atualizado incessantemente em um imperativo da renovação de tecnologias, hábitos, pensamentos, objetos e também a aparência pessoal. Nessa renovação a estética tem um papel central. É desejável estar vinculado às coisas “belas” e “novas”. É como estar numa busca incessante por (re)criar um momento de fugaz deslumbramento para si e para o mundo onde sujeito e objeto de valor unem-se para constituir um ser único de beleza perfeita. O objeto torna-se uma



prótese que emana suas qualidades e estende sua capacidade de deslumbrar para seu possuidor. Quando, na impossibilidade de se atingir os atuais cânones de beleza, as pessoas buscam se rodear de coisas “belas” para estar vinculadas à essa qualidade e de certa forma, como em uma operação retórica, serem consideradas belas também.

Mas será que o deslumbramento causado pelo consumo seria de mesma ordem que o causado pelo encontro com uma obra de arte? O deslumbramento derivado da obra de arte, conforme nos demonstra Greimas, é um sentimento denso, transformador, que não somente muda como amplifica a visão de mundo após a experiência. Esse tipo de deslumbramento será (re)lembrado e guardado na memória consciente e sensorial deixando uma espécie de sentimento residual. Do momento restará a nostalgia de quem vivenciou essa experiência única e uma sensação de que algo foi transformado. Assim, entendemos que a experiência do deslumbramento da obra de arte é densa e causa um movimento cognitivo. O deslumbramento constitui um marco estético e uma experiência singular de cada fruidor e cria uma transformação interior daquele que usufrui da obra de arte. Além disso, essa experiência tem um caráter não programado e acontece com toda sua energia de forma inesperada. Outro diferencial é que a obra de arte pela sua estrutura *sui generis* tem a capacidade de provocar deslumbramento numa diacronia muito extensa, senão como explicar o êxtase diante das pinturas das cavernas de Lascaux ou da capela Sistina?

No consumo, o deslumbramento é uma sensação imediata que causará um prazer efêmero, ligado frequentemente à posse física. Na maior parte dos casos não se pode tocar a obra de arte, apenas fruí-la. No consumo não, na maioria das vezes é necessário possuir integralmente o objeto de valor pois só assim haverá a completa satisfação. Apesar dessa posse, a euforia provocada pelo consumo é momentânea porque não há o movimento de reflexão e de modificação cognitiva. A partir do segundo seguinte ao que o objeto de valor é adquirido, outro passa a ser o foco para preencher uma ansiedade de um tempo vertiginoso que não é possível controlar.



A moda, a publicidade e a mídia aceleram o consumo apontando o que é considerado belo e desejável num dado momento. Pelo seu caráter passageiro como experiência, em termos da velocidade com que uma experiência é substituída por outra, o consumo provoca pouca reflexão residual. Dessa forma, sugerimos que o deslumbramento provocado pelo consumo seja mais tênue, fugaz e por que não dizer “menor” do que aquele provocado por um encontro com uma obra de arte.

Em tempos de dessemantização da vida é necessário consumir para evitar que o cotidiano nos “consuma”. Mas a perfeição é rara e imediatamente após seu atingimento se instaura novamente a nostalgia, e uma nova busca por uma (re)conjunção com um novo objeto de valor, movendo a eterna roda do consumo e da insatisfação na sociedade pós-moderna. Para encerrar deixamos um questionamento: será que a celeridade temporal e a visão consumista da contemporaneidade não estariam contaminando até mesmo obras culturais e diminuindo a possibilidade de reais deslumbramentos? Vale talvez retomar em parte a citação de Greimas: “O que resta? A inocência: sonho de um retorno às nascentes quando o homem e o mundo constituíam uma só numa pancália original. (...) Mais Luz!” (GREIMAS, 2002, p. 91)

## Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995a.
- \_\_\_\_\_. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1995b.
- ECO, Umberto (org). **História da beleza**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2014.
- ELAM, Kimberly. **Geometria do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- ETCOFF, Nancy. **Survival of the prettiest**. New York: Anchor Books, 2000.
- GREIMAS, Algirdas Julien. **Da imperfeição**. São Paulo: Hacker editores, 2002.
- OLSEN, Scott. **The golden section**. Glastonbury: Wooden Books, 2009.
- PAOLI, Stéphane. **Paul Virilio: penser la vitesse**. Documentário, França, La Générale de Production / ARTE France, 90 min. 2008. Son., Color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-zbdifqbTnw>. Acesso em: 05. out, 2015.
- VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.