

O CORPO NO PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO: IDÉIAS PRELIMINARES.

BONETTI Albertina¹

RESUMO

O objetivo deste artigo é refletir sobre a influência do processo de globalização na cultura corporal, através dos movimentos corporais, atitudes, ritmos, hábitos alimentares e vestuário.

ABSTRACT

The objective of the present article is to ponder upon the influence of the globalization process within the body culture, through body movements, attitudes, rhythms, nutrition habits, and clothes. This reflection also intends to discuss the possibility of experiencing a non-homogenized body expression.

COMPREENDENDO O PROCESSO DA GLOBALIZAÇÃO

A partir da década de 80, um movimento mundial chamado “Globalização” passou a fazer parte das discussões de economistas, intelectuais e profissionais de todas as áreas, com ênfase nos meios de comunicação e no mundo dos negócios.

Segundo Rattner (1995), a globalização consiste no resultado de um processo histórico que tem como características principais a concentração-centralização de capital, o desenvolvimento dos meios de comunicação e o despertar da consciência sobre o destino comum da humanidade. Esse movimento manifesta-se na difusão de padrões transnacionais de organização econômica e social, de consumo e de formas de lazer e expressão cultural/artística/corporal tornando-se, por fim, um estilo de vida decorrente das pressões competitivas do mercado. Tais pressões, por sua vez, aproximam culturas, políticas e práticas administrativas, difundindo e generalizando os problemas e conflitos ambientais em todo o mundo.

O surgimento desse mundo globalizado tem provocado um misto de ansiedade e medo, uma vez que atinge as diversas esferas da vida, desde os padrões de trabalho e educação, até as formas de lazer e expressão artístico/cultural, a tecnologia, o processo de organização e administração nas empresas e instituições públicas, delineando-se profundas mudanças sociais e econômicas. Em todos os continentes tem se instalado

¹UFSC

modelos de gestão empresarial e econômica baseados na competitividade entre as organizações que ousam buscar garantir a permanência no mundo dos negócios. O desenvolvimento permanente e a inovação tecnológica também constituem-se, por outro lado, em fatores que demonstra a nova ordem mundial, interferindo principalmente, nos setores das comunicações e da informática.

Na área das telecomunicações, por exemplo, o progresso tecnológico pode ser evidenciado em vários aspectos da vida humana. Verifica-se a mudança nas formas de relacionamento entre as pessoas, ao observar-se o uso de meios de transmissão e comunicação virtual nos diferentes pontos do planeta, por meio da Internet. Através dela, informações e conhecimentos, podem ser trocados, em tempo real, além da difusão de pesquisas das mais diversas áreas.

No âmbito das comunicações, a televisão se destaca como um elemento difusor das transformações que se sucedem no âmbito mundial, influenciando e desencadeando mudanças nos hábitos e costumes, modos de vida e de consumo. Assim, em um mundo onde já não são mais estabelecidas fronteiras de mercado, os meios de comunicação de massa passam a estimular e a reforçar os novos padrões de comportamento, ditando moda, formas de lazer e cultura afetando, sobremaneira, as decisões relativas ao consumo básico dos indivíduos.

No contexto da produção industrial encontram-se, também, os efeitos do movimento da globalização. As maiores corporações mundiais estão operando em todos os países, mudando o enfoque econômico. Antigamente, grandes mudanças econômicas eram desencadeadas pelos governos. Nos dias atuais, segundo Dupas (Apud Nascimento Neto, 1996, p.83), “as maiores corporações mundiais estão decidindo basicamente o que, como, quando e onde produzir os bens e serviços utilizados pelos seres humanos”. Sem o acesso a produtos de outros países, as pessoas restringiam o seu consumo à disponibilidade do mercado interno. Hoje, com a abertura econômica e a multiplicação dos mercados, é possível adquirir produtos vindos dos mais diferentes países. Desse modo, identifica-se a influência desse processo nos aspectos mais subjetivos da vida humana, nos padrões de comportamento, nas formas de lazer, hábitos e costumes que caracterizam uma cultura.

Com o objetivo de desenvolver uma reflexão sobre algumas questões intrínsecas ao movimento de globalização que tem influenciado a vida em sociedade apresenta-se, a seguir, algumas considerações relativas ao seu efeito sobre a dimensão da cultura, especificamente, a cultura corporal.

A CULTURA E O CORPO

A cultura constitui-se de um conjunto de crenças, valores e comportamentos de um determinado grupo social. Segundo Wallerstein (1994), a cultura pode ser descrita sob três aspectos: as características da espécie, o conjunto de características que define uma pessoa como membro de uma série de grupos e as características próprias de cada pessoa. Assim, quando falamos das características que não são nem universais e nem próprias de cada pessoa, geralmente usamos o termo cultura para descrever o conjunto dessas singularidades que envolvem valores, crenças e comportamentos. Esses elementos culturais são compartilhados pelos indivíduos a partir da sua percepção e interpretação sobre os fatos que ocorrem ao seu redor. “A cultura é, então, uma criação coletiva de idéias, símbolos e valores pelos quais uma sociedade define para si mesma o bom e o mau, o justo e o injusto, o verdadeiro e o falso, o possível e o impossível, o sagrado e o profano, o espaço e o tempo” (Chauí, 1995, p.50).

A cultura é revelada através das ações humanas, expressas na linguagem, no trabalho e na relação com as dimensões do espaço e de tempo. À medida que os indivíduos observam as mudanças que ocorrem ao seu redor podem reformular valores, criar novas formas de se comunicar, de organizar o seu trabalho e de se relacionar, bem como podem rever crenças e mitos que, até então, determinavam a sua conduta. A partir dos novos padrões estabelecidos os indivíduos manifestam-se nos diferentes grupos aos quais pertencem, definindo novas formas de comportamento e expressando os elementos culturais que compartilham entre si. Sendo assim, pode-se entender a cultura como uma maneira de sintetizar as formas em que os grupos se distinguem de outros grupos, construindo significados para as suas ações.

Enquanto dimensão social, a cultura é afetada por todos os processos que ocorrem no contexto da sociedade. Tais processos, por sua vez, podem ser de caráter ambiental, tecnológico, econômico, político, dentre outros. Ao se considerar a dimensão cultural, vinculada a esses aspectos da realidade social, é possível entender que qualquer alteração na estrutura estabelecida venha a gerar mudanças nos padrões culturais vigentes nos grupos.

Nesse sentido, o processo de globalização tem se constituído em um movimento gerador de amplas e profundas reformulações no âmbito da cultura dos povos, especialmente nos padrões de comportamento. O que se observa, atualmente, é que esse movimento globalizante tem como um de seus objetivos a homogeneização de princípios culturais, os quais, no contexto desse trabalho, são delimitados nas formas de comportamentos de indivíduos e de grupos.

Os mecanismos utilizados para esta homogeneização constituem-se, por exemplo, nas técnicas de propaganda que, através das redes de comunicação, procuram impor uma hegemonia na linguagem, os estilos de vestuário e os conceitos de beleza

corporal. Neste contexto específico, observa-se que a “indústria da cultura” invade desde os espaços locais, onde interagem os grupos mais básicos que formam o organismo social, como a família e os grupos de trabalho, até os territórios de abrangência nacional e transnacional.

Sendo assim, o processo de globalização, à medida que busca difundir e padronizar em nome do mercado e de forma dinâmica os novos padrões de comportamento tem afetado, sobremaneira, os hábitos, costumes e modos de viver das pessoas no que se refere à concepção de beleza e estética corporal. É comum assistir nos diversos veículos de comunicação, como o cinema e a televisão, a influência permanente sobre os grupos que manifestam a sua cultura por meio da música, da língua, da dança e da própria expressão corporal. Esses grupos, em razão das mudanças drásticas observadas no mundo e que desencadeiam discussões e a revisão de valores, crenças e mitos já estabelecidos passam, por exemplo a construir novos padrões de beleza corporal, que poderão afetar as suas diversas formas de manifestação cultural.

No que se refere à questão corporal, ao considerar-se que a ação das pessoas está diretamente vinculada aos padrões culturais que adquirem ao longo de suas vidas, não se pode analisar a vida unicamente sob sua natureza biológica. Rodrigues (1986) afirma que a estrutura biológica do homem lhe permite desenvolver os sentidos fundamentais como a visão, a audição e o olfato, além do pensar e do sentir, destacando que a cultura, seria o “rosto de suas visões” (p.125).

Geertz (1989) e Geertz, (apud Daolio,1995), por outro lado, observa a dificuldade de estabelecer limites entre o biológico e o cultural no contexto humano, tendo em vista as diferenciações existentes entre uma sociedade e outra no que diz respeito à natureza e ao comportamento das pessoas. Nesse sentido, refere que a cultura é expressa através das construções sociais e padrões culturais determinados pela sociedade.

A sociedade estabelece um conjunto de significados, valores, hábitos, usos e costumes, além de preconceitos e repressões que se apresentam na relação entre os homens. Esse conjunto de significados e preconceitos, também pode ser percebido, segundo Daolio (1995), na relação que o ser humano tem com seu corpo, já que no corpo estão inscritos todas as regras, todas as normas e todos os valores de uma sociedade específica, uma vez que é ele o meio de contato primário do indivíduo com o ambiente que o cerca. Sendo assim, ao pensar em “corpo” é preciso considerá-lo como um conjunto de significados que cada sociedade determina para os corpos, significados estes que caracterizam o que é o corpo de várias maneiras.

Kofes (1985, p.52) afirma, a esse respeito, que o “corpo é expressão da cultura” e cada cultura é expressa por “diferentes corpos”. Pode-se, identificar, por exemplo, o corpo científico traduzido em técnicas e cuja base física encontra-se nas máquinas. A ciência busca conhecê-lo para poder interferir nele. Já o corpo produtor está relacionado ao sistema capitalista, que exige a sua eficiência para atender as exigências da sociedade.

O corpo mercadoria, é aquele que se apresenta ao mercado como um produto a ser consumido.

As imagens desses corpos são difundidas como modelos superficiais a serem perseguidos. Conforme Dennis (apud Asmann, 1993, p. 72), “nossos corpos são corpos *que nos disseram que temos*, corpos inculcados e ensinados, feitos de linguagens, símbolos e imagens. As culturas, as ideologias e as organizações sempre inventam um corpo humano adequado e conforme”.

O CORPO E A INDÚSTRIA CORPORAL

Na reflexão anterior entendeu-se o corpo como expressão de uma cultura, construído diferentemente em cada sociedade. Ao expressar uma cultura corporal, a sociedade pode gerar regras relacionadas ao corpo, fazendo com que o mesmo sofra uma série de repressões, seja foco de preconceitos e normas sociais, face à padronização de um conceito único de beleza corporal.

O processo de globalização contribui intensamente na difusão de padrões de beleza considerados como fundamentais, em determinados grupos, para alcance de sucesso e realização pessoal. Observando-se as pressões e a concorrência do mercado sobre a distribuição de produtos e serviços destinados a estética corporal é possível constatar, então, a influência do movimento “globalizante” na institucionalização de certos conceitos de beleza que passam a vigorar entre os homens e mulheres.

O que se tem visto em termos de modelos estéticos, é que as pessoas devem ser altas e magras, ter rostos simétricos e perfeitos e apresentar medidas adequadas ao que sugere a “indústria corporal”. A estética da magreza e do corpo bem trabalhado é imposta pelos meios de comunicação como revistas, televisão e *outdoors*, intimando as pessoas a submeter-se à dietas e exercícios físicos. As academias de ginásticas se transformaram em templos de culto ao corpo, quando deveriam ser encaradas, primordialmente, como ambiente de alcance e conservação da saúde. Por meio da ginástica aeróbica, do alongamento, de ginástica localizada ou do *step*, as pessoas procuram “atingir” um padrão “global” de beleza.

As possibilidades de comércio transnacional, facilitadas pelos princípios da globalização, também têm permitido o acesso a outros recursos que auxiliam na construção do padrão ideal de beleza estética. Observa-se a necessidade de aquisição de produtos importados, como cremes e loções de marcas famosas, bem como a utilização de tratamentos especiais como dietas ou cirurgia plástica. As pessoas tem se servido de intervenções cirúrgicas com objetivos puramente estéticos, procurando chegar ao padrão de beleza determinado.

As campanhas publicitárias, por sua vez, também voltam-se a esse padrão

ideal que exprime modelos de juventude, beleza, sensualidade e saúde, denominados de mercadoria simbólica. “Criam-se, assim, novos segmentos mundiais de consumidores e novas necessidades, ao mesmo tempo em que se transplanta costumes e símbolos de um país para outro” (Matterlart apud Silva, 1996, p.249).

As mercadorias produzidas na indústria corporal buscam atender as necessidades dos consumidores, onde confere um maior poder à própria indústria. Para isso mecanismos como a publicidade são utilizados para identificar características e estimular desejos juntos aos consumidores (Silva, 1996). A partir desse investimento da indústria cultural, a nível global, amplia-se o mercado das práticas corporais, especialmente por parte daqueles que se dedicam a reiterar esse modelo ideal de corpo e as intervenções sobre ele, conforme divulgado pela mídia. Os gestos e movimentos corporais que eram técnicas criadas pela cultura, como o andar, o falar, o sentar-se, o comportar-se e o movimentar-se tornam-se o objeto da indústria corporal. Dessa maneira, a concepção de corpo passa a ter um conceito padronizado, globalizado pelos meios de comunicação, pela indústria, e pelo comércio.

As técnicas utilizadas nas práticas corporais também são padronizadas em todos os países. Como exemplo disso, cita-se a música, os aparelhos especiais, os exercícios e até os vestuários usados nas atividades físicas, reconhecidamente semelhantes em culturas distintas e direcionados aos mesmos objetivos de construir esse “corpo ideal”.

Ao se verificar tal realidade, observa-se que a preocupação maior não se volta à relação do homem com seu próprio corpo, considerando este como expressão de valores sexuais, amorosos, estéticos, éticos, políticos e religiosos. Para Bruel (1990, p.13), “a sociedade atual valoriza o corpo estético, que não evolui na mesma velocidade das mudanças dos padrões de corpos por ela impostos. Este modelo obedece mais a moda que qualquer dado imanente da natureza do homem. Sendo assim, esses padrões estéticos pertencem mais ao mundo do parecer do que do ser”. Nesse contexto, a imagem do corpo tornam-se nova mercadoria de consumo por meio dos diversos recursos como a maquiagem, a vestimenta e os esportes da moda. Este corpo pode ser reconhecido “como corpo objeto” ou “corpo valor de troca”, à medida que a sociedade o percebe como mercadoria e como capital que deve produzir (Medina apud Bruel, 1990).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de globalização, nesta última década, está influenciando todos os aspectos da vida humana, desde o trabalho, a educação, a indústria, a tecnologia, até a economia e a cultura.

Os meios de comunicação têm se constituído como agentes disseminadores desse movimento de globalização cultural. Em especial, observa-se o estímulo à cultura

do corpo, onde se impõe uma necessidade de defini-lo sob um padrão homogêneo, a partir do qual as pessoas sentem a necessidade de desenvolvê-lo para atingir o modelo estético. Verifica-se, então, a existência de dois corpos: “o corpo que se vê e o corpo que sente” (Gaiarsa, 1990, p. 71). O primeiro é aquele ditado pela moda, que se utiliza de todos os recursos materiais para ser admirado. Enquanto isso, o corpo que sente encontra-se esquecido influenciado por estímulos externos que priorizam a imagem que pode ser produzida e manipulada e não a essência do próprio corpo.

A indústria e o comércio massacram este corpo, fazendo com que as pessoas se sintam culpadas quando a imagem não reflete os padrões estabelecidos. É preciso romper com estas imposições, evitando que essa cultura corporal determine tal narcisismo. Há que se reverter esses valores e se buscar o que é essencial no homem, um ser social e culturalmente construído que deve ser percebido em sua totalidade, como resultante da interação entre os fatores biofisiológicos e sócio-culturais. Nesse sentido, valorizar o corpo desse homem que, segundo Bruhns (1985), se relaciona, cria, vibra, sofre repressões, percebe seu ritmo interno, possibilita todo seu ser como veículo de expressão. O corpo expressa uma personalidade, uma cultura, uma sociedade. Dessa maneira, é necessário compreender, estudar e trabalhar o corpo na sua relação com o mundo, valorizando a concepção do “ser um corpo e não do ter um corpo” (Bruel, 1990, p.13).

É essa concepção de corpo que o processo de educação deve compreender e explicar, despertando nas pessoas uma consciência corporal, que lhes permita perceberem-se no mundo em que vivem, não se subjugando a ele como uma mercadoria de troca ou de investimento.

Com base nessas considerações, entende-se que o corpo não pode ser utilizado pelos sistema segundo os seus interesses. Deve ser compreendido pela riqueza de sua totalidade que o transforma em sua dimensão verdadeiramente humana e histórica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASMANN, Hugo. **Paradigmas educacionais e corporeidade**. Piracicaba: Unimep, 1993.
- BRUEL, Rita Maria. **O corpo em movimento: eixo norteador de uma proposta curricular**. Revista Motrivivência: O corpo., nº3, Jan. 1990. Universidade Federal de Sergipe.
- BRUHNS, Heloisa Turini (Org). **Conversando sobre o corpo**. Campinas, S.P: Papirus, 1985.

- CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. 3 ed. São Paulo: Ática, 1995.
- DAOLIO, Jocimar. **Da cultura corporal do corpo**. Campinas, S.P: Papyrus, 1995. (Coleção corpo e movimento)
- GAIARSA, José. **O corpo ainda proibido e maltratado**. Revista *Motrivivência*: O corpo.nº 3, 1990.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara; Koognan, 1989.
- KOFES, Suely. **E sobre o corpo, não é o próprio corpo que fala? Ou, o discurso desse corpo sobre o qual se fala**. In: BRUHNS, Heloisa T. (org.) *Conversando sobre o corpo*. Campinas, SP: Papyrus, 1985.
- NASCIMENTO NETO, Antenor . **A roda global**. Revista *Veja*. Rio de Janeiro nº .14, 1996.
- RATTNER, Henrique. **Globalização em direção a “um mundo só”?** Em Aberto, Brasília, nº.65, jan./mar.1995.
- RODRIGUES, J. C. **Tabu do corpo**. 4 ed. Rio de Janeiro: Dois Pontos, 1996.
- SILVA, Ana Márcia. **Das práticas corporais ou porque “narciso” se exercita**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte. Ijuí, RS: n. 3, v.17, 1996.
- WALLERSTEIN, Immanuel. **A cultura como campo de batalha ideológico do sistema mundial moderno**. In: FEATHERSTONE, Mike (org.) *Cultura global. Nacionalismo. Globalização e modernidade*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1994.