

A ilusão de um ideal imagético exemplificado em crônicas de Contardo Calligaris

Lucas Martins Soldera

Francisco Hashimoto

Faculdade de Ciências e Letras de Assis – Unesp

Resumo: Este trabalho teve como objetivo compreender os sentimentos de “mal-estar” que um indivíduo pode vivenciar, caso se comporte de modo passivo diante das tendências pós-modernas (Birmam, 1999; Freire-Costa, 2004 e Fuks, 1999). Para sua realização, foram utilizadas algumas crônicas, pré-selecionadas, de Calligaris (2004) com o intuito de ilustrar a proposta. O referencial foi o psicanalítico, a partir da abordagem de Mezan (2002) denominada categoria *extramuros*. As reflexões produzidas neste trabalho poderão contribuir para a prática da clínica psicanalítica.

Palavras-chave: Psicanálise; Pós-modernidade; Imagem; Ilusão; Contardo Calligaris.

A intenção basal do trabalho foi a de expor um painel de casos que contribuam para entender melhor um indivíduo ofuscado – que sustenta uma ilusão – por propostas de ideais imagéticos em constantes modificações, transmitidos por uma sociedade e uma mídia pós-moderna.

O estudo toma como base para sua realização e desenvolvimento pesquisas bibliográficas, as quais se enquadram numa categoria de estudos chamada de psicanálise *extramuros* (MEZAN, 2002). Nessa categoria incluem-se vários tipos de trabalhos, e todos eles apresentam uma característica em comum que é a de que a “elucidação do problema escolhido não visa diretamente uma intervenção terapêutica”. Entrevistas, pesquisa em textos, descrição de um fato social ou cultural são algumas das diversas formas de coleta de dados. No entanto, há um momento em que o autor se depara com uma tarefa que é idêntica a de todos os outros métodos de pesquisa: “construir com base em uma análise do material que ainda não é psicanalítica, mas formal, uma questão psicanalítica”.

Fundamentou-se, então, na concepção de pesquisa em Psicanálise apontada por Mezan, quando afirma que Freud concebeu a ciência relacionando-a à ética do trabalho científico, realizada por meio de uma observação cuidadosa e pela inferência legítima, numa pesquisa que conquiste a condição de “verdadeira”, até que outro conhecimento possa trazer um melhor esclarecimento sobre o objeto de estudo. Mezan (2000) aponta

que a ciência considera a “passagem do sensível para o inteligível”, daquilo que pode ser compreendido e comprovado, a partir da construção de premissas para se chegar a conclusões necessárias.

Esta foi a referência considerada para efetuar este estudo teórico sobre os cuidados que determinado indivíduo tem com a imagem, considerando as questões da pós-modernidade. Buscou-se então, sistematizar alguns estudos realizados por Freud e autores contemporâneos da Psicanálise para compreender os motivos que levam tais pessoas a essa busca de uma imagem idealizada pela mídia. Quanto à sistematização, a metodologia baseou-se na leitura e na análise textual e conceitual do tema delimitado, com auxílio dos textos selecionados.

Pretendeu-se, então, neste ensaio, estabelecer um paralelo entre esse trabalho – que consiste em apresentar as conseqüências que podem advir para o indivíduo, ao submeter-se às convulsas tendências pós-modernas – com algumas crônicas de Contardo Calligaris (2004), as quais tomamos como referência, para maior clareza daquilo que ansiávamos compreender.

Podemos entender o indivíduo pós-moderno como uma relação entre o corpo e o Eu, ou melhor, como um dualismo entre essas duas expressões, em que o sujeito identifica a imagem do corpo com o contorno narcísico do Eu. Para exemplificarmos essa passagem: o reconhecimento de nossa imagem no espelho é a matriz de nossa identidade imaginária, ao mesmo tempo em que essa cultura nos ensina a pensar o corpo como coisa (Kehl, 2003, p. 243).

O indivíduo pós-moderno, susceptível às inquietudes midiáticas e sociais, vivencia um contexto em que sua imagem é tomada como o centro de seu Eu. Essa imagem, além de ser uma máscara adotada pela pessoa num âmbito social, está incumbida da realização dos sonhos e desejos desse indivíduo e é responsável pela satisfação dos seus prazeres.

Para adaptar-se a este contexto pós-moderno, ele necessita mudar sua imagem de acordo com as mutáveis tendências. Como contexto pós-moderno, Fuks (1999) nos elucidada:

... o que se denomina cultura pós-moderna gira em torno de um neo-individualismo exacerbado e hedonista, ligado a uma subjetividade consumista pronta para substituir a relação com pessoas pela relação com aparelhos e coisas, consideradas freqüentemente como narcisistas. (p. 69)

Em “*A moda: belezas extremas e indecisas*” (Calligaris, 2004, p.176) percebe-se a passividade das pessoas perante estas inconstantes tendências. Essa submissão diante dos devaneios da moda pode ser interpretada como uma atitude, por meio da qual se conquista a aceitação social, que o indivíduo julga obter por agir dessa forma.

Agora ele quer calças estreitas e camisetas justas. O problema é que uma cena parecida já aconteceu um ano atrás. Naquela ocasião, a roupa apertada foi para o lixo – substituída por calças e camisetas que pareciam velas mestras. (Calligaris, 2004, p.176)

O indivíduo, que está sendo abordado na crônica, trata seu relato de imagem como uma “moeda de troca” (Freire-Costa, 2004). Julga-a como um ideal de perfeição, ou, ao

menos, tenta possuir tal ideal, o qual não corresponde apenas à vontade própria, pois aglutina os desejos de toda uma sociedade.

Nessa mesma pós-modernidade está a sociedade – pós-moderna – que julga tal imagem e a torna obsoleta por não valorizar sentimentos e emoções. O que interessa é a imagem presente, sem imperfeições, para ser exaltada e copiada.

Seguindo esta premissa, o sujeito sacrifica-se e “rebaixa-se”, tanto física como psiquicamente, para atender aos anseios de uma sociedade tomada por uma postura perfeccionista e consumista. Em outra crônica “*Crise do mercado ou crise do sujeito?*” (Calligaris, 2004, p.232) nota-se a intenção de adequação do indivíduo a esse anseio pós-moderno, em que ele próprio tenta ser aquele ideal proposto pela atual tendência, tornando-se, assim, uma cópia. Para ele ser o parâmetro dessa tendência, utiliza-se de vários métodos, entre eles o consumismo. Consumismo que ganha *status*, neste contexto, por possibilitar uma série de transfigurações desta imagem, causando, assim, novas ilusões e uma temporária segurança de inclusão social.

O desejo de usar a representação do corpo como uma imagem pode se opor à tendência do corpo físico em manter o equilíbrio e a presteza para agir, provocando uma fratura na experiência da identidade do eu. O apelo do outro para que o sujeito se torne, sobretudo, uma mera “imagem” pode desequilibrar a economia de satisfação do esquema corporal. (Freire-Costa, 2004, p. 72)

Já na crônica “*Dois perdidos numa noite suja*” (Calligaris, 2004, p.313) encontra-se a “redução” proposital desse sujeito a, simplesmente, uma imagem, por parte da sociedade e do próprio indivíduo, a fim de buscar inserção social. Esse indivíduo ilude-se a ponto de acreditar que ser apenas uma imagem lhe trará mais benefícios do que ter vontade própria e contestar alguns propósitos pós-modernos, que lhe são cobrados a todo o momento em que esta conjuntura o subestima.

Cabe à mídia, nesta pós-modernidade, o papel de propagador dessa imagem “perfeita”. É ela quem decide qual a imagem perfeita e qual deve ser exposta para, posteriormente, ser idolatrada pela sociedade e copiada por seus “manequins”.

A mídia é o operador principal desse sistema. Sem esta, afirma-se, o espetáculo se esvazia. Caberia perguntar acerca do lugar ou instância do aparelho psíquico que a mesma vem ocupar para exercer essa capacidade subjetivante, mas também essa potência de captura imaginária e massificação. (Fuks, 1999, p. 71)

Contudo, essa mesma mídia que propaga ideais pode, com isso, causar danos, não necessariamente físicos, ao sujeito que se submete aos seus ditames. Ela pode forjar fatos – apenas para benefício próprio ou de poucos – que não condizem com o contexto real e atual. Com isso, o sujeito pode sacrificar-se por um equívoco da mídia.

Na crônica “*A mídia e as memórias de Hillary Clinton*” (Calligaris, 2004, p.345) observa-se o papel doloso que a mídia pode evocar. O manejo de informações pode trazer à tona uma opinião pública embasada em falsas, ou melhor, incompletas informações.

Essa mídia é capaz de passar, por exemplo, um ideal de imagem que não condiz com o contexto e, nem ao menos, com o sujeito. Entretanto, o indivíduo passivo ao

bombardeio de nulidades, entregar-se-á a esse dúbio pretexto, sacrificando-se por um falso ideal social.

Não houve distribuição prévia do livro à imprensa. Apesar disso, no Brasil, alguém escreveu, no meio da semana, que a única coisa interessante nas memórias era a historieta de Bill Clinton e Monica Lewinsky. Felicitações: em três dias, ele conseguiu receber o livro e ler as 500 páginas. (Calligaris, 2004, p. 345)

Como se percebe no texto, houve um equívoco, um descaso geral por um trabalho que foi, de imediato, reduzido a alguns poucos casos que, um dia, já renderam “retorno” a esse meio de propagação.

Quem está susceptível a tais padrões tem um retrato maquiado, remodelado e, por que não, deturpado de um contexto não condizente ao real, como pode notar-se neste trecho: “Será que a urgência e a preguiça de ler produziram o espírito de porco dos comentaristas?” (Calligaris, 2004, p. 346).

A inquietação à espera de um ideal por parte da mídia e da sociedade é o que leva o sujeito a uma nulidade imagética, sem uma profundidade, simplesmente uma mera imagem. Dessa forma, o sujeito toma sua imagem como uma cópia da momentânea “perfeição” e fonte de seus prazeres. Isso se aproxima do narcisismo de Freud e conseqüentemente, da própria obra de Ovídio¹.

Toda esta construção, colorida pelos ouropéis do artifício, é mediada pelo universo da imagem. Esta é sempre a personagem principal que é valorizada e inscrita nos roteiros performáticos da pós-modernidade. A imagem é, pois, a condição *sine qua non* para o espetáculo na cena social e para a capitação narcísica do outro. A imagem é a condição de possibilidade da sedução e do fascínio, sem a qual o ideal de captura do outro não pode jamais se realizar neste festim diabólico de exibicionismo. (Birman, 1999, p. 45)

A frivolidade – superficialidade – do sujeito em uma mera imagem a ser copiada, pode levar esse indivíduo e, principalmente sua imagem à inutilidade. Nota-se, a partir disso, o medo que o sujeito possui de ser excluído desta sociedade – com tamanha facilidade – a mesma sociedade que tanto exaltava aquela pessoa. Percebe-se em “*O pato, a nostalgia e a indústria do aconchego*” (Calligaris, 2004, p.216) excessos que possivelmente causarão a estagnação ou a deterioração da imagem cobiçada em uma das tendências pós-modernas, devido ao excesso de investimentos nessa figura. Tais investimentos abusivos podem ser exemplificados pelo uso de modernos métodos tecnocientíficos e pelas aquisições consumistas, utilizados para transfigurar essa imagem de uma tendência à outra, ou mesmo, para “corrigir” qualquer *pseudodefeito* que esse sujeito julga possuir.

Na pós-modernidade, ser homem implica em ser reconhecido como imagem por outro que também o é. Nisso, as práticas de consumo produzem, para além de objetos de promessas de satisfação, um tipo de laço social particular. O consumismo

¹ Para situar o leitor, Ovídio é autor da obra “As Metamorfoses” na qual se encontra o mito de Eco e Narciso, de uma edição do fim do século XV. Obra esta, utilizada por Freud em seu trabalho, quando esse é influenciado pela mitologia.

requer um espectador ou testemunha. O ato funciona como signo para o reconhecimento de outro. (Fuks, 1999, p. 70)

Por meio desses mesmos investimentos, que visam a manter o sujeito em evidência, essa imagem pode ser levada à inutilidade. O medo provém desse contexto de instabilidade imagética, no qual o sujeito deve estar sempre pronto para seguir as pretensões da moda e o que a moda lhe proporciona naquele momento, caso queira se manter em evidência, “controlando”, desse modo, sua não exclusão.

Tem-se, então, uma imagem e não um indivíduo. Imagem que para ser exposta deve ser aprovada socialmente. Por isso, muitas vezes, deve ser mudada por menor que seja seu “defeito”. Decorre daí o crescimento em vendas e procura de serviços e produtos relacionados à estética, como por exemplo: cirurgias, produtos light/diet, regimes, dietas, academias, anabolizantes, suplementos alimentares, dentre outros.

O avanço real ou ideologizado da ciência e da tecnologia mudou o perfil da idealização da imagem corporal. Até bem pouco tempo, buscava-se alcançar no futuro a *perfeição* mítica do passado sentimental; hoje, imagina-se que a perfeição será conseguida pela *perfectibilidade* física prometida pelas novas tecnologias... (Freire-Costa, 2004, p. 77)

A constante preocupação com a imagem e a procura de tais serviços especializados nos remete novamente ao consumismo. O intuito desse consumismo é a conservação de uma ilusão – ideal – a qual, se abalada, por menor que seja o “dano”, comprometerá, e muito, a aceitação social desse sujeito, segundo ele próprio.

A sociedade incentiva estas atitudes, que propagam, por meio da mídia, espécies de grupos que excitam o indivíduo a tais ações. Em “*Comilanças, bebedeiras e outros excessos*”, Calligaris (2004, p.280) explana a constante preocupação com esta imagem, tendo-a como uma chave para a aceitação social, cujos excessos podem acontecer – e acontecem – incitados por determinados grupos que propagam esses atos. O ideal imagético, entretanto, não pode, jamais, ser abalado por tais motivos.

Por esta causa, o sujeito sempre estará vagando à espera de ordens providas da mídia e das mudanças pós-modernas. Contudo, o ato de “se entregar” a estas tendências demanda tempo para adquirir uma postura, perante os outros, que lhe traga satisfação. Mas, e as constantes mudanças pós-modernas? Nesse contexto tudo é transitório, nada deve se fixar se quiser se sobressair.

... a oferta precisa diversificar-se. Os signos de reconhecimento devem ser passíveis de desinvestimento afetivo e substituíveis. Tudo deve ser *light*, nada deve pesar nem fixar-se. (Fuks, 1999, p. 77).

Tais tendências são mutáveis e é daí que provêm as frustrações do sujeito. Ao tentar copiar este quadro (imagem) atual, o sujeito dirige suas intenções, suas ilusões e seus desejos para a realização da demanda dessas tendências. Mais tarde, este sujeito estará frustrado pelos mesmos operadores – a mídia e a sociedade – que lhe transmitiram essa primeira ilusão de idealismo, a qual almejava alcançar, ou já alcançou, pois neste “outro presente” a tendência pode já ter mudado. “O presente é passado”.

Com isso, o indivíduo se torna uma cópia de algo que lhe foi passado e antes disso preestabelecido. Ele será a expressão daquela tendência por um determinado tempo, até que se exija outro ideal imagético. A imagem é, nesse contexto, como uma roupa da moda e a sociedade comporta-se como uma platéia de alguma passarela em âmbito social, onde desfilam indivíduos passivos – sujeitos, “manequins” – exibindo as tendências pós-modernas.

A exposição (com seu catálogo excelente) mostra como o corpo humano é amoldado a cânones de beleza. O pescoço, o ombro, o peito, a cintura, os quadris e os pés desfilam transformados em sua aparência (e, às vezes, em suma anatomia) por inúmeros apetrechos indumentários. (Calligaris, 2004, p. 177)

Nesta passarela se sobressai aquele que se tornar o principal objeto do veículo propagador de ideais – a mídia – para a sociedade pós-moderna e, em conseqüência disso, estará em evidência. A busca por reconhecimento é frenética e incomensurável, haja vista a crônica “*Hollywood dentro de nós*” (Calligaris, 2004, p.321) na qual a procura por um “lugar ao Sol” é incessante. O sujeito desta crônica sacrifica-se para atingir essa ou/e aquela tendência e, dessa forma, estar proeminente em relação aos outros. Sem isso ele julga não conseguir ter o que tem e ser quem é; mas afinal, quem, realmente, ele é? Ele chega a ser? Talvez uma cópia... uma contradição, que ao tentar incluir-se socialmente abre as portas para sua exclusão, por “reduzir-se”.

O consumismo propagado pela mídia dá mostras de ser um “proporcionador” de critérios exigidos pela sociedade pós-moderna e seus anseios. Tais critérios podem ser diversificar desde bens de consumo até afetos.

A submissão a esses anseios leva o indivíduo a pensar que o que possui e é não satisfaz as pretensões da sociedade pós-moderna. Precisa, para isso, comprar o que esse consumismo pode lhe proporcionar de mais “satisfatório” – tanto pessoal (ou não), quanto social.

Cabe à mídia representar o carro chefe da propagação desse consumismo:

A produção deste imaginário social se realiza de diversas maneiras, entre as quais se destaca a mídia. Sem esta o espetáculo se esvazia, perdendo o seu colorido retumbante e o seu poder de captura do outro. Tanto pelas vias da televisão quanto da informática e do jornalismo escrito, a cena pública se desenha sempre pelas imagens. Desta maneira, não se pode mais opor o original e a cópia, pois o *simulacro* perpassa a totalidade do tecido social, constituindo uma nova concepção de realidade e do que seja o real. (Birman, 1999, p. 45)

A mídia pode ser considerada a luz que ilumina o caminho desta trajetória consumista pós-moderna para a evidência e a aceitação.

Os sacrifícios e objetivos desse sujeito se resumem em uma única expressão: aceitação social. Percebe-se que na maioria das crônicas mencionadas, o tema recorrente é a inclusão social. O sujeito teme por não ser aceito como é, ser taxado como comum e monótono e, em virtude disso, ser excluído.

No desejo de “resolver” o problema, ele toma essa trilha da idealização imagética. Sua razão está na idéia: ao estar em evidência para a sociedade e “acima” de outros, conseqüentemente, ocupará uma posição de privilégios, em que sua exclusão não será

posta em cheque, pois alguém precisa dele. Segue, assim, um raciocínio que o colocará à margem de seu maior medo, uma vez que submetido às demandas pós-modernas se reduzirá a meras imagens; sua exclusão estará em vias de acontecer, pois imagens são transitórias neste contexto, juntamente com as tendências pós-modernas em seu convulsivo ritmo e, quando este não mais conseguir segui-las, seu reino de ilusões cairá por terra.

Soldera, L. M., & Hashimoto, F. (2005). A ilusão de um ideal imagético exemplificado em crônicas de Contardo Calligaris. *Revista de Psicologia da UNESP*, 4(1), 1-8.

Abstract: *This article is to present a try of understanding some of the feelings of misfortunes one can be submitted to one the individual assumes a passive role when faced to post-modernity tendencies (Birmam, 1999, Freire-Costa, 2004 e Fuks, 1999). Therefore some previously selected chronicles by Contardo Calligaris (2004) were used as a way of exemplifying our intentions. The concept of “extramuros” proposed by Mezan (2004) is used as psychoanalytic concept. The reflexions wich rise up from this work could contribute to clinical practice in psychoanalysis.*

Keywords: *Psychoanalysis, post-modernity, image, illusion, Contardo Calligaris.*

Referências

- Andrade, V. M. (1999). O conceito freudiano de narcisismo e a psicanálise atual – conseqüências teóricas e técnicas da introdução do conceito de narcisismo. *Revista Brasileira de Psicanálise*, 33(4), 631 – 649.
- Birman, J. A (1999). Psicologia na pós-modernidade – as alquimias no mal-estar da atualidade. *Revista Latino-americana de Psicopatologia Fundamental*, 2(1), 35-49.
- Birman, J. A (1997). *Estilo e modernidade em psicanálise*. (1^a. ed.). São Paulo: Editora 34.
- Calligaris, C. (2004). *Terra de ninguém*. São Paulo: Publifolha.
- Débord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto.
- Freire-Costa, J. (2004). *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Editora Garamond.
- Freire-Costa, J. (1998). *Sem fraude nem favor: estudos sobre o amor romântico*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Freire-Costa, J. (1985). *Violência e psicanálise* (2^a. ed.). Rio de Janeiro: Edições Graal.
- Freud, S. (1996). Sobre o narcisismo: uma introdução In S. Freud, *Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud* (J. Salomão trad., Vol. 14). Rio de Janeiro: Imago. (Trabalho original publicado em 1914).

- Freud, S. (1996). *Conferências introdutórias sobre psicanálise*. In S. Freud, *Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud* (J. Salomão trad., Vol. 16). Rio de Janeiro: Imago. (Trabalho original publicado em 1917).
- Freud, S. (1996). Luto e melancolia. In S. Freud, *Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud* (J. Salomão trad., Vol. 14). Rio de Janeiro: Imago. (Trabalho original publicado em 1917).
- Freud, S. (1996). O futuro de uma ilusão. In S. Freud, *Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud* (J. Salomão trad., Vol. 21). Rio de Janeiro: Imago. (Trabalho original publicado em 1927).
- Freud, S. (1996). O mal-estar na civilização. In S. Freud, *Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud* (J. Salomão trad., Vol. 21). Rio de Janeiro: Imago. (Trabalho original publicado em 1930).
- Freud, S. (2004). À guisa de introdução ao narcisismo. In: S. Freud, *Escritos sobre a psicologia do inconsciente*. Rio de Janeiro: Imago. (Trabalho original publicado em 1914).
- Fuks, M. P. (1999). Mal estar na contemporaneidade e patologias decorrentes. *Psicanálise e Universidade*, 10, 63-78.
- Holmes, J. (2005). *Narcisismo* (C. M. Rosa trad.). São Paulo: Editora Duetos.
- Kehl, M. R. (2003). As máquinas falantes. In: A. Novaes (org.), *O homem máquina: a ciência manipula o homem*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Laplanche, J., & Pontalis, J. B. (2001). *Vocabulário da psicanálise* (P. Tamen trad., 4a. ed.). São Paulo: Martins Fontes.
- Mezan, R.(1993). *A sombra de Don Juan e outros ensaios*. São Paulo: Brasiliense.
- Mezan, R.(1998). *Tempo de muda – ensaios de psicanálise*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Mezan, R.(2000). *Sigmund Freud: a conquista do proibido*. São Paulo: Ateliê Editorial.
- Mezan, R.(2002). *Interfaces da psicanálise*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Mezan, R.(2002). *A vingança de esfinge – ensaios de psicanálise*. São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Ovidio. (1983). *As metamorfoses* (D. Jardim Jr., trad.). Rio de Janeiro: Ediouro.
- Palacios, S. A.(1998). A ilusão do todo. In C. A. Kishida, & E. S. Lannes (orgs.), *Cultura da Ilusão*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria.
- Silva, M. E. L. (1993). Pensar em psicanálise. In M. E. L. Silva (coord.), *Investigação e Psicanálise*. Campinas, SP: Papirus.