



## Raça, gênero e classe nos *media*

### *Race, gender and social status in the media*

Marta Maria Lopes Cordeiro

Mestre em Belas-Artes, doutoranda em Belas-Artes – Teoria da Imagem na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, professora no Departamento de Teatro da Escola Superior de Teatro e Cinema do Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa - Portugal, e-mail: muitointeressante@gmail.com

---

#### Resumo

A valorização do corpo na contemporaneidade teve início na Modernidade, por meio da responsabilização do indivíduo por si como cidadão. No entanto, e de acordo com a organização social moderna e o seu projeto de ordenação do real, o corpo moderno encontra-se determinado pelas categorias de gênero, raça e classe, que estabelecem limites às possibilidades efetivas de escolha por parte dos indivíduos. Atualmente e apesar da diluição dessas categorias e da valorização efetiva das opções individuais, fruto da emergência da sociedade de massas, continua a verificar-se a existência de estereótipos de gênero, raça e classe nas representações dos *media*, cujo alcance é determinante como modelo que guia os indivíduos na construção dos seus corpos. A figura do *cyborg*, como descrita por Donna Haraway no *Manifesto Cyborg*, surge como utopia política que mescla realidade e ficção, e cuja argumentação é a de fazer terminar qualquer distinção e categoria, abolindo a sociedade regida pelo homem ocidental.

**Palavras-chave:** Corpo. *Media*. Categoria. *Cyborg*.

#### Abstract

*Contemporary attribution of value to the body had its beginning with Modern Age, with people having the responsibility for themselves as citizens. Yet, and according to the modern social organization and its project in ordination of reality, the modern body is determined by categories of gender, race and social status, which draw limits to the real possibilities of choice by individuals. Nowadays, and in spite of the fading of those categories with the emergence of the mass culture, one can still witness such stereotypes of gender, race and social status in media representations,*

*whose range is determining as proposal of a model to be followed by individuals in the construction of their own bodies. The character of the cyborg, as described by Donna Haraway in the Cyborg Manifest, comes as a political utopia, made out of reality and fiction and which seeks to make any differentiation or category come to an end, abolishing the society ruled by the white man.*

**Keywords:** *Body. Media. Category. Cyborg.*

## O corpo, objeto de investimento

Nas sociedades pré-modernas, os indivíduos eram educados para não terem corpo; ao corpo, matéria pecaminosa, era quase pedido que deixasse de existir, que não aparecesse, que não interferisse e deixasse a alma seguir o caminho da salvação. A Modernidade reabilitou o corpo, libertou-o do jugo da religião, transformou o indivíduo em cidadão para que este se tornasse responsável pelo seu corpo e permitisse a sua exploração como força de trabalho. Hoje, pede-se ao corpo que apareça, que reivindique, pede-se aos sujeitos que façam do seu corpo um objeto de investimento. “O corpo não é a própria evidência?” (BAUDRILLARD, 1995, p. 136). Parece que não, o corpo é uma construção social e o entendimento deste depende das relações sociais forjadas em dada época. No momento atual, em que o mercado de consumo pede aos sujeitos a dupla função de produzirem e consumirem, o corpo torna-se foco de atenção pois, convertido em objeto de salvação, assimila as diretrizes que gerem a propriedade privada e torna-se objeto de investimento por parte dos indivíduos. O indivíduo libertado de Deus ou das Instituições – a Igreja, o Estado, a Família como “grandes narrativas” (LYOTARD, 1989, p. 40) – tenta, agora, modelar o corpo à sua imagem que é altamente influenciada pelos *media* dependendo estes, por sua vez, de receitas provenientes da publicidade para sobreviverem.

## A expansão dos *media*

O avanço e conquista do espaço e tempo a partir do desenvolvimento das tecnologias da informação fazem cair dois aspectos fundamentais na construção dos indivíduos e das sociedades: a partilha, oposição e posterior construção de ideias por meio do discurso oral e a ocupação do espaço público.

Relativamente ao primeiro ponto, de acordo com Harold Innis (apud SUBTIL, 2003), a oralidade afirma-se como sendo um dos fatores essenciais para o funcionamento da democracia, por oposição à possibilidade de instituir um “monopólio de conhecimento” por meio da disseminação de informações num espaço alargado que não tem em conta as especificidades dos indivíduos e favorece a homogeneização cultural. Como meios de comunicação de massas, os *media* pretendem chegar ao maior número possível de espectadores a partir da criação de produtos que seguem a lógica do consumo: a informação transforma-se em mercadoria.

Por outro lado, de acordo com Paul Virilio (2000), está em causa a perda de confiança no que é próximo – o vizinho, o amigo – e a criação de uma proximidade fictícia com o que está longe – o personagem da telenovela, por hipótese. A televisão permite o contágio sem contato e cria correntes de opinião que não se alicerçam no debate, mas na crença de partilhar essa mesma opinião com um grande número de indivíduos – o público televisivo. Perde-se a possibilidade de ocupar o espaço público, o espaço da cidade (a praça, o fórum) e, em substituição, a imagem mediatizada ocupa o lugar do real.

Se pensarmos que em 1996, 98% dos americanos tinham televisão em casa e que em 1999, um terço da população americana tinha internet (CROTEAU; HOYNES, 2000, p. 5), podemos perceber a influência dos meios de comunicação na construção social do real; os *media* são dos maiores agentes educacionais, ocupando posições antes pertencentes às instituições tradicionais – como a família – e o seu campo de atuação influencia, de forma decisiva, a construção social do real, agora dependente da interpretação da experiência mediada, e a própria percepção do Eu, mais que nunca construída por comparação com as imagens veiculadas pelos *media*.

Na obra *Sobre a Televisão*, Pierre Bourdieu (1997) sustenta uma posição fortemente crítica em

relação a esse meio de comunicação e, uma vez que a televisão é, talvez, o *media* com maior audiência, pensamos que a análise é significativa e passível de ser alargada a outros *media*. De acordo com o autor, a televisão é um instrumento de manutenção da ordem simbólica que serve, como noutras épocas, os poderes dominantes. Bourdieu fala-nos na sustentação da moral pequeno-burguesa, sendo os apresentadores, comentadores e demais participantes porta-vozes de um consenso simbólico que ensina e dita regras de entendimento da realidade. Os *media* formam opiniões sobre o espaço social numa lógica em que a violência simbólica “[...] se exerce com a cumplicidade tácita dos que a sofrem e também, muitas vezes, dos que a exercem na medida em que uns e outros estão inconscientes do fato de a exercerem ou de a sofrerem” (BOURDIEU, 1997, p. 9). Da parte dos profissionais da informação, o compromisso com o sistema provém da própria necessidade de manter os níveis de audiência e é questionável o poder real que estes exercem sobre a estrutura dos *media*. Ao público, parece-lhe ter nas mãos o poder de interpretar, e tem-no, de fato, pelo menos em última análise; acontece, porém, que a forma como a mensagem é transmitida transporta, desde logo, a possível descodificação. A célebre frase de McLuhan, “o meio é a mensagem”, resume essa ideia; é preciso ter em conta que, na descodificação de um conteúdo estão, à partida, implicadas as condições de recepção deste conteúdo. Ao nivelarem as informações, posicionando-as em sequências que colocam em níveis idênticos conflitos armados e mensagens publicitárias, os *media* impõem uma estrutura perceptiva que, nas palavras de Baudrillard (1995, p. 128), promove a “[...] desarticulação do real em signos sucessivos e equivalentes [...]”, provocando a abstracção de qualquer deles. Os *media* introduzem novas formas de perceber a realidade e, deste modo, a agência humana encontra-se determinada pela estrutura destes, donde a interpretação necessária à construção de sentido está, à partida, afeta o próprio meio de comunicação.

Em 1840, a invenção do telégrafo trouxe novas possibilidades aos *media* uma vez que a mensagem, para circular de local para local, deixou de estar dependente de uma “viagem física” e os indivíduos passaram a ter um acesso mais rápido a informações relativas a contextos longínquos. O aumento da quantidade e velocidade de informação daí decorrentes

teve como consequência que as notícias passassem a ser dadas como fatos isolados, sem a contextualização necessária à sua total compreensão. Essa perspectiva é apoiada pelos escritos de Bourdieu que fala de “[...] uma sucessão de histórias absurdas que acabam por se assemelhar todas umas às outras [...]” (BOURDIEU, 1997, p. 114) e que, por serem apresentadas sem perspectiva histórica e de forma nivelada, não são compreendidas pelo público e, ao invés de fomentarem a tomada de posições políticas e a mobilização da sociedade civil, mais não fazem que aumentar os medos e os sentimentos de insegurança.

O aparecimento do comboio permitiu conquistar geograficamente os mercados; mais tarde foi o tempo, entendido como dimensão do espaço, que passou a ser cobiçado pelos diversos domínios do comércio e controlo. O Domingo era, até 1880, um espaço livre do controlo do Estado e do comércio; nessa data, surgiu o primeiro jornal de Domingo, o *New York Sunday World*, que, a pretexto de “aumentar” e “melhorar” a comunicação, violou o que era espaço de ninguém. Mais tarde foi a fronteira da “noite” a ser abolida a partir da emissão contínua de programas de rádio e, posteriormente, da programação noturna da televisão. É o espaço de lazer do indivíduo que passa a poder ser medido como valor econômico e é esse o valor a conquistar, tendo como indicadores os níveis de audiência. Daí que, à partida, os *media* estejam dependentes das estruturas de pensamento do público; o problema de saber quem controla, quem mostra-se irresolúvel, pois, como avançamos antes, os *media* influenciam decisivamente as opiniões dos indivíduos, nomeadamente por meio da imposição de formas de perceber mas, por outro lado, a sociedade pressiona os meios de comunicação a partir das escolhas que faz em termos de programação, escolhas essas que, traduzidas em percentagens e volume de vendas, direcionam as programações. Como estratégia, os *media* visam a estabelecer consensos, agradar ao maior número possível de consumidores e, para tal, abdicam muitas vezes de veicular informações com possibilidades de abalar as estruturas de pensamento instituídas, limitando-se a recorrer a fórmulas estereotipadas que não pressupõem, da parte do público, qualquer esforço ou desafio. Bourdieu (1997, p. 10) apelida de fatos *omnibus* aqueles que interessam a qualquer sujeito, não criam divisões de opinião, mas não são relevantes.

A separação entre tempo e espaço, característica da sociedade moderna, é determinante na construção das identidades dos sujeitos: estas deixam de ter em conta as características específicas do lugar para passarem a ser influenciadas pelas informações disponíveis nos *media*, vindas de diversas partes do globo. A questão da globalização cultural, tratada por diversos teóricos, implica perdas e ganhos: perdas ao nível das características identitárias de comunidades específicas, ganhos que se traduzem pela possibilidade de escolha, entre um leque imenso, oferecida a sujeitos particulares. É preciso ter em conta, no entanto, que essa questão não pode ser medida apenas pelos efeitos: a erradicação de determinadas comunidades de gosto ou a perda de certos hábitos não é, apenas, consequência da avaliação que destes se faz: ela é quase inteiramente jogada no campo do poder econômico e político. Ao longo desse processo, os *media*, em particular a televisão graças ao seu alcance territorial, jogam um papel decisivo na difusão de modelos e estilos de vida que, quando assimilados pelos sujeitos, passam a ser adaptados em detrimento de rotinas tradicionais.

## O corpo moderno, o corpo contemporâneo

A Modernidade assenta na organização racional do mundo e na categorização do conhecimento de acordo com disciplinas ou unidades estanques; Boaventura Sousa Santos (1988) fala de três instâncias – o Estado, o Mercado e a Comunidade – a que correspondem três lógicas de racionalidade, a estético-expressiva da arte e da literatura, a moral-prática da ética e do direito e a cognitiva-instrumental da ciência e da técnica. A essa organização da sociedade corresponde a análise e legibilidade dos indivíduos de acordo com as categorias de raça, gênero e classe, sendo a figura do europeu macho e socialmente ajustado o considerado ideal. É nesse contexto que, em 1835, Adolphe Quételet, na obra *A Treatise on Man, and the Development of his Faculties*, propõe um sistema de medição das probabilidades no comportamento humano introduzindo a ideia de que, partindo da medição de determinadas características físicas de uma raça ou nacionalidade, é possível averiguar as características psicológicas da multidão. A partir desses estudos, elabora o conceito

de “homem-médio”, o primeiro conceito operativo que agrupa, de forma sumária, as características humanas e, funcionando como unidade de medida, possibilita perceber que particularidades são normais ou desviantes. Posteriormente, o “homem-médio” passa a ser apresentado como um “tipo ideal” e considera-se anormal o que se desvia das curvas de normalidade induzidas; em simultâneo, os estudos antropológicos centram-se na perspectiva de que as diferenças físicas correspondem a formas culturais situadas num dado patamar de evolução das sociedades (sendo a ocidental a mais avançada) e passam a debruçar-se sobre a diferença – as raças inferiores, as mulheres, os anormais – numa tentativa de encontrar as particularidades físicas que justifiquem a integração dos indivíduos em categorias.

Raça, gênero e classe são categorias que, atualmente, tendem a dissolver-se, em consonância com uma sociedade mais dinâmica. O crescimento do mercado de massas torna acessível aos indivíduos a construção de um percurso que não se encontra determinado por questões hereditárias ou de nascimento, proporcionando a mobilidade entre classes e a igualdade de gêneros e raças, direitos que passaram a ser reivindicados pelos grupos então minoritários da década de 1960. O corpo passa a ser, também, um projeto que se exclui aos estereótipos de raça, gênero e classe, fato motivado pela vontade e responsabilidade individual aliada às capacidades científicas e tecnológicas que permitem, efetivamente, alterar o corpo.

## Raça, gênero e classe nos *media*

A atual proliferação de modelos de corpo não exclui, no entanto, que os corpos que surgem rotineiramente nos *media* e que, por isso, se constituem como modelos de corpo vigentes e que guiam os indivíduos, continuem a ser atravessados e lidos em função das categorias de raça, gênero e classe.

A Barbie é uma boneca extremamente popular, que existe desde 1959 e que, desde essa data, tem-se adaptado aos padrões de vida da mulher, assumindo diversos papéis que vão da noiva à doméstica, passando pela empresária de sucesso; diferentes nacionalidades e etnias (a americana, a latina, a europeia, a australiana, a africana e a asiática); diferentes atividades (a ginasta, a *motard*, a

*rapper*, a *pop star*) conseguindo, ainda, assumir a pele de várias celebridades, como a de Marilyn Monroe. O “universo Barbie” é extenso e contém os vários estereótipos de sonhos femininos (como mostra a Barbie princesa) e, também, os sonhos masculinos em relação à mulher, visíveis na semelhança entre a Barbie e as modelos da *Playboy*.

O corpo da Barbie, que é um corpo magro, de seios proeminentes, cintura estreita e pernas muito compridas, corresponde ao exagero das medidas padrão para o corpo feminino; as medidas 86-60-86, em si mesmas impossíveis, são extremadas na boneca. O corpo da boneca encontra-se diretamente relacionado com o seu estilo de vida, muito próximo do das “celebridades”; a Barbie é o exemplo do corpo consumista, o corpo que dispende tempo em ginásios, que se cuida, maquiagem, adorna, que serve para ser vestido e que, para tal, conta com uma imensa coleção de figurinos, alguns desenhados por personalidades como Yves St. Laurent, Pierre Cardin, Jean-Paul Gautier ou Christian Dior. Não é de estranhar que a Matel tenha lançado, acompanhado da Barbie, um livro intitulado *Don't Eat*, no qual são indicadas formas de perder peso. O *kit* lançado com Ken, o namorado de Barbie, continha um *snake* e um pacote de leite (ROGERS, 1999, p. 125).

Tal diferença entre homem e mulher que, no exemplo apresentado a propósito dos *kits*, supõe que a mulher tem que ser magra e que o homem não necessita de cuidado (seja porque a sua função é a de chefiar e não de adorar, seja porque as calorias são formas de alimentar o músculo, atributo masculino por excelência) é explorada por Judy Attfield (1996) no artigo *Barbie and Action Man: adult toys for girls and boys, 1959-93*. Utilizando como exemplos a Barbie e o *Action Man*, bonecos adultos, Attfield avança a ideia de que esses bonecos (de grande aceitação no mercado) implementam e reforçam os estereótipos acerca dos papéis desempenhados pela mulher e pelo homem. Curiosamente, a Barbie surge em 1959 e o *Action Man* em 1966, época de revoluções, em que as definições tradicionais de gêneros começaram a ser questionadas, nomeadamente pelas feministas, surgindo a moda unissexo e a figura do ser andrógino, muito presente na obra de artistas como Pierre Molinier.

A forma como é construído o corpo de cada boneco denota os preconceitos que associam o feminino à passividade e o masculino à atividade. Assim, o corpo da Barbie tem poucas articulações,

apenas as necessárias à realização de tarefas relacionadas com as desempenhadas normalmente pelas “celebridades”. As alterações do corpo da Barbie no sentido de dotá-lo de uma maior capacidade de movimentação (por exemplo, dobrar os joelhos, rodar o tronco, rodar os braços) têm como objetivo fazê-la cumprir tarefas como sejam jogar *golf* ou tênis, dançar, segurar o telefone, a televisão portátil ou uma bebida. O *Action Man*, por seu turno, é dotado de um complexo sistema de articulações que permitem a execução de um largo número de movimentos; o *Action Man* é um boneco pensado para agir.

Ação, violência, poder, domínio, sucesso, racionalidade e coragem são conceitos tradicionalmente inscritos no campo masculino que, na aparência, se afirmam por meio do desenvolvimento muscular. A figura do herói, que continua a estar presente nos filmes de ação de Hollywood – o homem que luta contra todas as adversidades, que enfrenta todos os adversários e, no fim, salva a mulher e conquista o seu amor, o do ser passivo, desprotegido e fascinado pelas qualidades do herói – é a súpula das qualidades exigidas ao homem, sendo que estas estão diretamente relacionadas com o poder e vigor do corpo e atravessam todas as classes sociais e raças. Poderíamos supor que os músculos são importantes para as classes operárias que, por não terem acesso a formas mais abstratas de poder – poder econômico, cargos de chefia –, encontram na superioridade física uma forma de perpetuação do domínio masculino. No entanto, e sem pretender que o acesso a outros tipos de capital simbólico diminui a necessidade de exibir os músculos, observamos que a preocupação com o corpo é uma constante. É verdade que essa mesma preocupação atravessa toda a sociedade, mas, o caso masculino, encontra-se simultaneamente ligada ao poder e à afirmação da masculinidade. Barry Glassner (1995), em *Men and Muscles*, afirma que a maternidade é a condição necessária à distinção da mulher. Como o homem não possui qualquer característica que o defina, faz dos músculos essa diferença. No mesmo artigo, Glassner propõe que a autoestima masculina se encontra diretamente relacionada com a estrutura física, fornecendo alguns exemplos de homens que, por terem corpos frágeis, sofrem vários complexos (um em 256 adolescentes pouco musculados sofrem de distúrbios de personalidade). Por esse motivo, as conclusões de um estudo realizado pelo sociólogo

Alan Klein (apud GLASSNER, 1995, p. 257) mostram que os *bodybuilders* são, normalmente, homens com baixa autoestima para quem o desporto funciona como terapêutica narcisista.

Apesar da crescente democratização das imagens e conteúdos dos *media* e da tendência para integrar e respeitar as minorias, existem autores que sustentam existir uma manutenção, ainda que mais sutil, dos estereótipos relativos às grandes categorizações modernas – gênero, raça e classe. No que respeita à divisão de gêneros, da qual enunciaremos as características mais relevantes relativamente aos estereótipos a ela associados, David Croteau e William Hoynes (2000) avançam a ideia de que as formas de tratamento da mulher e do homem continuam a divergir. Os autores referem ser mais comum encontrar personagens masculinos em séries ou filmes de ação e drama e menos em comédias e telenovelas; normalmente, o homem ocupa profissões de estatuto elevado enquanto, muitas vezes, a mulher não trabalha (vivendo dos rendimentos do marido rico) ou é doméstica.

Relativamente às questões de raça, passamos de uma situação, nos anos 1920 e 1930 do século XX, em que os negros estavam praticamente ausentes nas produções de Hollywood e, quando presentes, eram escravos ou *entertainers*. A ideia do escravo cômico segue a imagem de Sambo, personagem introduzido em 1795, um negro que, constantemente, cantava canções sem sentido e dançava alegremente, parecendo feliz com a condição de escravo. Esse personagem era sempre interpretado por atores brancos, pintados de negro. Com o fim da escravatura, o escravo foi substituído pelo servo fiel que, no caso feminino, correspondia à ama negra (*black mummy*). Nos anos 1940 e 1950, os negros mantinham a condição de personagens cômicos e, nos anos 1960 e 1970, começaram a desempenhar papéis em dramas televisivos. Na mesma altura, embora em menor percentagem, começaram a aparecer outras raças. Em 1991-1992, 11% da população dos Estados Unidos era negra e, na televisão, 9% dos personagens da programação diária da televisão eram negros (CROTEAU; HOYNES, 2000, p. 200). Ainda assim, e sempre a propósito da televisão americana, Croteau e Hoynes avançam a ideia de que continuam a existir estereótipos racistas. A série *The Cosby Show*, dos anos 1980, centra-se na

história de uma família afro-americana que conseguiu atingir o “sonho americano”. Paralelamente, as reportagens acerca dos negros apresentam-nos como uma classe mergulhada no crime, drogas e violência. Os autores concluem que, implicitamente, está a ser dito que o fato de alguns negros atingirem o sucesso, (os padrões das famílias brancas) e outros não, só depende deles mesmos, ou seja, “[...] *the failure of other blacks is their own fault*” (CROTEAU; HOYNES, 2000, p. 208)<sup>1</sup>.

No que respeita à representação das classes, é de notar o fato de, apesar de uma grande percentagem de indivíduos ser precariamente remunerada, a televisão apresentar regularmente imagens de indivíduos de elevado poder econômico ou de classe média. Tendo em conta que muita da programação televisiva é preenchida com anúncios publicitários, parece-nos claro que a representação das dificuldades econômicas é adversa à estratégia de vendas; relativamente às séries de entretenimento, o argumento mantém-se. Muitas das séries e telenovelas são veículos que publicitam estilos de vida consumistas, tornando-se cada vez mais recorrente encontrar publicidade explícita a determinados produtos nessas séries. Por outro lado, as séries de entretenimento, por serem isso mesmo, têm tendência a excluir situações muito problemáticas ou conflituosas, relacionadas com a pobreza extrema.

Croteau e Hoynes dizem existirem poucos estudos acerca das representações de classes mas, ainda assim, avançam a série *The Simpsons*, como exemplo do entendimento das classes operárias. De acordo com os autores, a situação da família Simpson é da responsabilidade de Homer e Marge, sobretudo de Homer, o “chefe de família” que, graças à sua incompetência, não consegue alterar as condições de vida da família. Esse fato é sublinhado quando os indivíduos que interagem com Homer e que revelam um nível de vida superior, são mais inteligentes e competentes que o próprio e quando os próprios filhos superam a inteligência do pai (Lisa é uma criança prodígio e Bart um rapaz obstinado). A postura de Homer exclui todas as responsabilidades sociais que possam determinar a inclusão de um dado indivíduo numa estrutura social e econômica concreta, fazendo crer que o insucesso da classe operária depende da sua incompetência quando, por oposição, o sucesso da classe média se deve unicamente à sua inteligência e competência.

<sup>1</sup> O fracasso dos outros negros é culpa deles mesmos.

## O *cyborg* contra as categorias

No texto *A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and the Socialist-Feminism in the late Twentieth Century* (vulgo, *Manifesto Cyborg*), Haraway define o *cyborg* como um organismo cibernético resultante do cruzamento entre máquinas e matéria orgânica, ocupando um espaço que é, simultaneamente, o da realidade social e o da ficção (HARAWAY, 1992).

O *cyborg* é, para Haraway, uma nova categoria conceptual e política que permite a ultrapassagem das categorizações modernas, alicerçadas na diferenciação e oposição entre mente e corpo, animal e humano, homem e mulher; organismo e máquina, público e privado, natureza e cultura, primitivo e civilizado, pois, ao escapar à matriz do nascimento por reprodução em favor da construção/reconstrução, escapa, também, às concepções totalizadoras ocidentais relacionadas com o Éden e o retorno a esse lugar perdido. A reprodução sexual é vista como mecanismo de perpetuação da estrutura familiar nuclear, ela mesma um elemento de manutenção e reprodução da ordem social ocidental, nascida a partir do mito falocêntrico do “Pai Criador” e consolidada na organização e dominação masculina do mundo. Contrariamente à figura de Frankenstein, o antepassado *cyborg* construído a partir de fragmentos de corpos, que persegue desesperadamente o seu criador na tentativa de recuperar o único laço que o prende a um referencial, o *cyborg* não pretende encontrar e não reconhece o Pai ou o Éden. Por ser, desde o início, uma construção, o *cyborg* privilegia a novidade, a inovação tecnológica; o passado, os aspectos que permanecem (como uma espécie de *layers* da evolução humana) e são o patrimônio histórico e cultural do humano, as suas memórias de raça, perdem-se no universo do *cyborg*.

O *cyborg*, por agregar naturezas diversas, oriundas da fisiologia humana e animal, acompanhado de um conjunto de apêndices e dispositivos mecânicos, encontra-se em posição de diluir as tensões clássicas entre as partes, incorporando todas as figuras numa entidade que vive da interligação e interdependência entre elementos constituintes. Haraway dessacraliza o corpo humano e o próprio conceito de humano, pois, para a autora, o corpo deixa de ser um sistema fechado para passar a ser um componente ou subsistema, em contato e conexão com outros, que apenas pode ser entendido quando localizado no interior de uma estrutura articulada. A ideia de conexão entre as partes encontra-se diretamente

relacionada com o papel desempenhado pelas ciências da informação e a biologia que, ao traduzirem o real em termos de quantidades de informação – no caso do corpo, referimo-nos ao seu mapeamento em termos de informação contida no código genético – permitem a transmissão de informação entre organismos e máquinas, confundindo as fronteiras que separam o orgânico do não orgânico.

Considerando que as distinções modernas são questões ideológicas, linguisticamente construídas, e que nada existe de “natural” na criação de grupos filiados nas ideias de raça, gênero ou classe, Haraway remete a construção dessas categorias para um contexto histórico específico, decorrente das condições impostas pela tutela patriarcal, pelo colonialismo e capitalismo. O grande produto dessa ideologia ocidental é o domínio do macho branco (simultaneamente o criador da ideologia e de toda a História), aquele que não é animal, bárbaro ou mulher.

A tradição ocidental, que é, segundo a autora, a tradição do racismo, do capitalismo, do progresso, da apropriação dos recursos da natureza como matéria-prima para a construção da cultura, assenta na oposição fundamental entre um *One*, o homem branco, que “domina” o conhecimento, a natureza, a moral e a ética, que se assemelha a um deus poderoso; e um *Other* (os grupos minoritários) que é dominado, múltiplo, fragmentado e não tem fronteiras definidas. A cultura *high-tech* estaria apta a desafiar esses dualismos, pois, ao permitir a construção de figuras híbridas, nascidas da fusão entre humanos, animais e máquinas, opor-se-ia a qualquer ideia de totalidade. O *cyborg* define-se a partir do múltiplo e, porque não procura uma identidade estável, foge à tentação de parcelizar o real por forma a encontrar, dentro das fronteiras de dada categoria, os limites da sua própria identidade. O corpo, agora construído e não gerado, atravessado por unidades de informação, deixa de ter na pele uma fronteira estável para passar a ser alvo de processos de transformação e conexão, o que faz implodir todas as leituras realizadas a partir da filiação a uma raça, gênero ou classe.

## Considerações finais

Teoricamente, o corpo proposto por Haraway seria aquele que melhor se adaptaria ao desenvolvimento do projeto do indivíduo na

contemporaneidade, uma vez que permitiria, literalmente, fazer do corpo uma construção. A construção do corpo assentaria na conjugação de elementos humanos, animais e mecânicos, sempre a partir da lógica do fragmento. Assim, pensamos, continuaria a ser possível efetuar distinções e construir novas formas de classificação a partir da distribuição desigual dos vários componentes no corpo.

Seja qual for a sua aparência, haverá sempre um corpo capaz de cumprir a função de interface entre o Eu e o Outro, e esse corpo pode sempre ser julgado e utilizado no sentido da manutenção de diferenças que, em última análise, servem estratificações de poder. Na modernidade, essa relação de forças se beneficiou de distinções relativas, sobretudo, a raça, gênero e classe. Na contemporaneidade, apesar de podermos, em termos puramente retóricos, considerar a dissolução dessas categorias na sociedade ocidental (pois elas continuam a existir, ainda que de forma mais sutil), a aparência continua a determinar a inclusão dos indivíduos em determinada elite, agora adjuvada pela proximidade aos modelos ditados pelos *media* e pelo consumo de determinados bens. A relação “ter para ser” não pode ser excluída do corpo *cyborg* que, por recorrer à introdução de próteses tecnológicas, implica o consumo desses mecanismos e, por esse motivo, leva à distinção dos indivíduos a partir da possibilidade de acesso a tecnologias *high-tech*, fato que mantém a distinção dos indivíduos por meio dos seus contextos sociais e econômicos. Nesse caso, é possível interrogar: poderá a tecnologia resolver todos os constrangimentos de ter um corpo e evitar as categorias? A resposta, parece-nos, é negativa.

## Referências

- ATTFIELD, J. Barbie and action man: adult toys for girls and boys, 1959-93. In: KIRKHAM, P. (Ed.). **The gendered object**. Manchester: Manchester University Press, 1996.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Oeiras: Celta, 1997.
- CROTEAU, D.; HOYNES, W. **Media society**: industria, images and audiences. California: Pine Forge Press, 2000.
- GLASSNER, B. Man and muscles. In: KIMMEL, M. S.; MESSNER, M. A. (Ed.). **Men's lives**. New York: Allyn and Bacon, 1995. p. 310-320.
- HARAWAY, D. J. A cyborg manifesto: science, technology, and the socialist-feminism in the late twentieth century. In: HARAWAY, D. J. **Simians, cyborgs, and women: the reinvention of nature**. London: Free Association Books, 1991. p. 149-181.
- LYOTARD, J.-F. **A condição pós-moderna**. Lisboa: Gradiva, 1989.
- ROGERS, M. F. **Barbie culture**. London: Sage Publications, 1999.
- SANTOS, B. S. O social e o político na transição pós-moderna. **Revista de Comunicação e Linguagens**, v. 6, n. 7, p. 25-48, 1988.
- SUBTIL, F. Uma teoria da globalização *avant la lettre*. Tecnologias da comunicação, espaço e tempo em Harold Innis. In: MARTINS, H.; GARCIA, J. L. (Org.). **Dilemas da civilização tecnológica**. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003. p. 287-311.
- VIRILIO, P. **Cibermundo: a política do pior**. Lisboa: Teorema, 2000.

Recebido: 05/01/2012

Received: 01/05/2012

Aprovado: 13/02/2012

Approved: 02/13/2012