

O corpo nas imagens midiáticas que tematizam o esporte

Lourdes Gabrielli

Tânia Hoff

Resumo: Nesse artigo, pretendemos estabelecer uma relação entre esporte e transformações sociais. Considerando a mídia uma das principais instituições de divulgação das aspirações sociais, desenvolvemos uma análise das imagens de corpo presentes nas mensagens midiáticas que tematizam o esporte. Nas representações do corpo do atleta identificamos aspectos do imaginário de corpo na atualidade que aludem à idéia de superação dos limites físicos e também a de diversidade étnica e cultural.

Palavras-Chave: esporte e cultura; imaginário de corpo; mídia

Abstract: *The body in media messages involving sports* — In this article, we intend to establish possible approximations between the neo-Baroque and the present time based on Calabrese's studies. Broaching two of the characteristics pointed out by the aforementioned author — excess and complexity — we analyze the body images that are present in mediatic messages involving sports. We consider that the idea of the athlete's body surpassing its physical limits and the notion of ethnic and cultural diversity that constitute such images allude to the imaginary of the post-organic body. The athlete's body thus personifies the aspirations of society.

Keywords: sports and culture; cultural identity; imaginary body; media

Corpo como texto de cultura

O corpo constitui um objeto de estudo rico, multifacetado e dinâmico. Estudá-lo implica tomar contato com uma plêiade de recortes epistemológicos, bem como de enfoques diversos relativos a temáticas e a campos do saber. No que se refere ao campo da comunicação, considerar o corpo como *texto de cultura*, conforme propõe Iuri Lotman (1979), parece-nos um caminho adequado para aproximar diferentes olhares sem fragmentar em demasia o objeto pesquisado. Para o semiótico, o texto "não representa uma simples sucessão de

signos no intervalo de dois extremos. É própria do texto uma organização interna que o transforma, ao nível sintagmático, num todo estrutural” (1978, p. 106). Se o signo é unidade mínima de comunicação, o texto — que pressupõe a combinação de signos de modo a formar um todo de sentidos — é unidade mínima da cultura. Para o autor, um mesmo texto pode fornecer informações diferentes para seus vários leitores/consumidores: ou seja, o texto permite leituras diversas e, portanto, significados diferentes.

Nesse sentido, o corpo pode ser entendido como um texto de cultura, pois a identidade cultural — e, em tempos de pós-modernidade, as re-configurações identitárias — de um indivíduo está inscrita no corpo que a expressa por meio de gestos, danças, vestimentas, músculos, próteses etc. Trata-se de uma compreensão do corpo humano como resultado dos muitos elementos que conformam a cultura e que, portanto, extrapolam os âmbitos físico-biológico, psicológico ou sócio-antropológico.

O corpo como texto é resultado de práticas culturais: suas representações revelam como a sociedade pensa que é, ou como ela gostaria de ser. Em suma, estamos discutindo o que somos, como vivemos e como, no corpo, registramos o fazer e as aspirações da sociedade.

Nos limites deste artigo, pretendemos estabelecer uma relação entre esporte e transformações sociais. Considerando a mídia uma das principais instituições de divulgação das aspirações sociais, delimitamos nossas reflexões nas imagens de corpo que tematizam o esporte, a fim de especular a respeito de duas questões que nos chamam a atenção: a possibilidade de aprimoramento e superação dos limites do corpo e também o esporte como instância de valorização das diferenças étnicas e culturais.

Esses aspectos reveladores do imaginário de corpo na atualidade encontram-se expressos em diferentes mensagens midiáticas — peças publicitárias, programas de televisão, matérias jornalísticas, artigos de revistas etc. — que sugerem um modelo de corpo. Ronaldinho Gaúcho exemplifica esse tipo de exposição como imagem modelar, pois, tendo recebido da FIFA o título de melhor jogador de futebol do mundo em 2005, torna-se representante maior do futebol em 2006, em especial no período em que a Copa do Mundo se manteve como pauta na mídia. Muitos outros exemplos poderiam ser citados se considerarmos atletas cuja imagem ganha relevância em função de sua *performance* e da cobertura da mídia por ocasião de importantes campeonatos, torneios ou encontros de atletismo.

As imagens de corpos de atletas veiculadas na mídia revelam um imaginário de corpo como algo passível de intervenção: a idéia de melhorar a condição física do atleta enfatiza a possibilidade de aprimoramento. A habilidade de um atleta em um lance dramático de uma competição; o esforço físico para a quebra de um recorde; o lance mais performático de um jogo — independente da modalidade esportiva — em que se demonstram as condições físicas dos competidores são comumente divulgados como resultado de uma preparação física que, além de exercícios de condicionamento, pressupõe uso de medicamentos e intervenções cirúrgicas.

O corpo treinado e preparado para o esporte passa por metamorfoses: o treinamento e as transformações reafirmam a superação dos limites do corpo na divulgação da avaliação física do atleta, especialmente após tratamentos ou em fases de alta performance.¹ O detalhe de um músculo, de uma parte da perna ou do braço, ou ainda de um tornozelo, revela tratar-se de um corpo modificado, resultado de treinamentos e/ou tratamentos que visam ao aprimoramento. Note-se que o corpo do atleta exemplifica a superação dos limites do corpo “normal” ou sem preparo/treinamento e alude ao corpo artificial ou corpo-máquina.

Outro aspecto importante presente nas imagens de corpo que tematizam o esporte reside na valorização da diversidade étnica e cultural. As referências à nacionalidade, por exemplo, parecem arrefecidas pela *performance* do atleta nas competições, principalmente nas modalidades esportivas em grupo. Ao apresentar imagens de corpos de etnias e de culturas distintas em condição de igualdade, as mensagens midiáticas mostram o diálogo das diferenças e, de algum modo, estabelecem rupturas nas noções de etnocentrismo cultural, deslocando as representações hegemônicas de seu lugar de centralidade. Da *performance* esportiva para a divulgação da diversidade cultural, observamos a inclusão de temas anteriormente ausentes da mídia.

Ressalte-se que o conceito de sociedades híbridas, de multiculturalismo, muito recorrente na mídia na atualidade, decorre, em especial, dos imperativos mercadológicos da globalização, embora estivesse presente, ao longo do século passado, nos estudos acerca da cultura, bem como nas imagens midiáticas que tematizam o esporte.

À luz do conceito de multiculturalismo, a competição esportiva revela-se uma instância complexa, intercultural, capaz de abrigar o novo, o diferente e a transformação. As imagens de corpo que tematizam o esporte são, pois, produções culturais complexas e reveladoras do imaginário de corpo na atualidade. Se o corpo é texto de cultura, que leituras podemos fazer e que sentidos podem ser gerados?

Imaginário e esporte: controle e superação dos limites do corpo

No imaginário médico, a idéia de imperfeição encontra-se associada à de doença: o corpo doente carece de intervenção para voltar a ser saudável. Em outros termos, para a medicina, o corpo é um “vir a ser”, ora porque precisa debelar a doença, ora porque pode ser submetido à ciência. A superação está tanto na perspectiva de cura quanto no poder transformador da ciência: a medicina científica tem o corpo como lugar de experimentação, pronto para superar os limites impostos pela condição humana.

Entenda-se por superação da condição humana uma transformação do corpo, ou seja, uma passagem do orgânico — humano — para o inorgânico — pós-humano ou

¹ Embora não seja objeto de estudo neste artigo, o impacto que as transformações do corpo do atleta promovem no público em geral parece significativo, posto que a publicidade utiliza-se de renomados atletas como “garotos ou garotas propaganda”, apoiando-se na possibilidade de aprimoramento do corpo.

corpo-máquina —, dada a possibilidade de intervenção científica por meio da tecnologia. A doença e o envelhecimento, por exemplo, são faces da imperfeição, na medida em que revelam a fragilidade e temporalidade da carne. São representações da morte: o corpo em estado original caminha para o fim, mas o aprimoramento, alcançado por meio da ciência e da tecnologia, aponta para eliminação desse aspecto negativo.

Na temática do pós-humano ou do transhumano, há referências mítico-religiosas que apontam para a superação dos limites corporais: “As fantasias de superação dos limites corporais, da ubiqüidade das subjetividades tecnológicas ou da digitalização do *self*, entre outras, apontam para um desejo de escapar do tempo e do espaço” (Felinto, 2003, p. 25).

Em que se fundamenta tal concepção de corpo? Segundo Lecourt (2003), o imaginário religioso fundamenta os discursos da inteligência artificial, que afeta a compreensão das relações possíveis entre ciência e corpo. Nessa perspectiva, a biotecnologia sustenta duas correntes de interpretação do pós-humano: 1) a desaparecimento do corpo orgânico a partir do desenvolvimento de um corpo-máquina; 2) a possibilidade de seu aprimoramento. Na primeira perspectiva, observa-se um horror ao corpo, noção difundida pelo imaginário religioso cristão² e, na segunda, uma redenção do corpo pelo controle e correção dos males que o afetam.

Este debate surge profundamente estruturado por duas grandes concepções teológicas cristãs acerca da situação do homem no mundo. (...) Um milenarismo otimista da grande restauração com uma esperança de redenção opõe-se a um milenarismo apocalíptico que só timidamente deixa perceber uma esperança de ressurreição (LECOURT, 2003, 7 p. 1).

Os imaginários biológico e tecnocultural que se expressam nas mensagens midiáticas são alicerçados pela idéia, recorrente na cultura ocidental, de que é possível superar a condição humana, alterando as relações corpo-tempo e corpo-forma. Trata-se de uma visão otimista quanto ao uso da biotecnologia como um conhecimento que pode aperfeiçoar o corpo.

A mídia, nas imagens de corpos de atletas, reafirma a reversão do tempo. A noção de corpo como um “vir a ser”. Dada sua condição mortal, faz sentido concebê-lo como algo por fazer, ou seja, algo que pode sofrer intervenções. Talvez prolongar a vida ou aprimorar o corpo seja uma tentativa de superar a condição dos corpos “normais”. Não se trata de um “vir a ser” para um fim único que, uma vez alcançado, implicaria satisfação e término das intervenções — como no imaginário religioso que subjuga o corpo para alcançar o paraíso (LE GOFF & TRUONG, 2006). Nas representações de corpo presentes nas imagens midiáticas que tematizam o esporte, o “vir a ser” aparece como possibilidade de superação dos limites físicos e de construção de um novo projeto de corpo.

² Análises a respeito das heranças do imaginário religioso no tecnocultural podem ser encontradas nas já citadas obras de Le Goff (1994); de Lecourt (2003); e de Felinto (2003).

A ênfase atribuída às imagens — a sociedade contemporânea fundamenta-se no espetáculo — implica uma outra *performance* do corpo, adaptada às atuais exigências da visualidade e de visibilidade. A proliferação e a divulgação de imagens de corpo de atletas pela mídia constituem aspectos a ser considerados na possível criação de um novo paradigma visual. O projeto de um modelo de corpo digitalizado é um exemplo significativo: trata-se de uma re-criação técnico-médica de um corpo, imagem em terceira dimensão, que apresenta o corpo humano numa perspectiva jamais vista. Acrescente-se a este quadro informações da biotecnologia e da genética — chips de DNA e projeto genoma — que trazem à luz questões como a clonagem de embrião humano, a cura de determinadas doenças, dentre outras que afetam nosso olhar e entendimento do corpo (HOFF, 2005).

Na atualidade, o corpo “natural” parece imperfeito demais. O atual estágio de desenvolvimento tecnológico e de conhecimento científico permite interferências radicais no corpo humano. O saber ou o conhecimento construído pela medicina, juntamente com o desenvolvimento tecnológico, sugerem um poder quase ilimitado sobre o corpo.

Ao anunciar a necessidade de aprimoramento do corpo, acenando para a possibilidade de intervenção e controle, as mensagens midiáticas tanto divulgam as atuais representações de corpo pós-orgânico ou transhumano quanto apresentam-nas como algo factível. Se o corpo perfeito consiste num projeto a ser alcançado pela medicina, pela biotecnologia, dentre outras áreas do conhecimento, o corpo do atleta caracteriza-se como um arauto da diluição das fronteiras entre o orgânico e a máquina.

O cyborg,³ que materializa do homem-máquina na mídia, tem origem na possibilidade de aprimoramento e superação de limites do corpo humano. O termo “cyborg”, resultado da contração da expressão “organismo cibernético” — cyb(ernetics) e org(anism) — responde à necessidade/vontade de “melhorar” o corpo humano a fim de que ele possa sobreviver em ambientes extraterrestres, evitando problemas fisiológicos e psicológicos da vida fora da terra (YEHYA, 2001).

A necessidade/vontade de aprimorar a *performance* do corpo do atleta repousa, pois, no entendimento do corpo como algo passível de intervenção e de re-construção, de modo que, no âmbito do esporte, seja possível controlá-lo e ajustá-lo às aspirações de reconhecimento e sucesso profissional, por exemplo. O atleta vive intensamente a valorização do corpo: aspirações pessoais de ser um vencedor/campeão somadas a exigências de mercado tornam obrigatórias as intervenções.

Não são poucos os ídolos esportivos que passaram por intervenções corporais drásticas para alterar aspectos considerados frágeis de sua compleição física. O sucesso alcançado é um atestado de garantia para tais práticas que se espraiam da esfera do esporte

³ A respeito do “cyborg”, ver HARAWAY, Donna. *Simians, Cyborg and Women: The reinvention of nature*. London; Free Association Books, 1991. Ver também NOVAES, Adauto (Org.). *Homem-máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

para a da vida comum. A disseminação de intervenções corporais restritas aos atletas para a população atesta a força do imaginário biológico e tecnocultural em nossa época.

Intervenções corporais com finalidade de conferir atributos da máquina ao corpo humano tendem a homogeneizar determinados aspectos físicos: o “corpo-máquina” sofre de uma desterritorialização. Sua construção obedece, geralmente, a imperativos globais. O imaginário pós-orgânico ou pós-humano é supranacional e implica uma desnacionalização, já que dilui as fronteiras espaço-temporais-formais dos corpos orgânicos. Trata-se, pois, de um híbrido.

A desterritorialização e, por consequência, a desnacionalização, características do corpo pós-orgânico, encontram ressonâncias no conceito de hibridismo e sua tradução na diversidade ética e cultural. Na relação de coexistência das etnias e culturas, as necessidades de definição espacial e/ou de nacionalidade se dissolvem, embora os aspectos identitários das culturas e etnias não sejam eliminados.

Nessa perspectiva, os corpos dos atletas de diferentes etnias e culturas que se unem em torno de um objetivo único — a vitória em competições esportivas — aludem ao hibridismo cultural ou multiculturalismo.⁴ Tal aspecto, na atualidade, fundamenta as discussões a respeito da complexidade da cultura, bem como as tendências de mercado e concepções de marketing. Discorreremos, no próximo item, a respeito da complexidade cultural.

Mestiçagem e esporte nas mensagens midiáticas

O Brasil tem fortes traços de complexidade cultural, e uma das razões reside no fato de que a formação da sociedade baseia-se principalmente na policulturalidade. O encontro de elementos distintos deixa na cultura brasileira seus traços de riqueza, e como resultado, o convívio com a efervescência e a permeabilidade às mudanças.

Para Canclini (2000, p. 212), nas sociedades multiculturais predomina uma “heterogeneidade multitemporal” que não se preocupa em substituir o tradicional e o antigo, mas em torná-los parte de uma mesma mescla cultural com característica mestiça. A riqueza decorrente desta união de várias vertentes culturais — temporais, geográficas, econômicas etc. — é o extrato resultante entre o academicismo e o popular (ou heterogeneidade sociocultural).

As relações ritualizadas, explica Canclini (2000), não permitem aprendizagens autônomas, nem inovações, principalmente porque dificultam o desempenho em situações mutáveis. A flexibilização dos espaços culturais vem solicitando ao homem contemporâneo

⁴ Neste artigo, empregamos como sinônimos os termos multicultural, hibridismo, sincretismo e mestiçagem cultural e não nos atemos a estabelecer diferenças entre tais denominações. A respeito da referida terminologia, ver *Hibridismo cultural*, de Peter Burke; *Sincretismos*, de Massimo Canevacci; e O elogio da criouldade, de Zilá Bernd, in *Margens da Cultura*.

a flexibilização de aprendizagens e a decorrente criatividade, incitando a produção de inovações e o convívio com as mesmas.

Nessa perspectiva, observa-se o que Morin (2001) denomina “efervescência” e o que para Colón (1996) são as “fissuras das formas culturais hegemônicas”, das quais nos apropriamos e com as quais negociamos nas diversas instâncias culturais. Nota-se o impacto de tais características culturais nas imagens de corpo presentes nas mensagens midiáticas que tematizam o esporte: distintas etnias, diferentes cores de pele e de cabelo, diversos tipos de compleição física concorrem lado a lado com os modelos hegemônicos de corpo.

O fenômeno da hibridação promove, pois, o surgimento de novas idéias ou espaços culturais efervescentes, resultantes da introdução em determinadas culturas de elementos externos, provocando o diálogo e o conseqüente nascimento de uma “nova ordem cultural”, segundo termo utilizado por Peter Burke (2003, p. 17).

Esses encontros culturais encorajam a criatividade; a adaptação dos elementos culturais estrangeiros a culturas locais resulta num grande furor cultural, numa valorização das diferenças, de modo que elementos de diversas culturas coexistam numa relação de tensão, numa perspectiva agonística, de conflitos, mas nunca numa perspectiva de anulação e aniquilimento da alteridade. A hibridação cria, pois, condições de uma abertura sem preconceitos para a mistura, para a alteridade e para a ressemantização das identidades e das relações sociais.

Sendo a hibridação resultado de múltiplos encontros, verifica-se, nesse processo, a busca pela síntese, como ferramenta da construção de novos formatos culturais. O empréstimo de papéis pode, por exemplo, ser denominado transculturação e ocorre, segundo Burke (2003, p. 47), não por substituição, mas por acréscimo. Não se eliminam elementos de nenhum dos componentes, mas acrescentam-se características umas às outras: nas mensagens midiáticas que tematizam o esporte, a idéia de complementaridade é uma constante. Para alcançar a vitória, é preciso somar as habilidades individuais de uns atletas às de outros, mantendo-se as diferenças: somente o conjunto de diferentes habilidades constrói a condição necessária para um time vencedor. A analogia com as sociedades nos parece bastante pertinente quando se trata de pensar as diferenças.

Para Morin, isto se dá via “apropriação”: alguns itens são apropriados e outros, rejeitados. Considerando-se a idéia de apropriação e seleção, valorizamos o fator criatividade e o “agente humano”, conforme Burke, concordando com a idéia de que tradução cultural é um mecanismo de encontros culturais que gera novas formas, que são híbridas por princípio. Além do ambiente/contexto, o hibridismo confere importância às subjetividades, às escolhas individuais. A tradução, dessa forma, leva em conta a experiência individual, outro fator a ser considerado nos processos de hibridação.

Em situações em que a atitude de um atleta define um lance, um jogo ou um campeonato, nesses momentos de imprevisibilidade, considera-se sempre a mistura

de elementos constitutiva da individualidade como um motivo para que a proeza fosse realizada. Ou seja, o esporte pode tornar mais facilmente compreensível as noções de diversidade e relação, de alteridade, de relativização, de movimento e de descentralização implicadas no conceito de hibridismo.

As mensagens midiáticas apresentam pouca resistência à mudança, dada sua característica híbrida. Assim como existem culturas mais ou menos abertas e fechadas, mais ou menos permeáveis e impermeáveis, existem linguagens, como as da mídia e, em especial, a da publicidade que se fortalecem na permeabilidade e por isso mantêm-se favoráveis à troca cultural.

Neste processo, os espaços interculturais — aqui diferenciados dos espaços multi-culturais — que tendem a estar contidos em algumas sociedades, entre elas as mestiças, transformam-se em zonas de não-exclusão, e algumas destas duplicidades ou multiplicidades são flagrantes nas mensagens midiáticas em geral e, em particular, naquelas que tematizam o esporte. Exemplifiquemos:

- as diferentes habilidades dos atletas são fatores determinantes para a construção de um time vencedor;
- as diferenças culturais e étnicas podem resultar em diferentes habilidades nos esportes;
- as diferentes estéticas corporais associadas a diferentes etnias podem desaparecer, porque os esportistas são ídolos incondicionais;
- as diferenças na língua em geral são, de alguma forma, superadas;
- as mensagens midiáticas rompem as barreiras dos códigos, tornando-se híbridas;
- a recepção recria a mensagem à luz de diversos fatores contextualizadores e as mensagens são reinterpretadas pela própria mediação. Assim, recebem leituras diferentes, senão inovadoras.

No esporte, aspectos que rompem com a lógica do controle, da previsão e da centralidade dos acontecimentos podem ser observados no andamento de um jogo ou prova, na condição física bem como no estado psicológico do(s) atleta(s), nas sugestões dos técnicos no decorrer da competição, na manifestação da torcida, no local de realização da prova, dentre tantos outros. Talvez porque a imprevisibilidade esteja fortemente implicada na experiência da competição, tanto a prática esportiva quanto a midiática das imagens que a tematizam podem constituir-se num espaço de assimilação mais rápida, ou num espaço intercultural em que as multiplicidades não se excluem.

Lembremo-nos, para fugir de uma possível parcialidade ingênua, dos “perigos” ou das “críticas” mais comuns ao conceito de hibridismo. Em *Margens da Cultura: mestiçagem, hibridismo e outras misturas*, Abdala Junior (2004, p. 18) pondera que nas articulações

do capitalismo planetário, esse conceito favorece a criação das mais variadas formas de produtos e de expectativas de consumo: essa “concepção interessa à ‘cultura do dinheiro’, que é supranacional”. Para o autor, associada à idéia de que a heterogeneidade pode servir de “ideologia da globalização”, há uma outra — conforme discorremos nos parágrafos anteriores — de “articulações comunitárias, correlatamente supranacionais, em que a consideração do híbrido pode constituir uma forma de democratização e respeito das diferenças” (2004, p. 18).

Zilá Bernd, ao discorrer a respeito do conceito de hibridação nas Américas, aponta para um outro “perigo”:

talvez também o conceito de hidridação corresponda a mais uma utopia (da pós-modernidade), que encobriria um certo imperialismo cultural prestes a apropriar-se de elementos de culturas marginalizadas para reutilizá-las a partir de paradigmas de aceitabilidade das culturas hegemônicas (2004, p. 100).

De acordo com tais ponderações, a hibridação poderia ser entendida como “um processo de glamourização de objetos culturais”, num movimento de inserção do que é originário da cultura popular ou de massa numa “outra esfera do consumo, a da cultura de elite” (2004, p. 100-101). Nessa perspectiva, o esporte faria jus à teoria: o corpo identificado com as culturas marginalizadas, uma vez valorizado pela diferença, poderia integrar-se à cultura de elite pelo aprimoramento físico e, principalmente, pelo valor de mercado correspondente de sua *performance* esportiva.

Consideramos que tais ponderações a respeito do conceito de hibridação não devem ser apartadas daquelas que entendem tal processo como uma abertura para a diversidade e para a criação de novos lugares para objetos culturais desprestigiados. Novamente vale citar Zilá Bernd:

Se por híbrido queremos nos referir a um processo de ressimbolização em que a memória dos objetos se conserva e em que a tensão entre elementos díspares gera novos objetos culturais que correspondam a tentativas de tradução ou de inscrição subversiva da cultura de origem em uma outra cultura, então estamos diante de um processo fertilizador (2004, p. 101).

Considerações finais

As condições culturais brasileiras favorecem em grande parte o aparecimento de efervescências que por sua vez favorecem as mudanças de todos os tipos. Essas operações podem se dar de diversas formas, sendo uma delas a de inclusão de elementos aos já constituintes de uma cultura.

Os corpos de atletas que representam o multiculturalismo nas mensagens midiáticas que tematizam o esporte são espetaculares, glamorosos, muito diferentes dos corpos híbridos “normais” que observamos na sociedade brasileira. Se podemos dizer que o corpo

aprimorado presente em tais mensagens esconde problemas de ordem social, também podemos considerá-los representações de nossa vontade de superação das debilidades físicas e socioculturais.

O imaginário de corpo pós-orgânico atualizado pela mídia acena para a possibilidade de uma ressimbolização identitária. Hall considera que as identidades nacionais “são formadas e transformadas no interior da representação” (2004, p. 48) e que uma cultura nacional “é um discurso — um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (2004, p. 50).

A cultura nacional funciona, portanto, como um sistema de representação que pode ser re-significado conforme os acontecimentos sociais. Que função teriam as representações de corpo nas mensagens midiáticas em relação à identidade cultural nacional? Conforme Hall (2004, p. 52), elas podem ser concebidas como “narrativas da nação”, isto é, uma das várias produções culturais — história, literatura nacional, cultura popular, entre outras — que fornecem “uma série de estórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à nação”.

Embora as “narrativas de nação” construam uma identidade nacional, não se pode acreditar que elas sejam unificadoras e capazes de anular toda a diferença que uma cultura comporta. Conforme Hall (2004, p. 61-62): “em vez de pensar as culturas nacionais como unificadas, deveríamos pensá-las como constituindo um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade”. Nesse sentido, trata-se de um dispositivo discursivo que também assume novas representações trazidas pelo processo de globalização.

As imagens de corpos nas mensagens midiáticas que tematizam o esporte, revestidas do conceito de hibridação, comportam conotação positiva e aludem à coexistência enriquecedora de diversos pontos de vista, interpretações, visões, atitudes, provenientes de diferentes bagagens culturais. Quando atletas de etnias e culturas distintas se abraçam, sugerem diluição das fronteiras sociais e étnicas. Tais imagens também sugerem possibilidade de transformação social. Entretanto, vale mencionar o alerta de Canevacci (1996, p. 22): o hibridismo cultural tanto pode promover “modificações, justaposições e reinterpretções” quanto incluir “contradições, anomalias, ambigüidades, paradoxos e erros”.

Referências

ABDALA JUNIOR, Benjamin (Org.) (2004). *Margens da Cultura: mestiçagens, hibridismo e outras misturas*. São Paulo: Boitempo.

BERND, Zilé (2004). O elogio da criouliidade: o conceito de hidridação a partir de autores francófonos do Caribe. In: ABDALA JUNIOR, Benjamin (Org.). *Margens da cultura: mestiçagens, hibridismo e outras misturas*. São Paulo: Boitempo.

BAKHTIN, M. (2000). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.

BURKE, Peter (2003). *Hibridismo cultural*. São Leopoldo: Unisinos.

- CANCLINI, Néstor Garcia (2000). *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp.
- CANEVACCI, Massimo (1996b). *Sincretismos: uma exploração das hibridações culturais*. Tradução Roberta Barni. São Paulo: Studio Nobel; Instituto Cultural Italo Brasileiro – Istituto italiano di Cultura.
- COLÓN, Eliseo R. (1996). *Publicidad modernidad hegemonia*. San Juan: Universidad de Puerto Rico.
- FELINTO, Erick (2003). Transhumanismo e mito: notas sobre o culto do ciborgue. In: CUNHA, PAULO & LEMOS, André (Org.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina.
- _____. (2005). *A religião das máquinas: ensaios sobre o imaginário da cibercultura*. Porto Alegre: Sulina.
- GRUZINSKI, Serge (2001). *O pensamento mestiço*. São Paulo: Companhia das Letras.
- HALL, Stuart (2003). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- HOFF, Tânia (2005). O corpo imaginado na publicidade. In: *Cadernos de Pesquisa ESPM*. São Paulo: ESPM, ano 1, n. 1, maio/jun. 2005.
- LECOURT, Dominique (2003). *Humano e pós-humano*. Lisboa: Edições 70.
- LE GOFF, Jacques (1994). *O imaginário medieval*. Lisboa: Editorial Estampa.
- LE GOFF, J.; TRUONG, Nicolas (2006). *Uma história do corpo na Idade Média*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- LOTMAN, Iuri; Escuela de Tartu (1979). *Semiótica de la cultura*. Madrid: Catedra.
- _____. (1978). *A estrutura do texto artístico*. Lisboa: Editorial Estampa.
- MORIN, Edgar (2001). *O método 4: as idéias*. Porto Alegre: Sulina.
- YEHYA, Naief (2001). *El cuerpo transformado: ciborgs y nuestra descendencia tecnológica en la realidad y en la ciencia ficción*. México-Barcelona-Buenos Aires: Paidós.
- ZUMTHOR, Paul (1993). *A letra e a voz*. Tradução de Amálio Pinheiro e Jerusa Pires Ferreira. São Paulo: Companhia das Letras.

LOURDES GABRIELLI, professora de Criação Publicitária Universidade Mackenzie, é doutoranda em Comunicação e Semiótica e coordenadora do curso de Comunicação Social da PUC-SP. Publicou em co-autoria o livro *Redação publicitária*, pela editora Campus (2004).

gabrielli@mackenzie.com.br

TÂNIA HOFF, Doutora em Letras pela FFLCH/USP, desenvolve atualmente o projeto de pesquisa "Corpo e Imaginário na publicidade brasileira" junto ao Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). É co-autora dos livros *Erotismo e mídia* (2002) e *Redação publicitária* (2004).

thoff@espm.com.br

Artigo recebido em 30 de setembro de 2006 e
aprovado em 29 de outubro de 2007.

