

O CORPO NA SOCIEDADE DE CONSUMO

Joselito Santos¹, Ariosvaldo S Diniz²

1. Mestre em Saúde Coletiva. Aluno do Doutorado em Sociologia da UFPB. Professor da Faculdade Santa Maria em Cajazeiras – PB. Telefax (83) 531-1365

Rua Benedito Mota, 593, Alto Branco - CEP 58102-520 – Campina Grande-PB

Tel: (83) 322-6991 jslito@yahoo.com.br

2. Professor do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPB (Orientador)

Palavras-chave: corpo; pós-modernidade; sociedade de consumo

Área do conhecimento: VII – Ciências Humanas

Trabalho de cunho teórico que visa refletir sobre as exigências do corpo na pós-modernidade. Parte do princípio de que o mundo contemporâneo vive numa profusão de progresso virtual. Nessa profusão, o corpo se configura como importante objeto de estudo para as ciências sociais na medida em que extrapola o campo biológico. Esse corpo redescoberto também redefine a própria condição do modo de produção atual, tornando-se um novo artefato no processo produtivo. Disseminada, sobretudo, pela mídia, a nova visão do corpo estabelece um raciocínio individualista, em que homens e mulheres buscam ajustar-se ao modelo instituído pela indústria capitalista do consumo, empreendendo assim, uma acelerada virtualização do próprio corpo, conferindo-lhe um novo significado.

Considerações introdutórias

Parece não restar dúvidas de que vivemos imersos numa sociedade em que a crença desenfreada no progresso – virtual e de consumo – e a noção de perda das grandes certezas e a imersão na insegurança, são categorias que se desenham pelas mãos do homem e que se operam velozmente. Tal empreendimento da sociedade pós-moderna, ao ser colocada sob esta perspectiva, requer análise e compreensão das concepções dessa nova realidade. Compreendê-la significa reconhecer que o homem, em curto espaço de tempo – menos de um século – conseguiu transformar e decompor grandes certezas colocadas pelo projeto moderno: segurança, universalismo, progresso e desenvolvimento como sinônimos de garantia de um mundo melhor.

Essa discussão não significa colocar-se opostamente a esse ou àquele modelo, mas apreendê-lo. Se existe um modelo que suscita e abre campo para essa discussão, é a sociedade pós-moderna, momento peculiar e complexo, cujos desdobramentos muito definem a forma de ser, viver e sentir o mundo contemporâneo. E caminhando na busca dessa compreensão, buscaremos compreendê-lo, mas especificamente na busca de introduzir, neste trabalho, uma breve consideração sobre o corpo, que parece estar

sendo redescoberto como importante objeto de estudo pelas ciências, extrapolando as fronteiras da visão biológica, sendo redefinido, pretensamente, por nós, como o corpo social, visto definir nossas atitudes e muito da sociedade que alguns estudiosos preferem definir como, “sociedade de consumo”¹ “sociedade do espetáculo”². Não trataremos de definir o projeto pós-moderno visto tratar-se de uma matéria que vai além do alcance de nossa proposta. Tentaremos conversar sobre o consumo do corpo, privilegiando-o como objeto desta abordagem.

Redescobrimo o corpo

Tomando a análise de Lucero (1995), corroboramos o pensamento de que na sociedade industrial há uma liberação dos fluxos do desejo, operada por uma descodificação do *socius*, que funda um exercício intenso da individualidade marcada pela propriedade, pelo consumo e pela marginalização dos que não conseguem manter-se no fluxo da normatização que perpassa o industrialismo capitalista.

Dessa forma, acende-se uma intensa discussão sobre o consumismo na sociedade industrial pós-moderna. O consumo de bens,

¹ Jean Baudrillard.

² Guy Debord.

de serviços e de gostos aflora intensamente. Em “A Cultura do Narcisismo” de Christopher Lasch, Lucero aborda que a sociedade de consumo é orientada por uma ética centrada no individualismo e na resolução individual de problemas. A sociedade de consumo é aquela em que toda uma série de possibilidades se apresenta aos indivíduos de todas as classes, não mais restrita aos afortunados.

Nessa sociedade, o corpo é direcionado ao consumo planejado. Nela, os indivíduos são levados a buscar sua própria felicidade. Essa felicidade é assinalada por Baudrillard como a referência da sociedade de consumo, um equivalente à salvação.

Situando o consumo, David Lyon (1998) argumenta que, para compreender a pós-modernidade e o pós-modernismo, é preciso compreender o surgimento do consumismo e a criação contemporânea do novo consumidor.

“(…) As mudanças no capitalismo e no industrialismo que se seguiram à explosão consumista do pós-guerra nas sociedades avançadas produziram o que Bell chamou de pós industrialismo. (...) essas mudanças são agora consideradas mais significativas à medida que o material e o social se projetam para as condições pós-modernas. Assim, a pós-modernização tem a ver com o panorama industrial alterado, com sua produção móvel, flexível, a convulsão na estrutura ocupacional que coloca os serviços e os assim chamados operários da informação numa maioria, e um mundo comprimido, onde novas tecnologias tornam possíveis não somente novos métodos de produção, mas diferentes formas de relações sociais” (1998, 84-85).

David Lyon problematiza a capacidade de adaptação da modernidade:

“... uma característica marcante da era moderna é a habilidade de se adaptar, de encontrar novos modos de produzir, de comunicar... Embora Marx estivesse certo ao observar as tendências erosivas do capitalismo – ou da modernidade

em geral – do mesmo modo que o sólido se desfazia em ar, algumas alternativas evoluíram para substituir o “sólido”. A crença na Providência, que uma vez sustentava a confiança em relação ao futuro, encontrou um substituto no Progresso. De modo semelhante, a Revelação teve seu significado social reduzido, descobrindo seu lugar foi ocupado pela Razão. Nos inícios do século vinte, o modernismo, visto no surrealismo, no cubismo, no fluxo de consciência da literatura ... ainda oferecia perspectivas positivas. A cidade como máquina faria o sentido perfeito da situação moderna, criando condições para um futuro racional e de progresso. (...) é precisamente essa suposição, a de que a modernidade tem capacidades ilimitadas para adaptação através de uma fusão de racionalidade e progresso, que é hoje questionada em questão. Habermas a chama de “crise de legitimação”. Não são somente as velhas instituições e centros de autoridade – religião, realeza, tradição – que são criticados e contestados ... Não somente a verdade e a justiça parecem conceitos um tanto questionáveis; também a redução de tudo a valores de troca parece remover todos os valores permanentes... “(1998, 85)

Para o autor “o pós moderno é relacionado com uma sociedade em que os estilos de vida do consumidor e o consumo de massa dominam a vida de seus membros”. Em sua visão as oportunidades não têm limites e a busca por novos nichos de mercado não param. Os serviços se multiplicam juntamente à realidade virtual. Na sua visão

(...) A posição antes mantida pelo trabalho, no capitalismo moderno, agora é assumida pela “liberdade do consumidor atrelada ao mercado de consumo”. Questões de controle, o direito de autogerir, são deslocadas da fábrica para a loja. Consumir, não trabalhar, se

torna o “eixo em torno do qual o mundo da vida gira”. O prazer, uma vez visto como o inimigo da indústriabilidade capitalista, agora desempenha uma função indispensável” (1998, 101).

Ao analisar a sociedade de consumo, Baudrillard (1995) faz uma análise contundente e crítica, enfatizado que os benefícios do consumo não se vivem como fruto do trabalho ou de processos de produção, mas como milagre, na prática cotidiana social. Alude que nossa sociedade é objetivamente uma sociedade de produção, uma ordem de produção, mas que nela existe uma “ordem de consumo”, que se manifesta como ordem de manipulação dos signos. Nessa sociedade os bens de consumo apresentam-se como poder apreendido e não como produtos trabalhados. A profusão dos bens experimenta-se, depois de cortada das determinações objetivas, “como uma graça da natureza”, como maná e benefício do céu. Desse modo, o consumo existe como mito já que a fé no consumo surge como elemento novo, sendo as gerações doravante herdeiros dos bens e do “direito natural à abundância”.

O lugar do consumo é a “vida cotidiana”, que não é apenas a soma dos fatos e gestos diários, a dimensão da banalidade e da repetição, mas um sistema de interpretação. A quotidianidade enquanto reorganização da vida de modo involutivo. Enfatiza que as comunicações de massa não nos fornecem a realidade, mas a vertigem dela. Em sua concepção, vivemos ao abrigo dos signos: “A imagem, o signo, a mensagem, tudo o que consumimos, é a própria tranqüilidade selada pela distância ao mundo e que ilude, mais que compromete, a alusão violenta do real” (Baudrillard, 1995, 24). Sob esse prisma, os meios de comunicação não orientam para o mundo, pois oferecem como produto de consumo signos atestados pela caução do real, sendo possível organizar um esquema da praxis do consumidor.

A análise da sociedade de consumo, especialmente da abundância das sociedades ricas está associada ao desperdício. Isso porque a noção de utilidade, como assinala Baudrillard, de origem racionalista e economista, tem de rever-se de acordo com uma lógica mais geral, na qual o desperdício é muito mais que um resíduo irracional, mas uma função positiva, “substituindo a utilidade racional numa funcionalidade social superior e se revela, no limite, como a função essencial”, e como tal “tornando-se o aumento da despesa, o supérfluo, a inutilidade ritual do

gasto para nada, o lugar de produção de valores, das diferenças e de sentido individual e social”.

Na verdade, o objeto produzido se reveste de efemeridade, já que aquilo que hoje se produz não se fabrica em função do seu valor de uso ou de duração, “mas antes de tudo em função de sua morte, cuja aceleração só é igualada pela inflação dos preços”. Desta forma, “a sociedade de consumo precisa dos seus objetos para existir e sente sobretudo necessidade de os destruir” (Baudrillard, 1995, 42-43).

A efemeridade desse sistema de produção não se reduz apenas nos planos enfocados anteriormente, mas também em relação aos indivíduos: homens e mulheres.

Como assinala Baudrillard,

“(…) O consumo define-se pela substituição da relação espontânea mediatizada por meio de uma sistema de signos. A propósito se a mulher se consome é porque a sua relação se encontra objetiva e alimentada por signos, signos estes que constituem o modelo Feminino que, por sua vez, surge como o verdadeiro objeto do consumo. É a ele que a mulher consome, ao personalizar-se... a mulher não pode racionalmente confiar no fogo do seu olhar, nem na doçura da sua pele ... Não tem comparação valer pelas qualidades naturais e fazer-se valer pela adesão a determinado e segundo um código construído” (1995, 97).

Baudrillard denomina a isso de “feminilidade funcional” em que todos os valores naturais se esvaem em função de valores exponenciais.

Essa feminilidade funcional corresponde à masculinidade ou virilidade funcional. Muito naturalmente, os modelos ordenam-se aos pares. Não resultam da natureza diferenciada dos sexos, mas da lógica diferencial do sistema. A relação do Masculino e do Feminino aos homens e às mulheres reais é relativamente arbitrária. Homens e mulheres hoje em dia, acabam cada vez

mais por significar-se indiferentemente nos dois registros, mas os dois grandes termos da oposição significativa, em contrapartida, só valem pela respectiva distinção. Os dois modelos são descritivos: regulam o consumo” (1995, 97).

Por essa perspectiva, “... também a sedução e o narcisismo são previamente revezados por modelos, industrialmente produzidos pelos “mass média” e transformados pelos signos referenciáveis ... Cada qual encontra a própria personalidade no cumprimento de tais modelos” (1995, 97).

Para que tais modelos realmente se afirmem, os meios de comunicação têm um papel fundamental, visto ser através dele, enquanto objetos do milagre da sociedade contemporânea, em que melhor se firma toda o seu projeto. E para que todos os modelos sejam multiplicados em imagens e significações, todo o aparato midiático vislumbra levar a todas as pessoas a idéia de que é preciso continuar as imagens dos meios na vida cotidiana dos indivíduos. Indivíduos comuns buscam a firmação de seus corpos com vultos em corpos de outras pessoas – belas e quase sempre sensuais – como se esses corpos fossem a medida de todas as coisas, uma perseguição de cultivar a imagem de si mesmos como reflexo positivo do outro, um espetáculo de ilusão.

E o espetáculo é possível, graças a uma ideologia que cada vez mais se torna dominante, a medida em que extrapola a ação – é ideológico – e impera como média de toda a cultura. Como bem enfatiza Debord (1997), o espetáculo é a ideologia por excelência, visto expor e manifestar a essência de todo sistema ideológico, que causa empobrecimento, sujeição e a negação da vida real.

Para Debord, o espetáculo é a “expressão da separação e do afastamento entre o homem e o homem”. A nova força do embuste que nele se concentrou tem por base essa produção, pela qual “com a massa de objetos cresce... o novo domínio dos seres estranhos a quem o homem fica sujeito” (1997, 138).

Debord, ao tratar do espetáculo, como próprio de nossa época, busca introduzir a idéia do fim dos limites do sujeito, dos limites do eu.

“O espetáculo, que é o apagamento dos limites do eu [mo] e do mundo pelo

esmagamento do eu [mo] que a presença-ausência do mundo assedia, é também a supressão dos limites do verdadeiro e do falso pelo recalçamento de toda verdade vivida, diante da presença real da falsidade garantida pela organização da aparência. Quem sofre de modo passivo seu destino cotidianamente estranho é levado a uma loucura que reage de modo ilusório a esse destino, pelo recurso a técnicas mágicas. O reconhecimento e o consumo das mercadorias estão no cerne dessa pseudo-resposta a uma comunicação sem resposta. A necessidade de imitação que o consumidor sente é esse desejo infantil, condicionado por todos os aspectos de sua desposseção fundamental...” (1997, 140).

Esse espetáculo não poupa homens e mulheres, os coloca como peças de um modelo, encaixes de uma forma. Baudrillard, ao esse aspecto, enfatiza que homens e mulheres aparecem como modelos diferenciais, importando não confundir com os sexos reais, nem com as categorias sociais. Sua análise alude que o homem moderno é convidado a comprazer-se e a mulher é convidada a escolher e concorrer, a ser exigente. Desdobramentos “à margem de uma sociedade em que as respectivas funções sociais, econômicas e sexuais se encontram relativamente mescladas” (1995, 99).

Ao colocar a atenção no corpo, espaço de inúmeras discussões, alguns o colocam como um território a ser explorado. Para Sant’Anna (2001) explorar e conhecer o corpo é supor que ele contém as últimas fronteiras supostamente naturais a serem desvendadas. Na hipótese do corpo como espaço do exercício da liberdade individual, o corpo é escolhido como lugar de inúmeras explorações e experiências pois pode ser considerado a “última posse” que resta ao indivíduo, ou o único território no qual o ser humano pode exercer a sua liberdade de transformação”. Sant’Anna expõe que “numa cultura que reconhece as pessoas a partir daquilo que elas possuem e daquilo que elas conseguem acessar, ter um corpo e suas “senhas” de acesso, representa uma riqueza invejável”.

A busca incessante em se realizar pelo corpo é, para alguns indivíduos, uma

fonte de descontrol e sofrimento se existe distância entre o corpo que o indivíduo quer e o que ele de fato tem. Isso ocorre porque em nossa sociedade o corpo tornou-se uma instituição muito importante, em que é necessário modificar aparências como forma de reinscrever o indivíduo no seio da mesma sociedade, ao passo que homens e mulheres refazem seus corpos e desejam virilidade e eterna juventude, balizados, sobretudo, pela indústria cultural, que introjeta processos combinatórios de síntese midiática, especialmente a publicidade, em que, os próprios modelos, são constantemente modificados e de maneira cada vez mais precoce, colocando-os em posição quase desesperadora de não perderem seu prestígio e luz por um sucessor mais jovem e mais bonito, e que cumpra, pelo menos, de forma efêmera, o papel que lhe cabe na atual cultura de massa, o descarte, quando as peças não mais se encaixam no modelo pré-estabelecido.

O corpo sofre assim, um processo metamorfofísico, que se reflete em todos os campos da vida frente às exigências de padrão requerido socialmente no seio pós-moderno. As modificações do corpo encontram abrigo nos hospitais (cirurgias estéticas), nos laboratórios (novos produtos para rejuvenescimento e de beleza), e é claro, sobrevive ao abrigo da mídia.

Ocorre que, no plano da discussão, as transformações do corpo, desse corpo social, pode ser percebido, de fato, como importante redescoberta do corpo, à medida que nos permite indagar, refletir e buscar compreender esse processo, lógico que sob uma postura crítica, mas sem negar a riqueza de problematização que instiga. É prudente pois, considerar todas as possibilidades de análise e de visões que os indivíduos tem sobre o corpo.

Para uns, numa época de perda de antigas referências ... em lugar de emancipar os corpos, tende-se a emancipar-se dos corpos. Como se o corpo deixasse de ser suficiente, justamente quando ele estaria supostamente liberado da alma e das coações morais do passado. Corpo obsoleto, não porque ele seja inferior à alma, mas porque ele não é capaz de acompanhar a sofisticação das máquinas e do pensamento. Para outros, os corpos se tornaram híbridos da natureza e cultura pouco

promissores, que nem sempre sugerem novas possibilidades de vida e de criação além do que se considerou humano e não-humano até então. Em certos casos, há receio dos “corpos frankensteins”, misturas de carne e silício, hoje produzidos em massa e não apenas por médicos e homens considerados loucos. É quando não é possível saber onde termina o artifício e começa a natureza” (Sant’ Anna, 2001, 22).

O corpo é, pois, concebido como máquina dentro de uma visão mecânica. Por essa concepção, na visão de Silva (2001), sendo o corpo uma máquina natural, se diferenciaria de outras máquinas pelo seu grau de complexidade e a condição humana de construir “artefatos”, especialmente via inovação tecnológica da bioengenharia, informática e robótica, que resultam em implicações “éticas e suas consequências práticas” que suscitam dúvidas e reflexão.

Em pedagogia do corpo no limiar do século XXI, Fraga (2001) coloca os avanços da ciência e da técnica como projetores de grandes mudanças, que atravessam da saúde à informática. As previsões espetaculares para o novo século – hoje real. Inovações tecnológicas e avanços científicos penetraram nos corpos e nos modos de vida dos sujeitos: engenharia genética, cirurgia a laser, transplantes, silicões, alimentos transgênicos, esteróides anabolizantes compõem um instrumental contemporâneo diversificado que redimensiona o corpo.

A produção pós-moderna busca materializar-se no corpo, constituindo-se nele como produto cultural. Conforme Gallagher & Laqueur (apud, Fraga, 2001) não se trata tão somente da forma através da qual se percebe o corpo e sim como o corpo tem sido distintamente vivido ao longo dos anos. Nele investe-se diversas tecnologias e meios de controle e “incorporado dentro de diferentes ritmos de produção e consumo”.

De acordo com Fraga,

(...) o corpo como resultado provisório de diversas pedagogias que o conformam em determinadas épocas e lugares: que ele é marcado e distinguido muito mais pela cultura do que por uma presumível essência natural; que adquire diferentes sentidos no

momento em que é investido por um poder regulador que o ajusta em seus menores detalhes, impondo limitações, autorizações e obrigações, para além de sua condição fisiológica (apud Fraga, 2001, 65).

Se situarmos toda essa discussão tendo por base uma ideologia de consumo, ao que me parece todos os esforços nesse campo intentam isso, o corpo reaparece, lógico, como fronteira de uma sociedade de consumo, lócus para exploração capitalista. O corpo pode ser percebido em função da agregação de seu valor, como noção privilegiada para a excelência da “exibição” que devem fazer – os corpos – para servir a toda uma rede de produtos em função do corpo, que precisa de movimento, imagem, rigidez, musculatura para que se torne operacional e comercializável, também.

Paralelamente a tudo isso, todas as conquistas e os esforços para maximizá-las por uma estética corporal pela sociedade, ocorre, quase sempre, pelo uso de promessas, a exemplo de uma “conquista de juventude eterna”, de corpo esbelto e belo e outros atributos (Soares, 2001).

Como bem frisou Fridman,

“(...) Inovações estéticas e de linguagem estão associadas à motivação para consumir pelos investimentos libidinais em torno das mercadorias. A mídia expande a coisificação em um dinamismo que não se reduz a um derivativo ou superestrutura, que acompanha ou é determinada por um movimento já existente do capital. Trata-se de uma produção cultural muito mais sofisticada, realizada por pessoas talentosas, imprescindível à nova lógica do capitalismo. (...)” (2000, 29).

Considerações finais

A discussão sobre o corpo não esgota qualquer possibilidade e levanta novos questionamentos. Sendo a sociedade pós-moderna uma sociedade virtual de imperativo signífico, a existência dessa nova fronteira para exploração capital tende a expandir-se e permear-se ainda mais no corpo social. Extrapolando a dimensão dos modos de produção tradicionais, inscreve um novo

estatuto: o do consumo, para utilizar aqui uma expressão de Baudrillard.

É bem verdade que algumas análises superdimensionam algumas questões, ao quase vislumbrarem a morte do “sujeito”, por exemplo. Contudo, o processo engendrado pelo consumo tende a massificar ainda mais e a impor seu ritmo, dadas as forças que nele convergem: sociais, políticas, culturais e econômicas. Se as formas produtivas tradicionais tornaram-se vacilantes e se enalideceram, novas formas tendem a (re)assumir tal condição, reconfigurando o sistema produtivo, para operar dentro de uma nova lógica, perpassando os antigos conglomerados industriais de transformação de “materiais pesados”, redimensionado a própria condição social, ao projetar-se no espaço virtual da indústria de serviços e de tecnologia “mágica”: as tecnologias de comunicação e o mundo da mídia com seu poder de persuasão; das telecomunicações e seu fluxo intercontinental; dos sistemas computacionais em rede.

A expansão avassaladora dessas tecnologias, introduziram novas abordagens discursivas em função das transformações imprimidas pelo homem e pelo reflexo de sua ação em seu próprio corpo, que ao mesmo tempo reflete o poder dessas mesmas tecnologias, as quais repercutem e alcançam o cotidiano dos indivíduos na pós-modernidade. O corpo adquire valor de moeda na medida em que modelos comportamentais e estéticos podem ser introduzidos e manipulados, de tal maneira que se opera não mais nas comparações mas na diferenciação.

Para concorrer a essa exigência, muitos homens e mulheres tendem a exigir do próprio corpo novas possibilidades de prolongá-lo ao mesmo ritmo das inovações mercadológicas e de consumo. Buscam a imagem refletida no espelho de outra pessoa, prendem-se a modelos, não admitem deslize performático. Seus corpos devem render qual motor do último modelo automotivo, como se conseguissem equivaler-se ao rendimento da máquina, objeto de seu desejo de consumo.

O corpo é regido, pois, por uma dinâmica condicionada pelo performático, pelo solúvel e pelo fragmentário, uma vez que o indivíduo, ao diferenciar-se imagina encontrar a sua individualidade, na crença de que cada produto de consumo tenha sido feito especialmente para ele. Redimensiona-se o corpo e é possível transfigurá-lo. Essa possibilidade encontra na publicidade sua propagação concreta: lojas, supermercados, ruas, esquinas e a parafernália dos meios de comunicação distribuem modelos, cujo

discurso individualista indica que se deva tê-los como molde social de tudo o que é bom e significativo. Essa pretensa supremacia é tanto melhor quanto mais precedida por um corpo ligado ao sucesso, à viralidade, ao prazer e que represente ainda a possibilidade – planejada – de uso simultâneo de milhares de pessoas que, preferencialmente, acreditem ter para si, esses mesmos modelos, neles se sintam refletidos.

O mundo pós-moderno engendra a efemeridade e o consumo, no qual, se acredita que o imagético do corpo comporta entrada em todos os patamares da vida social. Sendo assim, ruas-passarelas, lojas e casas funcionam como vitrines, por onde desfilam, de forma passiva, indivíduos detentores de um “corpo modelo”; locais de experimentação e prova desses modelos; e prováveis dissabores naqueles que não se enquadram no molde social de tal modelo.

Referência Bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Elfos; Lisboa: Edições 70, 1995.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FRAGA, Alex Franco. Anatomias emergentes e o bug muscular: pedagogias do corpo no limiar do século XXI. In: SOARES, Carmen Lúcia (Org.). *Corpo e História*. Campinas: Autores Associados, 2001.

FRIDMAN, Luis Carlos. *Vertigens pós-modernas: configurações institucionais contemporâneas*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

LUCERO, Nelson A. A. O corpo redescoberto. In: *Corpo, mulher e sociedade*. Campinas – SP: Papyrus, 1995.

LYON, David. *Pós-modernidade*. São Paulo: Paulus, 1998.

SANT' ANNA, Denise Bernuzzi de. É possível realizar uma história do corpo? In: SOARES, Carmen Lúcia (Org.). *Corpo e História*. Campinas: Autores Associados, 2001.

SILVA, Ana Maria. A natureza da physis humana: indicadores para o estudo da corporeidade. In: SOARES, Carmen L. (Org.).

Corpo e História. Campinas: Autores Associados, 2001.

SOARES, Carmen L. Corpo, conhecimento e educação: notas esparsas. In: SOARES, Carmen L. (Org.). *Corpo e História*. Campinas: Autores Associados, 2001.