



A PERFORMATIVIDADE ADOLESCENTE NOS TESTES DA MÍDIA IMPRESSA



Francieli Piuco Tuchtenhagem

Orientador: Prof. Dr. Marcelo de Andrade Pereira

Pesquisa: Performance e educação: interfaces, conceitos e prática educativa
(CNPq)

TEMA

Configurações estético-existenciais do corpo feminino adolescente nos testes da mídia impressa.

PROBLEMA

Que configurações estético-existenciais são representadas nos testes de mídia impressa destinada ao público adolescente feminino?

INTRODUÇÃO

A revista *Todateen* traz em suas edições testes que buscam evidenciar modos de ser, de proceder e se apresentar – noções essas entrevistadas sob a forma do *estilo* – que operam como dispositivos de reificação, de coisificação do sujeito adolescente.

Nesses testes, a identificação dos corpos, de reconhecimento de uma identidade, dá-se por força de sua adequação a um estilo. É a partir da noção de estilo que são invocados modos e atitudes os mais “adequados” para serem seguidos.

Tal adequação concorre para o grau de ajustamento dos indivíduos ao sistema econômico vigente – o qual constitui e revela traços da identidade da adolescente na contemporaneidade.

A pesquisa objetiva analisar, então, os modos de representação dos corpos adolescentes indicados nos testes da revista “*Todateen*”, destinada ao público adolescente feminino.

MÉTODO

A fim de levar a termo uma investigação sobre a relação entre os processos de subjetivação e estetização, implícita nos testes da revista *Todateen*, o presente trabalho toma emprestadas as contribuições da filosofia, da antropologia, dos estudos da performance e da psicanálise. Procede por intermédio da análise do discurso. Toma como artefato cultural e discursivo os testes da revista *Todateen*. Verifica que marcas discursivas manifestam-se nos testes da revista em questão. Com isso, busca demonstrar a cristalização de uma tipologia da adolescente contemporânea face ao imperativo do consumo estético, face à aparência. Os testes se encarregam, com efeito, de avaliar o grau de comprometimento, de cuidado da jovem consigo mesma – do ponto de vista de uma estética corporal, intelectual e social.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- WELSCH, Wolfgang. *Estetização e estetização profunda ou: a respeito da atualidade do estético*. Trad. Álvaro Valls. Porto Arte, Porto Alegre, v. 6, n. 9, p. 7-22, maio de 1995.
- JERUSALINSKY, Alfredo. *Adolescência e Contemporaneidade*. In: *Conversando sobre Adolescência e Contemporaneidade*; Adriana Mello, Ana Luiza de Souza Castro, Myléne Geiger (Org.). Conselho Regional de Psicologia – 7ª Região. – Porto Alegre: Libretos, 2004.
- GURSKI, Roselene. Crônica da adolescência contemporânea. *Revista da Associação Psicanalítica de Porto Alegre*, Porto Alegre - RS, v. 30, p. 153-166, 2006.
- _____. Em nome da televisão. *Correio da Associação Psicanalítica de Porto Alegre*, Porto Alegre - RS, v. 87, p. 39-40, 2001.
- _____. Nas Telas dos Novos Tempos. *Correio da Associação Psicanalítica de Porto Alegre*, Porto Alegre - RS, v. 70, p. 38-44, 1999.
- _____. Crônica da Adolescência Contemporânea. *Jornal Zero Hora, Jornal Zero Hora*, 24 set. 2005
- DORNELLES, Leni Vieira. *Meninas no papel*. Porto Alegre: UFRGS, 2002
- KOWALSKI, Marizabel. FERREIRA, Maria Beatriz Rocha. Estética, corpo e cultura. *Revista Conexões*, Campinas, v. 5, n.2, 2007- ISSN: 1516-4381.
- SCHECHNER, Richard. *Performance studies: an introduction*. London and New York: Routledge, 2002.

DISCUSSÃO

Existem formas de atuação (performance) do papel adolescente feminino próprias da contemporaneidade.

Há no enredo da cultura dominante um modo de ser *teen* hoje – e esse modo de ser é por assim dizer construído historicamente. Ou seja, a identidade da adolescente é, como todas as demais identidades previstas por uma dada cultura, atravessada por uma série de fatores: econômicos, jurídicos, institucionais.

Nossa pesquisa busca identificar que papéis são esses que se apresentam, que se configuram nos testes da mídia impressa; verificar se o modo de ser nos testes cristalizado constitui um ser coisificado.

Tal afirmação pode ser reforçada pela apresentação das prescrições implícitas no teste para identificar um tipo ou outro de adolescente, indicar qual o tipo “vale mais, é “mais antenado”, “mais sexy”, “mais popular”.

Esses adjetivos trazem consigo um repertório de mercadorias que ajudam a adolescente a constituir, a elaborar a identidade desejada, idealizada, obviamente, pela cultura.

Os testes prevêm um estilo, prevêm mercadorias, hábitos comportamentais e de consumo próprios de uma dada coletividade – tribo, comunidade.

Os testes ditam um forma de comportamento na cultura, um script que determina um modo do indivíduo adolescente feminino de se apresentar, de performar.

Ao discutirmos as configurações estético-existenciais da adolescente contemporânea procuramos problematizar o modo de estruturação e operação da própria cultura e, para além disso, apresentar novas formas de ser da adolescente feminina hoje, de que maneira essa se constitui, se subjetiva por força do aparente e da esfera econômica.

ENCAMINHAMENTOS

Esta pesquisa caracteriza-se como Work in Progress, encontra-se, por sua vez, em andamento. Seja como for, o material colhido e analisado até o momento nos permite compreender que os processos de estetização constituem uma força determinante dos processos de subjetivação na contemporaneidade.

Não se trata, obviamente, de avaliar qualitativamente, do ponto de vista moral, essas novas formas de subjetividade adolescente – produzidas, condensadas pela mídia impressa e pela indústria cultural de uma maneira geral – mas, tão somente compreender novas formas de ser e se relacionar no tempo presente.

Compreender o processo que vai da estetização à subjetivação permite tornar visível o caráter representacional, dramático, teatral das identidades contemporâneas.

Os testes da mídia impressa *Todateen* ressalta, com efeito, caráter cênico das identidades das jovens de hoje; tais testes prescrevem modos de se conduzir, de obter pelo efeito plástico, estético, teatral, um certo resultado. É preciso “vender o peixe”, vender a si mesmo, fazer marketing pessoal de si mesmo, promover-se para ser reconhecido, para fazer parte como um nó expressivo do tecido social.

A pesquisa busca, ao fim e ao cabo, identificar os meios por intermédio dos quais a adolescente contemporânea se inscreve no laço social.