

O JOVEM, CORPO E ALMA MARCADOS PELA SOCIEDADE DE CONSUMO

Natércia de Andrade Lopes-Neta – EDUMATEC/UFPE

As leis do mercado para manter o consumismo desenfreado, a comercialização a todo custo, produz um arquétipo de corpo ideal veiculado através dos meios de comunicação, que favorece o surgimento de marcas visíveis e invisíveis nos indivíduos que buscam, não só o consumo, mas também uma promessa de felicidade. Durante nosso estudo sobre Educação, Corpo e Subjetividade no Mestrado Acadêmico algumas questões povoavam nossa mente e acabaram norteando este trabalho. Será que o homem da sociedade moderna, produtor/produto do consumismo, não consegue mais perceber as fragilidades do outro? Perdeu a sensibilidade? Não tem alma, só corpo? O convívio humano foi destruído por novas formas de pensar? Qual o preço a ser pago por indivíduos que enfrentam a crise de identidade na sociedade moderna? Para respondê-las e analisarmos as conseqüências deste corpo que é o primeiro contato do homem com o mundo como produto social e cultural, objetivamos discutir os conceitos e reflexões trazidas por Le Breton (2003, 2004, 2007, 2011), Baudrillard (1993, 1995), Bauman (2001, 2004, 2009) dentre outros, sobre a sociedade de consumo e as conseqüências para a construção identitária dos jovens. Para isso, fizemos um panorama sintomático e remoto ao dualismo entre o corpo e a alma; ao descobrimento do corpo visto de diferentes formas dependendo do contexto social, político e cultural em que se insere; ao culto ao corpo perfeito e à secundarização do homem que não segue os ditos padrões para a sociedade de consumo culminando nas marcas deixadas no corpo e na alma por esta sociedade. Percebemos que a sociedade moderna não produz apenas marcas corporais e as fixam como parâmetro a seguir, a padronização de beleza, a exigência de fazer parte de uma *tribo* e ter tudo o que as convenções ditam para pertencer a ela, acabam por ajustar ou desajustar o comportamento de muitos jovens. A segregação social produzida pela sociedade de consumo que identifica os corpos em classes e o culto ao corpo que põe à margem quem não se adéqua aos padrões da moda propagados, principalmente, pelos meios de comunicação, deixa homens que vivem numa vulnerabilidade social destinados à escassez da dignidade humana.

Palavras-Chave: Jovens. Sociedade de Consumo. Identidade Corporal.