

# Comunicação

## 4º Congresso SOPCOM

Aveiro, 21-22 Outubro, 2005

### **O Corpo como Tela**

Helena Figueiredo Pina

Escola Superior de Comunicação Social (Instituto Politécnico de Lisboa)

#### **Resumo**

Enquanto técnica, e meio (*medium*) a fotografia presta-se a utilizações muito diversas, em campos como o da Arte ou da Comunicação - e particularmente na Publicidade enquanto comunicação comercial. Tanto num caso como noutro, a fotografia é particularmente expressiva, bebe da cultura do seu tempo e simultaneamente enforma essa mesma cultura emprestando-lhe uma materialidade fortemente impressiva e particularmente significativa.

O Corpo enquanto matéria, transformado em tela sobre a qual se inscrevem mensagens gritantes, é muito mais que um cenário que se constrói para enquadrar mensagens ou facilitar a comunicação com o receptor. O Corpo passa a ser a própria mensagem. É a imagem física de uma identidade que se busca hoje com sofreguidão para que possamos perceber quem somos. As remodelações desse espelho de identidades são constantes, são projectos sempre inacabados, sempre imperfeitos, com as possibilidades sempre em aberto e onde a essência do Ser não é tida como estática e absoluta. Cada vez mais, de forma mais flagrante, essa necessidade de Ser do indivíduo moderno se entrelaça com a necessidade de possuir bens de consumo que significam algo acerca da sua essência. Estes, são bens particularmente significantes, escolhidos com criteriosa atenção para compor o quadro que a tela do corpo socialmente mostra. Culturalmente, cada vez se esbatem mais as fronteiras entre Ser e Ter. O Corpo eleito como suporte privilegiado das mensagens que se pretendem construir é palco tanto das propostas artísticas, como das imagens que invadem os *media* e que apresentam elas próprias propostas de identidade. São *deco-identidades* onde os bens de consumo funcionam como adereços e o corpo é tido como espaço transformável e *estilizado*.