

A IMAGEM VISUAL FORMA E REFORMA: O LADO DE CIMA DA ROUPA DE BAIXO

Aldo Victorio Filho

Jorge Caê Rodrigues

A proposta deste artigo é alimentar a discussão das imagens na configuração do mundo atual. Arriscando novas compreensões das cartografias simbólicas que emergem apontando o corpo como indiscernível da visualidade produzida pelos seus assessórios. Assim, partimos de um recorte específico, a publicidade de cuecas nos editoriais de moda dirigidos ao público gay. Trata-se de uma pesquisa sobre o design das cuecas e como é apresentada na mídia, cujas formas e conteúdos participam do que chamamos de design identitário das variadas maneiras de acontecimento da sexualidade homoerótica brasileira, aqui oportuno argumento favorável à defesa da imagem corpo mais objeto como novos planos de elucidação da atualidade. Sobre o poder de formação das imagens visuais ou da força e desafio da Cultura Visual, argumentamos que a relação corpo e objeto indicia a largueza e potência das imagens ao interagirem com o olhar, aguçando visualidades, interrogando resistências, formulando formas de ver e, sobretudo, evidenciando o jogo da visualidade na imagética pessoal. Adentrarmos o tema considerando que as visualidades exercem suas potências em diferentes suportes, dos impressos e digitais ao corpo que é veículo de infinitos significantes a redundar em narrativas que nos ligam a localizações diversas as quais recorreremos cotidianamente. Observamos flagrante relação entre a visualidade do corpo vestido e a economia erótica. Mário Perniola que referencia parte deste trabalho defende que a conexão estético-sexual da roupa não nasceria de uma experiência efetiva do vestuário como tal, na qual a roupa estaria subordinada à beleza do corpo e à atração sexual que exerce, pois a ideia de que os corpos vivos nos excitam mais que as roupas que vestem nos aprisionaria no esteticismo organicista redutor da sexualidade. Pois, não há dicotomia atualmente sustentável, entre carne e espírito e nem um conceito aceitável que pudesse isolá-los num nível de pureza e impermeabilidade de um em relação ao outro. A oposição que emerge, então, seria entre o corpo e o objeto. Aqui, o corpo e a roupa. Tal tensão induz à observação do jogo das potências visuais e dos seus papéis nas configurações das redes subjetivas que superam a blindagem do sujeito e nos leva a considerar a expansão ilimitada do corpo em amálgama com o que lhe teria sido externo. Objeto, sexualidade, sensibilidade, excitação, corpo e imagem transbordam as molduras nas quais foram

supostamente estabilizados e elevam à fulgurante visibilidade o que se pretendia arquivar sob a sombra de um moralismo já há tempos obsoleto.

Palavras-chave: cultura visual, formação, moda, corpo, objeto.