

Copos esculpidos, corpos desenhados: constructos do Belo no final do século XX

Edna Maria Nóbrega Araújo*

O presente texto encontra sua inspiração na mudança explícita do significado que o conceito de beleza sofreu no final do século XX e início do século XXI. A beleza será tomada como uma construção social e cultural que obedece aos critérios de uma época, ou seja, se modifica através da história. A beleza tem sido cultuada, procurada, correspondendo a quase uma determinação da experiência humana na atualidade. Em nenhum outro momento da história humana a beleza foi tão colocada em evidência quanto nos dias atuais. Sobre ela, são construídos discursos, imagens que buscam as formas de administrá-la, de negá-la e de representá-la.

O presente trabalho faz parte de uma pesquisa mais ampla, nível de doutorado, que possui a proposta metodológica de analisar os modelos de beleza que são veiculados pelos discursos da *Revista Veja* e da *Revista Isto É* que falam sobre o tema. Questionamentos como os que se seguem conduzem a nossa análise das fontes: Como os discursos das revistas pensam o corpo? Como as revistas retratam a imagem do corpo feminino? Que modelos de beleza são impostos pela mídia? Qual o modelo de beleza feminino que a sociedade sacralizou a partir do final do século XX?

A idéia de modelagem/construção do corpo feminino por meio da cirurgia plástica, uso do botox, implantes de silicone, etc. ou seja, as fábricas de beleza e o milagre da transformação fazem parte do cotidiano feminino e consequentemente da forma em que o conceito de beleza vem construindo significados através dos vários discursos. O que justifica a procura pela análise dos discursos sobre beleza presentes nas Revistas *Veja* e *Isto É*, que embora não sejam específicas sobre beleza, possuem muitas matérias e inclusive capas com debates, conselhos, recomendações depoimentos, anúncios que vendem distintos produtos destinados a beleza. Enfim, as revistas ajudam a construir a história da beleza na atualidade.

Não é possível ao historiador não pensar seu próprio tempo. A beleza, nos tempos em que a imagem, a mídia e a cibernética imperam é enunciada de diferentes maneiras. Não é possível fechar os olhos ao caminhar dos seres humanos as clínicas de estética, as compras dos melhores e mais recentes cosméticos, as modernas academias de ginásticas que prometem

* PPGH, UFPE – Mestre e Doutoranda em História.

maravilhas, através dos inúmeros aparelhos, cada qual dedicado a uma parte do corpo, as próteses de silicone que preenchem e recompõem, o botox¹, que faz desaparecer as linhas de expressão e rugas deixando a pele com aspecto jovem, a bioplastia² que promete deixar mais jovem sem riscos, incisões e em pouco tempo, o peeling³ que através do esfoliamento da pele elimina as células mortas promovendo um aspecto saudável e as lipoaspirações⁴, que desenharam e reinventaram corpos.

A moda objetiva ditar o caminho. Existem milhares de pessoas prontas a segui-la. Mulheres cada vez mais jovens submetem às intervenções cirúrgicas. Quando não, passam por problemas de saúde como a anorexia e a bulimia, os dois causados pela vontade desvairada de emagrecer.

O “padrão” de beleza do século XXI não é difícil de ser reconhecido. Corpos bem definidos, malhados e marcados pela presença física de prédios de academias em cada esquina dos bairros, das cidades definem este padrão. Perguntas que se naturalizam como: *Você Malha?* Também definem o modelo de beleza que se deseja para si e para o outro no tempo presente.

O corpo malhado é um corpo disciplinado, é um corpo que exige o rigor *o cuidado de si*. Através dele há a busca por uma perfeição impossível de ser preenchida. Nessa sociedade que cultua a vida nas academias de ginástica também é possível encontrar a morte através do mesmo discurso que estabelece a idéia de saúde. O culto ao corpo e a “ditadura” da magreza estão presentes na experiência humana da atualidade. Estes aspectos exercem influências nas mentes e nos corpos que buscam a preparação para exibição de maneira semelhante aos produtos que são consumidos para a realização do desejo de beleza.

[No início do século xx] os contornos se tornam mais vigiados e menos dissimulados. A alusão aos regimes ou aos exercícios se tornam mais presente. (...) O objetivo é evitar as espessuras nos quadris ou o desenvolvimento dos quadris. Um universo físico até então pouco tratado se torna bruscamente observado (VIGARELLO, 2006, p. 132)

Desse modo observemos:

¹ Toxina Botulínica (BOTOX ®) que é uma substância produzida pela bactéria Clostridium Botulinum.

² Bioplastia - A plástica sem cortes, que pode ser aplicada no rosto e no corpo.

³ Peeling vem do idioma inglês e quer dizer literalmente descamar ou esfoliar. Então, esse procedimento tem como objetivo a descamação e renovação de pele através de agentes químicos para que esta fique mais bonita e saudável.

⁴ Lipoaspiração é um procedimento cirúrgico. É uma intervenção que visa retirar gordura com objetivo estético.

Há atualmente no Brasil, sobretudo nas classes média e alta, a mania de elogiar a magreza. Com silhuetas delgadas, modelos, atrizes e celebridades tornam-se símbolos de beleza, glamour, riqueza e aceitação social. São tantos famosos comemorando publicamente a perda de gordura que é quase impossível impedir que tais “sucessos” repercutam em quem está suscetível à pressão por um corpo perfeito. (Revista Isto É, 2006, p.45)

Juliana Paes, atriz, reduziu sua silhueta. Segundo a mesma em entrevista no canal de televisão – GNT, ela afirmou que se Gisele Bündchen é elogiada pelo corpo perfeito e tem uma silhueta delgada ela também gostaria de ter.

Desse modo, em busca de um padrão de beleza, tido como perfeito, as mulheres se submetem a rigorosas intervenções sem se preocuparem com os riscos das mesmas.

Atualmente, na TV e nas revistas é possível encontrar o “passo a passo” da cirurgia plástica. A partir de depoimentos das mulheres afirmando o quanto as dores “não significaram nada” diante da transformação alcançada. Além do “passo a passo” das cirurgias é possível observar nas matérias apresentadas o já famoso “antes e depois”, ou seja, as propagandas remetem a afirmações do tipo Você Também pode.

As cirurgias plásticas, as dietas, as academias, os cosméticos são verdadeiras reciclagens que as mulheres fazem permanentemente, apelando para manter-se jovem.

A personalização do corpo apela para o imperativo da juventude, para a luta contra a adversidade temporal, o combate para conservar nossa identidade sem hiatos ou panes. Permanecer jovem, não envelhecer: é o mesmo imperativo da funcionalidade pura, o mesmo imperativo da reciclagem, o mesmo imperativo da dessubstanciação que impede a manifestação dos estigmas do tempo a fim de dissolver as heterogeneidades da idade. (LIPOVETSKY, 2005, p.43)

As reciclagens, as chamadas tentativas de adequação a norma vigente vem sendo associada ao conceito de beleza feminina há séculos. Em que o sacrifício em nome da beleza sempre existiu entre as mulheres conforme nos relata Mary Del Priore (2001, p11):

Poucos sabem que até o século XIX usava-se sutiã para corrigir o corpo. Na forma de espartilho, era utilizado seguindo uma tradição medieval que consistia em “enrolar” em crianças recém-nascidas panos apertados a fim de dar-lhe mais segurança, ao mesmo tempo em que modelava o pequeno corpinho. Endereçado às mulheres, ele funcionava como uma fôrma ou um estojo protetor e, sobretudo, corretor de um corpo feminino passivo e amolengado, considerado pelos médicos possuidor de postura “frágil” e ossos “tenros”..

Embora as mulheres tenham se livrado do espartilho a partir do final do século XIX, no início do século XX construíram outras práticas no sentido de ter uma cintura fina e, para isso, nossas avós e bisavós contaram com a ajuda de corpetes. Em alguns casos, elas se amarravam tanto que chegavam a produzir compressão das costelas e outras deformidades

internas. Ao final da Primeira Guerra Mundial, as chamadas exuberâncias adiposas, passaram a ser contidas, pela cinta elástica. Hoje, vendem-se meias-calças com enchimentos, “a meia do bumbum”, enquanto soutiens com armação criam a impressão de seios firmes e arredondados, e os dotados de enchimentos, aumentam o volume. A cirurgia plástica permite alterações ainda mais drásticas: recria a forma e a firmeza típicas de seios jovens, os aumenta através de implante de silicone ou os reduz com a remoção do que neles parece excessivo. (QUEIROZ, 2000)

Desde as últimas décadas do século XX, com a “popularização” das cirurgias plásticas, as mulheres passaram a buscar nos bisturis a correção do que consideram imperfeições do corpo, ou/e através do silicone substituir partes do corpo tidas como “velhas” por outras “novas” e com isso alcançar seu ideal de beleza. As cirurgias plásticas, segundo o discurso da Veja, se tornou uma questão de “higiene”.

Se o assujeitamento da mulher ao modelo de beleza do século XIX, causa espanto as mulheres do século XXI, afinal ir a uma igreja ou a um baile apertada por varetas de aço, machucando suas carnes, parece loucura, mas é hoje o que fazem as mulheres em busca do corpo perfeito?

O ser mutante, cibernético já faz parte de nosso cotidiano. Cada vez mais ele toma corpo em nossa sociedade. Troca-se o tamanho dos seios, retiram-se costelas, muda-se a cor dos olhos, reforma-se o sorriso, redefine-se músculos, afina-se a cintura, refaz-se o nariz, arruma-se as orelhas. É uma verdadeira maratona de transformações, e pela indicação de mercado, a procura por tratamentos de beleza tende a crescer cada vez mais.

A feiúra e a velhice passaram a ser vividas como um drama. Daí a multiplicação de “fábricas” de beleza e juventude.

Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nosso corpo, da desgraça da rejeição social. Nosso tormento não é o fogo do inferno, mas balança e o espelho. “Libere-se”, contrariamente ao que queriam as feministas, tornou-se sinônimo de lutar, centímetro por centímetro, contra a decrepitude fatal. Decrepitude, agora, culpada, pois o prestígio exagerado da juventude tornou a velhice vergonhosa. (DEL PRIORE, 2001, p.11)

Mas como não envelhecer? Os meios de comunicação, como: revistas, jornais, rádio, televisão, cinema, outdoor, propaganda, anúncio em site da Internet, etc. insistem no discurso científico e nos conselhos de médicos e de outros peritos que garantem que é possível manter a juventude apesar da idade 30, 40, 50 e agora aos 60 anos é possível manter-se jovem, sadia e bela para isso oferecem produtos que fazem milagres. (SILVA, 2006)

Nesse caso, o discurso publicitário age na nossa sociedade disciplinar convencendo, instituindo verdades. “Vivemos em uma sociedade que em grande parte marcha ao compasso da verdade – ou seja, que produz e faz circular discursos que funcionam como verdades, que passam por tal e que detêm por este motivo poderes específicos. (...)”(FOUCAULT, 1986, 231)

O efeito de verdade produzido por estes discursos buscam dar um toque de naturalidade aos inúmeros tratamentos para embelezar o corpo. Com tanto assédio do mercado, é difícil alguém querer exibir celulite, rugas ou barriga saliente. Poucas mulheres conseguem resistir à enorme pressão da ditadura da saúde e da juventude como beleza.

As marcas do tempo que passa, os sinais de uma existência são apagados com a naturalidade de quem rasga um papel, derruba um monumento. Na sociedade que cultua o novo, que desnaturaliza o envelhecimento e a morte, passa a ser natural a não celulite, a não ruga, o não cabelo branco, enfim tudo o que comprometa os discursos construtores de um padrão de beleza voltado para corpos definidos.

Aliás esta expressão – corpos definidos - já está naturalizada nas academias. O seu conceito não é debatido. Foucault, ao anunciar as estratégias de produção dos discursos e das verdades nos convida a questionar: o que é definir? Corpos definidos produz o sentido de corpos demarcados, fechados, organizados sob as relações de poder que atravessam os mesmos.

Nessa perspectiva, as transformações do corpo da mulher brasileira foram brutais. Uma radicalização compulsiva e ansiosa a empurrou nos últimos dez anos, e a segue empurrando para a tríade abençoada pela mídia: ser bela, ser jovem, ser saudável! Graças à supremacia das imagens instaurou-se a tirania da perfeição física. Hoje, todas querem ser magras, leves, turbinadas. Num mundo onde se morre de fome, grassa uma verdadeira lipofobia. Todas as mulheres parecem querer participar da sinfonia do corpo magnífico. (DEL PRIORE, 2001p.)

Para a realização da tarefa diária de manter-se jovem, bela e sadia as mulheres utilizam de inúmeros mecanismos e de intervenções como as cirurgias, o silicone, o botox, os produtos de beleza, as dietas milagrosas, ou as corridas as academias de ginásticas e outros aspectos, não menos sutis, como a absorção das imagens e discursos que agem sobre o corpo feminino, divulgados nas revistas específicas direcionadas a mulher ou não, nos anúncios da TV, nos outdoors, nas páginas da internet etc.

A atuação da mídia na construção das escolhas de modelos de beleza para as mulheres pode ser datada do período de afirmação do cinema americano, quando novas imagens femininas começaram a se multiplicar. Não era mais Paris que ditava a moda, mas os

estúdios de Hollywood. Todas sabiam que a imprensa e o cinema divulgavam padrões que deveriam ser seguidos, excluindo aqueles que deles não se aproximavam. Data daí um novo padrão de beleza baseado nos símbolos sensuais de Hollywood.

Se por um lado a estética cinematográfica era sinônimo de mentalidade moderna e um domínio onde a mulher podia tomar iniciativas, por outro a sensualidade que emanava de sua representação a transformava em objeto passivo de consumo. Mais um adendo: a indumentária usada pelas atrizes, e copiada no mundo inteiro, não fazia mais do que traduzir metaforicamente a personalidade feminina. Ora, o poder de sedução de estrelas do cinema marcou toda uma geração de mulheres, servindo de modelo para a imagem que queriam delas mesmas. (DEL PRIORE, 2000, p. 75)

Segundo Georges Vigarello a arte de embelezar surgiu no começo do século XX e se

expandiu igualmente o olhar projetado para a beleza. Aparelhos e modeladores se destinam às pernas, às costas, aos seios. O conjunto das superfícies parece relativizado. . Produziu-se uma metamorfose definitiva, discreta mas decisiva: o corpo 'embelezado' não é apenas dirigido aos cuidados do rosto ou aos movimentos físicos genéricos, ou ainda aos banhos adelgaçadores, e sim a aplicações corretivas precisas, a massagens, a intervenções topológicas variadas. O ideal primeiro se tornou o de um projeto global, uma promessa servida pela técnica e instrumentação: uma ação sobre si. (VIGARELLO, 2006, p.134)

A partir da década de 90 ocorreu a valorização das supermodelos e isso fez com que a cultura da magreza, da juventude e da beleza adquirisse mais força. Ser modelo passou a ser uma aspiração legítima das meninas e um desejo das mulheres. Todas, independente da idade, querem ser lindas, magras e jovens.

Para este novo padrão de mulher passou-se a estimular o descobrimento das partes do corpo, a vida da mulher ao ar livre, o hábito dos esportes, e tudo que promovesse uma aparência saudável e jovem.

Entretanto, quando a mulher despiu-se, seja, nas praias ou nas revistas a solução foi cobrir o corpo

de cremes, vitaminas, silicones e colágenos. A pele tonificada, alisada, limpa apresenta-se idealmente como uma nova forma de vestimenta, que não enrugam nem "amassa" jamais. Uma estética esportiva votada ao culto do corpo, fonte inesgotável de ansiedade e frustrações, levou a melhor sobre a sensualidade imaginária e simbólica. (DEL PRIORE, 2000, p.75)

Se de um lado tem-se a mídia e todo um incentivo para expor o corpo, por outro lado, surge a necessidade de cobri-lo, não com tecidos, mas com cremes, pois, para ficar nu não pode ser um corpo que apresente sinais de velhice, rugas, celulite, manchas, como

também não pode ser um corpo obeso, mas esbelto, malhado, não pode ser um corpo que possua pele clara mas que esteja bronzeado.

O corpo se tornou aquilo que está em jogo numa luta entre os filhos e os pais, entre crianças e as instâncias de controle. A revolta do corpo sexual é o contra-efeito desta ofensiva. Como é que o poder responde? Através de uma exploração econômica (e talvez ideológica) da erotização, desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos... Como resposta à revolta do corpo, encontramos um novo investimento que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação: Fique nu... mas seja magro, bonito, bronzeado! (...)”(FOUCAULT, 1986, 146/7)

As intervenções sobre o corpo ao mesmo tempo que aparentam oferecer liberdade, invoca também estratégias de autocontrole e interdição. A promessa de uma vida longa, de um corpo belo e saudável é acompanhada de discursos que auto-regulam a mulher tornando-a vigia de si mesmo: “fique nua... mas seja magra”. Nesse investimento sobre o corpo não há forma de controle-repressão, tão comum nos séculos XVIII e XIX, mas o controle-estimulação.

Dentro desta perspectiva, o corpo passou a ter uma nova tarefa: ser consumidor. Consumidor em cada uma das suas partes individualizadas. Para as unhas, esmaltes; para os cabelos, xampus; para o corpo, sabonetes e cremes; para o resto, academias de ginástica, aparelhos comprados pelo *shop time*, tudo prometendo beleza para todas!

A história da beleza, portando, pode ser visitada na atualidade nestes discursos que fragmenta corpos mas que buscam estar reunidos em um único enunciado: o da beleza.

Referências

- CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano: artes de fazer**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CHARTIER. Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.
- CHAUVEAU, Agnès e Tétart, Philippe. **Questões para a história do presente**. Bauru: EDUSC, 1999.
- CONNOR, Steven. **Cultura Pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.
- DEL PRIORE, Mary. **História do amor no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2005.
- _____. **História do Cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. **Corpo a corpo com a Mulher.** Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000.

ECO, Umberto. **História da Beleza.** Rio de Janeiro: Record, 2004.

ERTZGUE, Marina Haizenreder; PARENTE, Temis Gomes. **História e sensibilidade.** Brasília: Paralelo, 2006.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder.** 8 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

_____. **Vigiar e Punir.** 7 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1987.

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação:** estudos contemporâneos. São Paulo: Thomsom, 2005.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

HUNT, Lynn. **A Nova História Cultural.** São Paulo: Martins Fontes, 1992.

LE GOFF, Jacques. **A História Nova.** 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

LE MOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Giles. **A era do vazio:** ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole, 2005.

_____. **O Império do Efêmero:** A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

_____.; ROUX, Elyette. **O Luxo Eterno:** da idade do sagrado aos tempos das marcas. São Paulo: Cia das Letras, 2005.

_____. **Os tempos hipermodernos.** São Paulo: Barcarolla, 2004.

MARTINS, Francisco Meneses; SILVA, Juremir Machado. (orgs). **Para navegar no Século XXI:** tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

MORAES, Eliane Robert. **O Corpo impossível.** São Paulo: FAPESP, Iluminuras, 2002.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultural.** Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

QUEIROZ, Renato da Silva (org). **O Corpo do Brasileiro:** estudos de estética e beleza. São Paulo: SENAC, 2000.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SCHPUN, Raisia Mônica. **Beleza em Jogo:** Cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Boitempo, SENAC, 1999.

SIBILA, Paula: **O Homem Pós-Orgânico:** Corpo, subjetividade e tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O Espírito das Roupas:** a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras. 1987.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza:** o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.