

Universidade Estadual Paulista – Julio de Mesquita Filho – UNESP/Car
Liza Aparecida Brasília

**UM OLHAR SÓCIO-HISTÓRICO SOBRE A BELEZA: DAS AMARRAS À
ALTERIDADE**

Araraquara

2007

Liza Aparecida Brasília

**UM OLHAR SÓCIO-HISTÓRICO SOBRE A BELEZA: DAS AMARRAS À
ALTERIDADE**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Estadual Paulista – Julio de Mesquita Filho – UNESP/Car, como requisito para obtenção do título de Doutora, sob a orientação da Profa. Dra. Eliana Maria de Melo Souza .

Araraquara

2007

Liza Aparecida Brasília

**UM OLHAR SÓCIO-HISTÓRICO SOBRE A BELEZA: DAS AMARRAS À
ALTERIDADE**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Estadual Paulista – Julio de Mesquita Filho – UNESP/Car, como requisito para obtenção do título de Doutora, sob a orientação da Profa. Dra. Eliana Maria de Melo Souza .

Profa. Dra. Vera Lúcia Silveira Botta Ferrante – UNESP/Car

Profa. Dra. Lucila Scavone – UNESP/Car

Profa. Dra. Marília Pacheco Fiorillo – ECA/USP

Profa. Dra. Andréa de Souza Túbero Silva - UNIARA

Ao meu pai
(In memoriam)

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, mulher que sempre esteve presente em minha vida, sempre dando apoio e incentivo à minha carreira profissional, sem a ajuda dela e de meu pai, não seria possível este momento.

Ao meu sobrinho Guilherme, que nos últimos tempos tem me proporcionado muitas alegrias.

Ao Ronaldo, que sempre esteve ao meu lado com seu amor, carinho e compreensão.

Ao meu amigo Marcos, que com seu apoio e ajuda foi possível terminar este trabalho.

À minha amiga Fátima, que desde o início, quando este tema era ainda muito distante, sempre esteve presente, fazendo sugestões e críticas, contribuindo na minha formação.

À amiga Mônica de Souza Alário que me acompanha desde a graduação.

Às amigas de trabalho, Luci Mary, Maria das Graças e Siumara, que sempre me apoiaram e me incentivaram para terminar este trabalho.

À Lucimara e Dulcinéia que sempre torceram por mim e sei que, mesmo distantes, estão felizes por esse momento.

À Profa. Dra. Lucila Scavone, que propiciou minha descoberta dos estudos sobre as mulheres e, graças a ela, pude iniciar meus estudos na área de gênero.

À Eliana, minha orientadora e amiga, que presenciou as duras etapas da realização deste trabalho mas mesmo assim, ficou do meu lado. Muito obrigada.

RESUMO

Atualmente, vivenciamos a exaltação do corpo e da aparência, e as práticas de cuidados com o mesmo, para alcançar a imagem considerada bela, tornam-se regras para os indivíduos, principalmente para as mulheres. Essas práticas sociais são acompanhadas por um discurso médico que alia saúde à magreza e são propagadas pela mídia, criando nos indivíduos um desejo de possuir o corpo ideal – magro e jovem. A indústria da beleza a cada dia cria um novo produto e novas tecnologias da beleza para serem consumidas, procurando atingir o maior número possível de indivíduos. Assim, analisamos se o padrão de beleza, construído socialmente, atinge todas as classes sociais, ou seja, se os indivíduos da classe baixa absorvem os discursos médicos e da mídia sobre o atual culto ao corpo; analisamos quais as práticas realizadas por essa classe social e se essas causam prejuízos para a saúde; verificamos, também, se o padrão de beleza continua configurando uma desigualdade entre os sexos. Utilizamos para tal análise, o referencial teórico das relações de gênero. Concluimos que este ideal de imagem atinge todas as classes sociais e que as práticas utilizadas para alcançar esse corpo, acarretam, muitas vezes, prejuízos para a saúde; o padrão de beleza é desigual entre homens e mulheres, pois, a beleza é naturalizada como uma prática feminina e são as mulheres os principais alvos dos discursos sobre a beleza, sendo as que utilizam as tecnologias para alcançar o corpo ideal.

Palavras-chave: Beleza. Corpo. Saúde. Relações de Gênero.

ABSTRACT

Nowadays, we have lived deeply the worship of the human body and its appearance, and the daily practices carried out by people in order to reach what is considered a beautiful image have become rules for individuals, mainly for women. These social practices go along with a medical discourse which associates health to slimness and are broadly propagated by media, overstimulating in individuals the desire for possessing the ideal body - lean and young. Every day, the body care industry develops a new product and new technologies and put them available on market for consumers, aiming to reach the largest possible number of people. Thus, we analyzed if the current beauty pattern, which has been socially constructed, reaches all social classes, that is, if individuals from lower social classes absorb the already mentioned medical and media discourses about the cult to the body; we analyzed the practices carried out by lower class individuals and also if such practices cause damage to health; we also verified if the beauty pattern continues configuring an inequality between men and women. We used for this analysis, the theoretical referencial of genre relationships. We concluded that this ideal of body image reaches all social classes and the practices used to reach such ideal body, may cause, many times, damages to people's health; the beauty pattern is unequal for men and women, once beauty and the practices used to reach it have always been understood as belonging to the feminine universe and, so, women are the main targets of the beauty discourses, as they represent the ones who most consume and use the novelties and new technologies to reach the ideal body.

Key-words: beauty, body, health, genre relationship.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
1 PADRÃO DE BELEZA E RELAÇÕES DE GÊNERO	15
2 A TRAJETÓRIA DO CONCEITO DE BELEZA	37
2.1 O CORPO COMO ELEMENTO DE MANIFESTAÇÕES DAS PRÁTICAS CULTURAIS	37
2.2 A HISTÓRIA DA BELEZA: UM OLHAR PANORÂMICO	45
2.3 A BELEZA NO BRASIL: UM IDEAL IMPOSTO	65
3 O CORPO NO CONTEXTO DE TRANSFORMAÇÕES: A NOVA ORDEM SOCIAL	79
3.1 O CORPO E A BELEZA NO BRASIL: A INDÚSTRIA DA “BOA FORMA”	86
3.2 A DETERMINAÇÃO MUDIÁTICA NA PRODUÇÃO DO PADRÃO DE BELEZA	95
4 BELEZA E SAÚDE	106
5 CONCLUSÃO	117
REFERÊNCIAS	122

INTRODUÇÃO

Quando iniciamos os estudos na área de Gênero e Saúde, na graduação, sob a orientação da Profa. Dra. Lucila Scavone, em 1994, um tema logo nos chamou a atenção: a beleza.

Morávamos com outras estudantes da faculdade e algo parecia invadir nosso cotidiano; a preocupação com o corpo, a aparência, a vontade de emagrecer ou permanecer magra.

Algumas histórias chegavam até nós: meninas que tinham tomado chás para emagrecer e acabaram ficando doentes, outras que tomavam remédios sem o conhecimento dos médicos e dos familiares, entre outras histórias.

Algo nos incomodava profundamente: por que nós mulheres temos que ser magras? Por que arriscamos nossa vida em busca desse corpo?

Assim, surgiu a vontade em estudar o tema da beleza e as práticas utilizadas para alcançá-la. Mas, estávamos terminando a graduação e o tema não era nem sequer comentado no meio acadêmico e não tinha esta divulgação que hoje se tem. Foi preciso esperarmos mais alguns anos, e em 1997 realizei o projeto para concorrer a uma vaga no Mestrado em sociologia, ingressando no ano de 1998.

Nesta pesquisa inicial, financiada pela Fapesp, realizamos uma investigação de como o padrão de beleza é construído sócio-historicamente; como reflete as desigualdades existentes entre homens e mulheres e quais as conseqüências do uso das tecnologias da beleza para a saúde.

Abordamos também, o discurso médico que associa a beleza à saúde, legitimando o padrão de beleza – magro e jovem. Para isso, além de pesquisa

bibliográfica, foi realizada pesquisa com pessoas de classes alta e média consumidoras de tecnologias da beleza, ou seja, usuários (as) de clínicas de cirurgia plástica, de endocrinologia, de estética e academias de ginástica. Também foram entrevistados profissionais da área médico-estética: cirurgiões plásticos, endocrinologistas, esteticistas e professores de academia de ginástica.

Nessa pesquisa, verificamos que as mulheres, de maneira geral, buscam um ideal de beleza de forma mais rígida que os homens. Isso ocorre devido ao fato de estar a imagem feminina relacionada com a beleza, com a valorização do corpo feminino. Para os homens, a beleza não é tão importante, pois, contam com outros atributos em relação a sua imagem, como força e poder. Sendo, para as mulheres, mais significativo alcançar o padrão de beleza, pois são elas que mais utilizam as tecnologias para este fim. Quer o atinjam ou não, estão causando males à saúde.

Sugestões e críticas foram feitas pelas professoras, Lucila Scavone e Carmem Soares, que participaram da banca de Dissertação de Mestrado, uma delas é que havia uma diferença entre as mulheres em relação à beleza, ou seja, que as mulheres de classe baixa não tinham preocupação com a aparência, portanto, sugeriram que deveríamos analisar esta questão.

Aceitamos a crítica e a sugestão e elaboramos o projeto para o Doutorado. Assim, nesta pesquisa de doutoramento, procuramos verificar se esse padrão de beleza atinge as classes sociais baixas e quais são os meios utilizados pelos indivíduos destas para alcançar tal padrão. Da mesma forma, buscamos averiguar quais as conseqüências dessas práticas para a saúde e se esses indivíduos incorporam o discurso médico que alia a saúde à magreza. Procuramos analisar também, se a beleza ainda é uma forma de desigualdade entre os sexos, pois, atualmente, com a inserção dos homens como

consumidores de cosméticos, alguns teóricos assinalam uma igualdade em relação a esta questão.

Partimos da hipótese que os discursos sobre a beleza atingem todas as classes sociais, mas, que os indivíduos das classes baixas não se utilizam das tecnologias da beleza, porque, essas são de alto custo financeiro. No entanto, o fato de não se utilizarem destas não significa que eles não compartilhem de tal padrão imposto socialmente. O padrão de beleza – magro e jovem – imposto ideologicamente, torna-se um instrumento de desigualdade entre os sexos, pois, são as mulheres as mais cobradas e as que mais se utilizam das tecnologias da beleza, expondo-se aos males causados à sua saúde.

Assim, dividimos nosso trabalho em quatro capítulos. No primeiro, analisamos o padrão de beleza sob o crivo das relações de gênero. As práticas sociais da beleza estão relacionadas à feminilidade, ou seja, são as mulheres que devem cuidar da beleza e são elas que devem se utilizar dos recursos cosméticos.

Como os discursos da beleza recaem sobre as mulheres, essas práticas passam por uma naturalização e são consideradas como próprias do sexo feminino. São, então, as mulheres as mais cobradas e as que mais se utilizam dos recursos cosméticos e dos serviços existentes para alcançar a beleza. Mesmo que esse ideal seja inatingível, pois está fora do alcance de qualquer mulher, a busca por ele é constante. Por mais paradoxal que pareça, é pela busca constante e nunca atingida, gerando uma insatisfação feminina com o seu próprio corpo, que se sustenta a indústria capitalista, pois, assim, consumimos cada vez mais.

Esta situação se agrava quando relacionamos com a questão da classe social, ou seja, o ideal está longe de ser alcançado pelas mulheres, mas, as que têm poder aquisitivo conseguem se aproximar deste ideal, utilizando-se das tecnologias da beleza.

No entanto, as mulheres da classe baixa estão excluídas do consumo destas tecnologias, devido a seu alto custo, ficando mais distante deste corpo ideal.

Os indivíduos passam a ser distinguidos, entre outros aspectos, pelos seus corpos. A aparência, considerada bela, é uma aparência de classe, pois, para se ter essa imagem é preciso de dinheiro para consumir as tecnologias da beleza.

A mídia e a ciência médica estética inserem em seus discursos os homens, propagando a importância da beleza para eles. Assim, presenciamos na atualidade a adoção das práticas sociais da beleza pelos homens. É esta inserção masculina que servirá de argumento para alguns autores, entre eles Lipovetsky, de que o culto ao corpo não expressa uma desigualdade entre os sexos.

Porém, defendemos a tese de que o padrão de beleza configura a desigualdade entre os sexos, pois, por mais que hoje os homens comecem a usar as tecnologias da beleza e a se preocupar com a aparência, isto ocorre de maneira totalmente desigual. A beleza no feminino é uma questão crucial na formação da identidade feminina, as mulheres continuam relacionadas ao cuidado com o corpo e com a aparência; já os homens, contam com outros atributos, como, por exemplo, força e poder.

Outra questão relacionada à própria construção social masculina é o poder econômico, que compensa a falta da beleza, não sendo, então, primordial para eles a beleza, o que não ocorre com as mulheres.

Assim, são nos corpos femininos que as transformações ocorrerão; são as mulheres que se utilizarão das tecnologias médicas, causando prejuízos para a saúde, submetendo-se à prática de dietas e usando de todos os meios para alcançarem o corpo magro e jovem.

O segundo capítulo aborda o corpo e a história da beleza. A partir da década de 1960, com os estudos de Foucault, o corpo passa a ser analisado como elemento

primordial para a compreensão das estruturas sociais e suas relações de poder. É neste momento histórico que, paralelamente, as feministas trazem como bandeira o lema “nosso corpo nos pertence”, reivindicando a autonomia sobre as decisões que dizem respeito à maternidade, ao aborto, à sexualidade.

Numa relação dialética, no confronto com tais discussões, surge o padrão de beleza magro e jovem, outra forma de aprisionamento do corpo feminino, que terá acentuadas as exigências em relação ao culto ao corpo na década de 1980.

Assim, deste contexto histórico é que várias perspectivas são adotadas para analisar tal fenômeno social: a análise do corpo investido de práticas pedagógicas para a normatização, do corpo medicalizado, do corpo imbuído de práticas de poder, e das diferenciações entre homens e mulheres.

O corpo expressa vários fatores e sobre ele recaem várias práticas sociais, sendo uma delas, o cuidado com a aparência, a busca pela beleza. É este aspecto que é, por nós, analisado.

Ainda neste capítulo, apresentamos, num primeiro momento, uma história geral da beleza, e, posteriormente, específica do Brasil, procurando evidenciar como as práticas sociais da beleza sempre estiveram presentes em nossa história, e sempre relacionados às mulheres, assumindo, em algumas décadas, importância maior do que em outras e expressando valores socialmente construídos.

No terceiro capítulo abordamos o padrão de beleza no contexto da sociedade capitalista atual, que se caracteriza por produção e consumo em massa. A nova fase do capitalismo, que encontra várias denominações como: “capitalismo tardio”, “segunda revolução industrial” ou “acumulação flexível do capital”, expressa uma nova ordem social, na qual a cultura se insere na lógica deste sistema, e em que se enfatiza o efêmero, o fugidio, a alteridade, entre outros.

A produção se volta cada vez mais para atingir o maior número possível de consumidores, seus produtos têm uma vida cada vez mais curta, pois, assim é possível garantir a lucratividade da empresa capitalista.

Neste contexto se insere a indústria cosmética que a cada ano expande e renova seus produtos, passando a oferecer os meios de alcançar a beleza para todos. No plano cultural, isso nos leva à impressão de que existe uma pluralidade de beleza, já que as diferenças são exaltadas, vemos isso nos meios de comunicação nos quais, por exemplo, se apresentam mulheres da terceira idade fazendo propaganda de cosméticos.

No entanto, não existe uma pluralidade da beleza, mas sim uma pluralidade de produtos que necessitam ser consumidos; por este motivo é que essas mulheres estão fazendo as propagandas não porque elas estão sendo valorizadas como uma das formas da beleza, mas sendo submetidas ao ideal jovem.

Desta mesma forma a indústria cosmética procura atingir as diversas classes sociais produzindo produtos de baixo custo, acessível aos indivíduos com menor poder aquisitivo.

Assim, procuramos demonstrar a importância que as práticas da beleza assumem na contemporaneidade a partir dos dados da indústria brasileira. A indústria cosmética vem crescendo cada vez mais e seus lucros são acima do esperado em outros ramos industriais. A cada ano, ou mês, os produtos se modificam, tornando-se (com a promessa de se tornar) cada vez mais eficientes e cada vez mais diversificados.

Mas, com o padrão de beleza não é apenas a indústria cosmética que aumenta seus lucros, mas vários ramos industriais ligados à produção destes produtos, como, por exemplo, a indústria química.

Além destes ramos industriais, temos a prestação de serviços relacionados com a procura da beleza, como, a cirurgia plástica estética e as academias de ginástica. Esses

setores também estão aumentando os seus lucros com a criação da necessidade, cada vez maior, de se alcançar o padrão de beleza.

Neste capítulo abordamos também os meios de comunicação, pois, são esses meios que difundem o ideal de beleza, criando nos indivíduos o desejo de possuir a aparência jovem e magra.

No último capítulo, apresentamos essas questões e fazemos uma análise da diferença entre as classes sociais. Como os indivíduos da classe baixa não consomem essas tecnologias médicas da beleza, eles se distanciam do discurso médico, adotando uma concepção de saúde não tão submissa quanto a das classes médias e altas.

A classe que tem poder aquisitivo para consumir as tecnologias da beleza assume o discurso médico e relaciona magreza e juventude com a saúde, justificando o uso dessas tecnologias pela busca da saúde e não da beleza. Este aspecto foi verificado tanto em nossa pesquisa de Mestrado quanto no estudo de Ana Lúcia Castro sobre o culto ao corpo, intitulado “**Culto ao corpo e sociedade**. Mídia, estilos de vida e cultura de consumo.”

A diferença com a classe baixa é que, apesar dela absorver o ideal de beleza, passado inclusive pelo discurso médico, não realiza essa relação direta entre magreza – saúde e gordura –doença.

Assim, concluímos que o padrão de beleza – magro, jovem e branco - atinge as diversas classes sociais e configura uma desigualdade entre os sexos, pois, por mais que os homens adotem práticas sociais da beleza estas estão ainda relacionadas à identidade feminina e são as mulheres as que mais procuram alcançar este ideal, acarretando, muitas vezes, prejuízos para a saúde.

1 PADRÃO DE BELEZA E RELAÇÕES DE GÊNERO

Neste capítulo, analisaremos o atual padrão de beleza sob o crivo das relações de gênero, tentando demonstrar as desigualdades existentes entre os sexos, desigualdades essas construídas sócio-historicamente. Para tal, torna-se necessário realizarmos um breve histórico do movimento feminista, já que foi com esse movimento que se iniciaram, na academia, os estudos sobre as mulheres.

Com as revoluções do final do século XVIII, sobretudo a Revolução Francesa, que realiza a Declaração dos Direitos Universais, iniciam-se as reivindicações feministas, pois as mulheres foram excluídas desta Declaração, que atende somente aos homens. Neste contexto, Olympe de Gouges, em 1791, redige a Declaração dos Direitos das Mulheres e da Cidadã.

Neste período as reivindicações feministas são marcadas pelo ideal democrático-liberal, que evidencia a luta pela conquista de direitos políticos e civis. São essas mesmas reivindicações que serão o eixo do feminismo no século XIX, especialmente centradas no direito à educação, ao trabalho e ao voto (SCAVONE, 2004).

Tal ideal nascido na Revolução Francesa acompanhará as feministas durante todo o período de sua luta, mas se intensificará e ampliará na contemporaneidade.

Para Lucila Scavone (2004, p. 28) no final da primeira metade do século XX, um marco do feminismo é a filósofa francesa Simone de Beauvoir, que em 1949 publica “O segundo sexo”. Esta obra “[...] contundente que provoca escândalos e adesões, e cujas principais idéias fundamentaram e desencadearam as lutas feministas hodiernas [...] lançou as matrizes teóricas do feminismo contemporâneo [...]”, pois, ao refutar o

determinismo biológico, ela insere a perspectiva da construção social do que é ser mulher.

O movimento feminista ressurgiu nos anos de 1960 reivindicando novamente direitos iguais para as mulheres em relação aos homens, ou seja, a mulher não mais vista como mera reprodutora da prole, mas com direito ao seu próprio corpo, incluindo-se aí o direito ao aborto, à pílula anticoncepcional e ainda a uma história na qual ela seja incluída; reivindica, também, explicações sobre a opressão feminina. De acordo com Margareth Rago (1995, p. 12), “[...] o feminismo adquire uma enorme importância ao questionar a organização sexual, social, política, econômica e cultural de um mundo profundamente hierárquico, autoritário, masculino, branco e excludente.”

Esse movimento considerado político, cuja bandeira é a igualdade, tem ressonância nas feministas acadêmicas, iniciando um questionamento da história e introduzindo a análise sobre as mulheres. Segundo Margareth Rago (1995) há um grande impacto na produção científica, iniciando-se os estudos sobre as mulheres, o seu universo, a cultura feminina e as relações entre os sexos, ao mesmo tempo em que o próprio feminismo é colocado como objeto de estudo. Nessa época, há uma forte conexão entre a política e a intelectualidade.

A emergência das questões femininas na produção científica contribuiu para a crítica dos paradigmas das ciências humanas, pois, se até o momento a história universal era a história do homem branco, a produção feminista passa a questionar essas correntes historiográficas e a introduzir outros sujeitos.

Segundo Lucila Scavone (2004, p. 30-31), na Sociologia a análise da situação das mulheres estabeleceu “[...] rupturas epistemológicas decisivas [...]”. Até então, esta área do conhecimento analisava a questão feminina tendo como base a oposição natureza e cultura. Para a autora, esta estrutura “[...] dicotômica integra as oposições

binárias do pensamento moderno: razão e paixão ou emoções; objetividade e subjetividade; mente e corpo; abstrato e concreto; em referência à definição da feminilidade e masculinidade.”

Assim, na sociologia tradicional, as mulheres foram analisadas como mais próximas da natureza, isto devido à sua constituição física e ao fato da mulher procriar, e os homens foram identificados com a cultura, o que os deixam livres para assumir os espaços públicos (SCAVONE, 2004).

Essa teoria, a qual considera que o biológico determinaria a atitude das mulheres, passa a ser questionada pelas teóricas feministas e, concomitantemente, a produção acadêmica feminista se insere, a partir de 1970, no debate em torno da questão da alteridade, levando à desconfiança de qualquer discurso totalizante (HOLANDA, 1994). Desta maneira,

[...] o pensamento feminista de ponta é marcado pela exigência de uma abordagem teórica e metodológica em que a questão da mulher, como todas as questões de sentido, seja, de forma sistemática, particularizada, especificada e localizada historicamente, opondo-se a toda e qualquer perspectiva essencialista ou ontológica. (HOLANDA, 1994, p. 9).

Joan Scott (1992) ao pensar a importância entre a relação ciência e movimento feminista, observa que este novo campo de saber (estudo sobre as mulheres) se consolidou paralelamente ao novo impulso do movimento feminista no final dos anos 1960.

A história das mulheres busca uma forma de inclui-las como objetos de estudo e sujeitos da história, pois, até agora, esse sujeito tem sido o homem branco. De acordo com Joan Scott (1992), essa questão se confronta com o dilema da diferença, passando a implicar uma comparação com o específico ou o particular, os homens brancos com os que não são brancos, os homens com as mulheres e outros. Para a autora, essas

comparações não são analisadas em termos relacionais, e sim, como categorias separadas.

Na década de 1970, o feminismo estava arraigado nas questões de classe, ou seja, a luta das mulheres era muito semelhante à das esquerdas no país, tendo mesmo como principal alvo as mulheres trabalhadoras e, contendo em suas reivindicações, algumas especificidades como: salário igual ao do homem, creches, diminuição da dupla jornada de trabalho, entre outras (MANINI, 1995/1996).

Segundo Daniela Manini (1995/1996, p. 57), a ênfase dada pelo movimento feminista às questões das mulheres trabalhadoras e aos problemas do país começa a se enfraquecer no início da década de 1980, pois, não abrangia as mulheres como um todo. As mulheres estavam, nesse momento, procurando incluir assuntos mais específicos da realidade feminina, tais como: sexualidade, prazer, saúde, aborto, violência contra a própria mulher e outros. Assim, segundo a autora, inicia-se um novo enfoque da condição da mulher, no qual,

A principal mudança do feminismo na década de 80 resulta do fato de as mulheres não mais lutarem pela igualdade de direitos e papéis em relação ao sujeito masculino; nesse momento, o movimento passa a privilegiar a valorização das diferenças entre masculino e feminino como forma de recuperar a 'cultura feminina' e afirmá-la dentro do universo masculino dominante [...] (MANINI, 1995/1996, p. 57).

Portanto, há uma estratégia deste movimento, ampliando as discussões de gênero, podendo-se considerar-se a tentativa de um rompimento definitivo com a política e propiciando a esse campo o seu espaço próprio, pois "[...] gênero é um termo aparentemente neutro, desprovido de propósito ideológico imediato." (SCOTT, 1992, p. 65).

Para enfatizar as conotações sociais, e não as conotações de sexo, o termo utilizado para analisar a questão da desigualdade entre os sexos foi gênero. Este termo tem um aspecto relacional em que só se podem conceber as mulheres em relação aos

homens. E mais, pensar o gênero é pensar o contexto social e cultural, sendo possível analisar sua diferença com outras categorias, como, por exemplo, etnia e classe. Analisar as relações de gênero é também analisar as diferenças entre as mulheres, portanto, gênero não significa diferença sexual. De acordo com Teresa de Lauretis (1994, p. 208) torna-se necessário

[...] conceber o sujeito social e as relações de subjetividade com a socialidade de uma outra forma: um sujeito constituído no gênero, sem dúvida, mas não apenas pela diferença sexual, e sim por meio de códigos lingüísticos e representações culturais; um sujeito ‘engendrado’ não só na experiência de relações de sexo, mas também na de raça e classe: um sujeito, portanto, múltiplo em vez de único, e contraditório em vez de simplesmente dividido.

Nesta mesma linha teórica, encontramos o conceito de Jane Flax, no qual as relações de gênero estão interligadas com relações de poder e têm sido definidas e controladas por um de seus aspectos inter-relacionados - o homem. Assim, “[...] as relações de gênero são uma categoria destinada a abranger um conjunto complexo de relações sociais, bem como a se referir a um conjunto de processos sociais historicamente variáveis.” (FLAX, 1991, p. 227).

Por isso, Flax afirmará que o gênero é relacional, tanto na condição de categoria analítica, quanto na de processo social, “[...] Ou seja, as relações de gênero são processos complexos e instáveis constituídos por e através de partes inter-relacionadas [...]”. E estas partes, afirma a autora, são interdependentes, não existindo senão na relação umas com as outras. Desta maneira é que, “[...] Por meio das relações de gênero, dois tipos de pessoas são criados: homem e mulher. Homem e mulher são apresentados como categorias excludentes. Só se pode pertencer a um gênero, nunca ao outro ou a ambos.” (FLAX, 1991, p. 227-228).

De acordo com Heleieth Saffioti (1992, p. 184), isso não quer dizer que a relação de dominação-exploração presuma o total esmagamento da figura dominada-explorada,

uma vez que ela integra essa relação de maneira constitutiva e não presume, também, que não tenha nenhum poder.

Podemos observar que a mulher que possui a “beleza” tem um poder em relação ao outro e ao mesmo sexo. Em relação ao outro sexo podemos dizer que é um poder de sedução, de conquista, até mesmo de um casamento. De acordo com Ana Maria Crippa (1990, p.79)

[...] a mulher precisa ‘do outro’ para admirá-la, cobiçá-la e consumir seu corpo, mesmo como objeto imaginário. É sua realização como pessoa. Ela pode ser inculta verbalmente, mas a linguagem de seu corpo tem obrigatoriamente de transmitir alguma mensagem.

Em relação ao mesmo sexo, existe uma competição na qual a mais bela é a vencedora, já que “[...] as mulheres são treinadas para serem rivais de todas as outras no que diz respeito à beleza.” (WOLF, 1992, p 98).

De acordo com Eliane Chagas (1991, p. 95) a propaganda, ao fazer os anúncios relacionados à busca da beleza e da saúde do corpo, reforça “[...] nos sistemas hierárquicos de valores, a beleza enquanto ponto alto dessa hierarquia, ocasionando, muitas vezes, uma competição estéril entre as mulheres, na busca da ascensão social, profissional ou mesmo afetiva [...]” Para a autora, torna-se aparentemente mais fácil para as mulheres “agraciadas com o dom da ‘beleza’” sua ascensão social.

A beleza passa a ser valorizada e possui-la significa ter mais facilidades, pois, com a beleza a idéia é que se tem mais chance de conseguir um trabalho, um companheiro, uma profissão melhor remunerada, como, por exemplo, ser modelo. Assim, as mulheres passam a competir, pois a mais bela é a que conseguirá triunfar.

Esta questão pode ser observada em nossa pesquisa¹, as mulheres entrevistadas acreditam que quanto mais belas mais possibilidades têm para conseguir um emprego e um namorado.

Nesta perspectiva, dizem que são as próprias mulheres que cobram uma das outras as práticas da beleza; são entre elas que os “defeitiños” serão discutidos e a comparação realizada. Como a beleza é um valor, ao efetuar essa comparação as mulheres passam a competir entre elas, pois querem ocupar o topo da hierarquia.

Quando utilizamos gênero, estamos tratando das desigualdades sociais e culturais entre os sexos, sejam eles opostos ou não, muitas vezes pensadas como naturais, ou próprias dos sexos. Isso significa a compreensão e a construção que cada sociedade tem em seu entender do que é ser mulher e o que é ser homem.

A beleza e os cuidados para alcançá-la são naturalizados como sendo do próprio sexo feminino. Assim, a construção social do que é ser mulher perpassa pelos cuidados da aparência. São as mulheres que devem cuidar de seus corpos na busca da beleza. Isto se evidencia em nossa pesquisa, na qual homens e mulheres relatam que as mulheres são mais vaidosas, percepção esta naturalizada.

Quando perguntado se a beleza é um assunto de mulher, este aspecto torna-se mais evidente. As mulheres, por nós entrevistadas, dizem que a beleza é um assunto feminino, que entre elas este é um tema recorrente, o que, para elas, não ocorre com os homens.

No mesmo sentido, as respostas dos homens relatam que eles não conversam sobre este tema, apenas fazem alguns comentários quando outros homens adotam

¹ Pesquisa realizada em área periférica da cidade de Araraquara, com jovens representantes da classe baixa, a partir de questionário aberto e entrevistas orais. A opção do bairro e dos entrevistados e entrevistadas seguiu o critério de classe social e faixa etária.

práticas por eles consideradas como femininas. Esses comentários são no sentido de debochar, tirar sarro e associar à homossexualidade.

Essa associação com a homossexualidade apareceu inclusive com uma de nossas entrevistadas, quando relatou que não gosta de passar baton, usar maquiagem, fazer chapinha no cabelo, entre outros. Disse que as amigas a chamam de “sapatão”. Isto evidencia a naturalização da beleza relacionada ao sexo feminino, pois, se a mulher não adota práticas de cuidado com a aparência então ela não é “mulher”, o mesmo ocorre com os homens num processo inverso; se ele adota cuidados com a aparência, ele não é “homem”.

Segundo Teresa de Lauretis (1994, p. 210-211)

[...] o termo gênero é, na verdade, a representação de uma relação, a relação de pertencer a uma classe, um grupo, uma categoria. [...] gênero representa não um indivíduo e sim uma relação, uma relação social; em outras palavras, representa um indivíduo por meio de uma classe.

O feminismo e a produção científica propiciaram uma transformação da situação das mulheres nas sociedades. As mulheres ocupam grande espaço no mercado de trabalho, nas universidades, na política, como também conseguem avanços no direito de exercer sua sexualidade, além de ampliar-se, a cada dia, a luta contra a violência doméstica e sexual. São conquistas obtidas pelas mulheres, que não cessaram até hoje. Entretanto, há algumas questões que permanecem e se acentuam - nesta sociedade ainda profundamente marcada por uma cultura masculina - como especificamente femininas e como forma de controle.

Em nossa época, uma dessas questões é o padrão de beleza, afetando as mulheres de maneira muito acentuada. Segundo Susan Bordo (1997, p. 20-21), o disciplinamento e a normatização do corpo feminino têm sido uma forma duradoura de

opressão sobre as mulheres. A autora analisa a modificação das formas de dominação do corpo feminino no decorrer da história, citando como exemplo o caso da histeria, considerada como patologia típica das mulheres. Na atualidade, considera a questão da beleza, principalmente referindo-se à magreza, uma reafirmação das configurações de gênero.

Para Naomi Wolf (1992), o padrão de beleza instituído criou uma nova forma de dominar as mulheres, no exato momento em que as mulheres estavam deixando de pertencer à “Mística da Domesticidade”, na qual a imagem delas era explorada como mãe e esposa. A mulher pertencia ao espaço privado e esperava-se dela o cumprimento dessas tarefas: ser boa mãe, esposa e dona de casa, o que fazia necessário para manter a ordem familiar; para tal, sua imagem aparecia em pinturas, retratos, literatura, revistas entre outros, sempre acompanhada de filhos e nos afazeres domésticos.

Com a inserção da mulher no espaço público, com o movimento feminista reivindicando direitos iguais para as mulheres em relação aos homens, direito das mulheres ao seu próprio corpo, ao aborto, à pílula anticoncepcional e, não mais aceitando a condição de simples reprodutora da prole, torna-se necessária a transformação da imagem feminina. A mulher apenas como esposa e mãe não encontra mais respaldo social, criando-se, então, uma nova forma de dominação e controle do corpo feminino. Para a autora, enquanto as mulheres estiverem preocupadas com a busca da beleza, elas estarão deixando de lutar pelo poder, pela ascensão social, material e intelectual².

Mary Del Priore (2000, p. 14-15) diz ser ambíguo o diagnóstico das revoluções femininas, pois aponta para as conquistas e também para as armadilhas. Ela caracteriza, como uma dessas armadilhas, o surgimento da tirania da perfeição física. Assim,

² A respeito da esfera privada e pública, ver OLIVEIRA, Rosiska Darcy de. *Elogio da Diferença. O feminino Emergente*. 3. ed., São Paulo: Brasiliense, 1993.

Em nossos dias, a identidade do corpo feminino corresponde ao equilíbrio entre a tríade beleza – saúde – juventude. As mulheres cada vez mais são empurradas a identificar a beleza de seus corpos com juventude, a juventude com saúde. O interessante – diz o antropólogo Bruno Remaury – é que essas são basicamente as três condições culturais da fecundidade, portanto, da perpetuação da linhagem. Em todas as culturas a mulher é objeto de desejo. Em pouquíssimas, esse desejo estaria dissociado de sua aptidão para a maternidade. (DEL PRIORE, 2000, p. 14).

Portanto, afirma a autora, apesar de algumas conquistas, e de a mulher ter logrado o controle de sua sexualidade graças aos contraceptivos, não há mudanças significativas no modelo resultante. Por isso, “[...] mesmo regulando o momento de conceber, a mulher não está fazendo mais do que repetir grandes modelos tradicionais. Ela continua submissa. Submissa não mais às múltiplas gestações, mas à tríade de ‘perfeição física’.” (DEL PRIORE, 2000, p. 15).

É neste sentido que afirmamos que a relação estabelecida entre mulheres e homens no padrão de beleza é desigual, porque as mulheres procuram alcançá-lo de forma mais severa, aceitando-o como uma “lei natural”.

A desigualdade em relação ao padrão de beleza se dá desde o início da vida de mulheres e homens e vai se perpetuando pelo resto de suas existências. Uma reportagem da *Revista Veja* demonstra as diferenças, na alimentação, em relação aos sexos. Essa reportagem traz como destaque a seguinte frase: “Meninos que abusam de carboidratos e meninas que não param de fazer regime: a tendência é mundial”. Os dados demonstram que meninos, na faixa de 12 a 17 anos, consomem em geral 2 300 calorias e as meninas, na mesma faixa etária, consomem 1 640. Diz a reportagem “Em relação ao padrão considerado saudável, eles estão 100 calorias acima. Elas, 360 abaixo”. A reportagem alerta ainda para o fato de 70% das meninas já terem realizado algum tipo de dieta ou regime.

Uma pesquisa realizada pela psicóloga Rita Freedmam (1994) também retrata as diferenças existentes entre os dois sexos. Para as crianças do sexo feminino é valorizada a sua aparência, o seu modo de vestir; os elogios serão feitos em relação a esses requisitos; enquanto para as crianças do sexo masculino os elogios serão dados em relação à sua coragem, sua força, seu desempenho ativo, e isso vai se perpetuando no decorrer do seu crescimento.

No mesmo sentido se dirige o trabalho de outra estudiosa, que afirma que

O corpo instrumental masculino é estereotipado como uma máquina em movimento que conquista e vence. Em contraste, o corpo ornamental feminino é considerado para atrair a atenção e encantar os olhos. [...] Parece que, para os homens, a estima do corpo provém de se sentirem ativos, competentes e fortes. Para as mulheres, provém de se sentirem bem arrumadas e atraentes. (WAJNRYT, [199?], p. 17).

Ainda segundo Elisabeth Wajnryt, a busca do padrão de beleza e a utilização dos meios tecnológicos são muito mais cruciais para as mulheres do que para os homens, pois, estes contam com outros valores em relação à sua imagem, como a força e o poder, enquanto para as mulheres a aparência e o corpo são inerentes à constituição de sua identidade.

Para Naomi Wolf (1992, p. 203), as mulheres são capazes de olhar os homens da mesma maneira que eles as olham, isto é, pelo crivo da beleza, mas, para ela “[...] as mulheres optam em aceitar os homens em primeiro lugar como seres humanos.”

Discordamos da autora, nesse ponto, pois em vez de verem os homens como seres humanos, as mulheres valorizam as características masculinas, como o poder, a força, o status que eles possuem, reafirmando as desigualdades entre os sexos.

De acordo com Gilles Lipovetsky (2000), no jogo da sedução os homens contam com múltiplos meios à sua disposição, tais como riqueza, posição, prestígio, inteligência, poder, humor. No entanto, para ele, a arma principal das mulheres é a aparência. Assim, afirma o autor que

Nos homens, o poder, a notoriedade ou o dinheiro podem substituir um físico pouco atrativo; nas mulheres, é forçoso reconhecer que não é absolutamente assim. A fortuna não chega a compensar o desfavor físico, o prestígio de uma mulher não a torna desejável nem sedutora. O importante a sublinhar é que essa desigualdade sedutiva permanece profundamente estável: ainda em nossos dias, o que se vê são homens idosos com mulheres jovens, não o inverso; e, hoje como ontem, os homens esperam e valorizam a beleza de sua parceira mais do que as mulheres valorizam a de seus parceiros. (LIPOVETSKY, 2000, p. 1999).

Mas, podemos observar uma transformação em relação à questão da idade nos relacionamentos, posto que hoje algumas mulheres são vistas com parceiros mais novos. Citamos os exemplos da apresentadora e atriz Marília Gabriela e da apresentadora Ana Maria Braga. As duas são mulheres acima de cinquenta anos de idade e têm como companheiros homens bem mais jovens do que elas.

No entanto, essas mulheres são usuárias das tecnologias da beleza, já fizeram plásticas para rejuvenescer e se utilizam de vários recursos que “anulam” as marcas da idade. Assim, é possível vermos mulheres mais velhas com homens mais novos, desde que elas “apaguem” as marcas da idade.

Na pesquisa, realizada por Lucila de Souza Campos, analisou-se a importância do atributo beleza, para homens e mulheres, em anúncios publicados na seção “*Classine*” do Jornal *Folha de São Paulo*³, chegando-se à seguinte conclusão:

Como se pode verificar, não se registrou diferença entre homens e mulheres na oferta de beleza, mas houve grande disparidade quanto à solicitação. Os homens (45%) solicitaram este atributo em parceiras potenciais significativamente mais que as mulheres (18%). [...] Um exame do número de respostas de caixa postal revelou que as mulheres que anunciavam beleza receberam significativamente mais telefonemas em comparação com aquelas que não anunciaram este atributo. Por sua vez, a quantidade de telefonemas recebidos pelos homens que anunciaram beleza e pelos que não anunciaram foi praticamente equivalente. Constatou-se, ainda, que o número de telefonemas recebidos pelas mulheres diminuiu significativamente com a elevação da idade declarada por elas, enquanto o total de telefonemas recebidos pelos homens aumentou significativamente com a progressão da idade deles. (QUEIROZ, R., 2000, p. 55-56).

Para estabelecer as diferenças entre mulheres e homens, em relação ao padrão de beleza, é relevante, também, o fato de que 70% dos profissionais da moda (modelos) são mulheres e apenas 30% são homens. Além disso, o próprio mercado profissional da beleza é feminino, mas, este é feminino para divulgar a imagem bela, pois os profissionais que escolhem as modelos, fotografam, fazem a maquiagem, o cabelo entre outros, são homens, “*no final, eles decidem...*”. Quando se procura obter informações dos modelos masculinos depara-se com mais um tipo de discriminação contra a mulher, o que pode ser observado na fala de Paulo Borges diretor de desfiles e um dos idealizadores do Morumbi *Fashion*, quando diz: “O homem tem uma grande vantagem sobre a mulher. Ele não tem de se preparar tanto para a beleza. O homem é mais bonito quando ele é naturalmente bonito.” (GUERRA, [199?], p. 164).

Essa beleza natural a que Borges se refere se insere na construção social da beleza masculina, na qual o belo masculino aparece como sendo o homem forte, que desempenha atividades físicas, portanto, uma beleza natural. Já a beleza feminina deve ser construída, necessita de um trabalho intenso sobre o corpo, cuidando dos mínimos detalhes.

Nossa tese é de que os discursos sobre a beleza procuram atingir o maior número possível de indivíduos, pois, estes precisam se tornar consumidores das tecnologias e dos serviços da beleza, perpassando por todas as classes. Porém, existe uma desigualdade de gênero no que se refere à beleza. Apesar de atingir também os homens, são as mulheres os principais alvos dos discursos da beleza e é sobre o corpo feminino que recai a obrigação de se alcançar a imagem ideal; é este corpo que será “invadido” pelas tecnologias da beleza.

³ - Pesquisa citada em QUEIROZ, Renato da Siva (org.). *O corpo do brasileiro*. São Paulo: SENAC, 2000.

O argumento contrário a esta idéia é que os homens também passam a utilizar essas tecnologias. Ora, o número de homens é muito menor em relação ao número de mulheres que se utilizam destas tecnologias. E, a questão não é apenas quantitativa, mas sim, qualitativa, ou seja, a questão da beleza ainda é crucial para as mulheres, o que não ocorre para os homens, como demonstrado com os autores acima.

Os homens são cobrados em relação aos cuidados com o corpo, a aparência, mas há, para eles, uma possibilidade de escolha, já que contam com outros atributos em relação à sua imagem. Portanto, a beleza pode ser, na vida deles, algo secundário.

Isto aparece em nossa entrevista quando os homens entrevistados revelam se preocupar com a beleza, afirmam que ela é importante, mas se sentem bem com os seus corpos, não gostariam de modificá-los e se consideram bonitos. Para as mulheres entrevistadas a percepção de seus corpos é extremamente negativa: não gostam dele, querem modificá-lo, se sentem feias e mal por não terem o corpo ideal. Como expressa uma de nossas entrevistadas quando perguntada sobre como se sente com o corpo: “Horrível!”

Apesar de considerarmos que se inicia um processo no quais os discursos sobre a beleza procuram absorver os homens, essa diferença ainda é significativa em relação aos sexos.

Neste sentido, reitera Lipovetsky (2000) que a beleza não tem o mesmo valor social no masculino e no feminino. Observa que atualmente os meios de comunicação, os institutos de beleza, os produtos cosméticos não cessam de reproduzir a importância da aparência na identidade feminina. Essa questão também atinge os homens, mas de modo diferenciado, pois eles contam com outros valores sociais e a aparência não é tão exigida para eles.

Para isso, verifiquemos que a preocupação das mulheres com a manutenção do padrão de beleza imposto é consideravelmente alta em relação aos homens. Reitera o autor tal afirmação quando indaga

Que mulher, em nossos dias, não sonha ser magra? Mesmo as que não apresentam nenhum excesso de peso por vezes desejam emagrecer. Em 1993, 40% das francesas queriam emagrecer, das quais 70% por razões estéticas. Nos Estados Unidos, 75% das mulheres se consideram muito gordas, tendo seu número duplicado durante os anos 70 e 80. [...] Os esforços para emagrecer passam por um desenvolvimento fulgurante: metade das francesas e 80% das americanas tentaram emagrecer pelo menos uma vez. As mais jovens não são poupadas: 63% das estudantes americanas fazem regimes; 80% das meninas entre dez e treze anos declaram ter tentado emagrecer. (LIPOVETSKY, 2000, p. 132-133).

De acordo com Naomi Wolf (1992, p. 12), apesar de nas últimas décadas as mulheres terem conquistado espaços significativos, ainda que lentamente, na estrutura de poder da sociedade ocidental branca e machista, problemas relativos à alimentação e à produção da aparência física, mas especificamente estética, também têm aumentado. Apesar de as mulheres estarem conquistando maior autonomia financeira, exercendo maior poder, “[...] em termos de como nos sentimos do ponto de vista físico, podemos realmente estar em pior situação do que nossas avós não liberadas. [...]”

Assim, afirma a autora, que pesquisas realizadas recentemente “[...] revelam que em meio à maioria das mulheres que trabalham, têm sucesso, são atraentes e controladas no mundo ocidental, existe uma subvida secreta que envenena nossa liberdade: [...]”, completando que a beleza, nos moldes como é cultivada e imposta, torna-se um “[...] filão de ódio a nós mesmas, obsessões com o físico, pânico de envelhecer e pavor de perder o controle.” (WOLF, 1992, p. 12).

Na mesma linha de pensamento de Naomi Wolf, Teófilo de Queiroz (2000, p. 57) analisa a importância da beleza para as mulheres, e como consequência ressalta a insatisfação delas em relação ao seu corpo, podendo ter impacto negativo sobre sua auto-estima. Pois, como instrumento necessário para a “[...] atratividade feminina e

como esta é elemento essencial de sua auto-imagem, é possível prever que o peso e a satisfação com respeito a ele sejam determinantes para a satisfação integral da mulher.[...]"

Portanto, posto isso, é compreensível que seja comum que as mulheres “[...] se vejam acima do peso, mesmo quando efetivamente tal percepção não corresponde à realidade [...]”, e por isso, o que se constata com o resultado das pesquisas acima citadas sobre a quantidade de mulheres que fazem regime para emagrecer é que, o número é tão elevado que “[...] o padrão alimentar ‘normal’ delas, em países ocidentais, poderia ser caracterizado como uma permanente dieta.” (QUEIRÓZ, T., 2000, p. 57).

Segundo Lisette Guerra ([199?], p. 68-69), as modelos usadas para propagarem o padrão de beleza são, na maioria, gaúchas de ascendência européia: italiana ou alemã. São mulheres altas e brancas, demonstrando que ser bela é ser branca e ocidental.

Num país como o Brasil, constituído de uma população de várias origens, como, por exemplo, a africana, esta questão se torna extremamente complexa, pois, o ideal branco entra em confronto com boa parte de nossos habitantes.

O fato das modelos serem oriundas da região sul demonstra essa questão, já que é nesta região que vive a maioria dos indivíduos de ascendência européia. São esses indivíduos que propagam um ideal de beleza para todos. Como pensar, então, na questão da diferença?

Para Stuart Hall (2005, p. 61-62), devemos pensar as culturas nacionais como “[...] constituindo um *dispositivo discursivo* que representa a diferença como unidade ou identidade. Elas são atravessadas por profundas divisões e diferenças internas, sendo ‘unificadas’ apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural.”

Portanto, de maneira alguma existe uma unificação em relação aos diversos corpos que compõem nossa sociedade, mas são a partir das relações de poder que este padrão branco e ocidental prevalece em nossa cultura.

De acordo com Mary Del Priore (2000, p. 77), a valorização de mulheres brancas se inicia, no Brasil, no final do Império, quando ocorre a importação de vários produtos estrangeiros, trazendo também até nós as bonecas francesas de porcelana, com olhos azuis. Essas bonecas eram compradas para as meninas ricas do período, mas contribuiu para a valorização do tipo feminino ideal de beleza: a francesa. Para a autora, a moda loura ganha força depois da Proclamação da República, por diferentes razões:

primeiramente, pelo ideal de branqueamento das elites, incomodadas com o mulatismo da população. A seguir, graças à chegada massiva de imigrantes estrangeiros, os alemães, sobretudo, considerados exemplares modelos de eugenia. Finalmente, as teorias arianas conquistaram parte dos intelectuais brasileiros. Era crença comum que o ‘clareamento da pele’ aproximaria o Brasil de certa ‘melhoria da raça’ responsável, em última instância, pela construção do progresso nacional. Em tal cenário, fica fácil entender a valorização social das mulheres claras. Quem não era branca tratava de parecer branca através da utilização de pós, pomadas brancas e cabelos tingidos. (DEL PRIORE, 2000, p. 77).

A utilização de meios para parecer com a mulher branca se torna cada vez mais presente em nossa sociedade, basta observar o grande número de mulheres que colorem seus cabelos de louro e o uso indiscriminado da “chapinha”, instrumento que serve para alisar os cabelos.

Lipovetsky, em sua obra “A terceira mulher”, faz uma análise sobre a questão da beleza na contemporaneidade. A tese geral esboçada pelo autor é que atualmente a magreza e a juventude são “normas” para as mulheres, o que não significa assinalar o surgimento de uma nova forma de dominação masculina, como afirmam algumas feministas. Ele inclusive tece críticas às feministas que defendem tal idéia e, também, as critica por utilizarem os conceitos de disciplina e vigilância, formuladas por Foucault (1990), para explicar o culto ao corpo, a procura pela magreza e juventude.

Segundo o autor, a beleza entrou em sua era democrática, deixando de ser privilégio de uma classe e se expandindo para todas as classes sociais, inclusive atingindo os homens.

Apesar de demonstrar dados e reconhecer as diferenças entre homens e mulheres na busca pela beleza, Lipovetsky critica as feministas por analisarem essa questão como uma forma de dominação sobre as mulheres. O fato de a beleza atingir também aos homens, mesmo que de maneira desigual, é um aspecto relevante desta teoria, contra a argumentação das feministas.

A beleza, para o autor, caminhou junto com as conquistas femininas, pois, com a entrada das mulheres no mercado de trabalho e uma maior inserção no espaço público, tornou-se necessário ter um corpo mais livre e prático. Também, com a promoção das atividades de lazer, como, por exemplo, a praia, ocorreu uma exposição maior do corpo.

Comentando a valorização da corpulência feminina em outras épocas, Lipovetsky argumenta ser essa valorização fruto da vinculação do corpo feminino à fertilidade. Com as transformações da vida das mulheres, mudou também a relação delas com o corpo, propiciando o ideal magro e jovem.

No entanto, a escolha e a diversificação das práticas da beleza são, para o autor, uma questão de autodomínio das mulheres, porque se tornam possuidoras do próprio corpo.

Ora, a demonstração do autor em relação às diferenças do padrão de beleza para homens e mulheres já reflete as desigualdades entre os sexos. Por mais que os homens se utilizem de alguns meios tecnológicos da beleza e tenham uma preocupação relativa ao corpo, isso se dá de maneira totalmente desigual. A aparência bela no feminino é uma questão de identidade e são as mulheres as mais prejudicadas, tanto em sua saúde física, quanto psíquica.

Lipovetsky (2000) afirma que as atividades de lazer (praia) e a moda (corpo mais exposto) contribuíram para um corpo mais esbelto e jovem, acarretando uma preocupação das mulheres com a aparência. Esta idéia nos leva a apresentar algumas questões: isso não aconteceu para os homens? Será que eles não vão à praia e seus corpos não estão mais expostos? Por que essa questão atinge diferentemente homens e mulheres?

Parece que a resposta está no fato de que há uma desigualdade entre homens e mulheres, mas não só entre os sexos opostos, mas entre as próprias mulheres, já que as das classes dominantes é que possuem os meios de alcançar este ideal de beleza.

As transformações na vida das mulheres, a inserção no espaço público, no mercado de trabalho, propiciaram uma transformação em relação ao corpo. Questiona-se se essa transformação foi positiva, pois as mulheres estão a cada dia mais insatisfeitas com o próprio corpo e sempre à procura de transformá-lo, não havendo nenhuma relação de prazer com o corpo.

Se a relação com o corpo tivesse acompanhado, de forma benéfica, as transformações que as mulheres conseguiram no espaço privado e público, haveria uma relação de satisfação com o próprio corpo. Se por um lado a mulher conseguiu vitórias, por outro lado continua vinculada a normas e regras que impedem a plenitude do domínio do próprio corpo.

Como dizer que atualmente as mulheres têm um corpo mais livre? Um corpo que não pára de ser observado no espelho para descobrir se tem alguns quilos a mais! Quantas mulheres hoje não estão fazendo uma dieta para perder esses quilinhos a mais, muitas delas, colocando sua saúde em risco, pois, como será demonstrado no último capítulo, a prática da dieta acarreta inúmeros males à saúde.

Um corpo que se reveste de cremes para não aparecerem as marcas da idade ou para prevenir essas marcas! Cremes esses que para serem consumidos necessitam que o indivíduo tenha poder aquisitivo e, muitas vezes, ficam apenas na promessa de se alcançar a juventude.

Aquele corpo que não ingere comida para ganhar alguns quilos! Acarretando, na atualidade, doenças femininas como a anorexia e a bulimia, comprometendo, assim, não apenas a saúde das mulheres, mas suas próprias vidas. Doenças essas que impedem as mulheres de estudar, trabalhar entre outras atividades.

O corpo que gasta horas em clínicas de estética e academias! Torna-se necessário não apenas a magreza, mas a rigidez do corpo, a anulação da celulite e das estrias, levando as mulheres cada vez mais a consumir serviços e produtos estéticos. O que demonstra, mais uma vez, que o corpo “belo” é um corpo de classe, pois, as mulheres que são da classe baixa não podem consumir esses serviços e esses produtos.

O corpo transformado pelas cirurgias plásticas e sempre gerando satisfação temporária! Essa é uma prática realizada pelos indivíduos com alto poder aquisitivo, devido a seu custo, e que gera uma satisfação temporária nas mulheres. Quando elas realizam uma intervenção cirúrgica de modelagem do corpo, logo ficam satisfeitas com o resultado, mas, passado algum tempo vem a insatisfação com a aparência; ou porque a parte do corpo “concertada” voltou a ser o que era antes, ou porque é outra parte que precisa ser “arrumada.”

Isto ficou evidente quando fizemos nossa pesquisa de Mestrado com os usuários das tecnologias médicas. Um exemplo é bastante significativo: uma mulher não se sentia bem com sua barriga, fez cirurgia plástica. Passado alguns meses ela voltou a engravidar e já não estava mais se sentindo bem, mas fazia a promessa de iniciar um regime, pois o problema maior passou a ser os seus seios que estavam caídos, então fez

outra cirurgia plástica, para ter os seios que tinha antes. Depois dessa cirurgia, o seu rosto começou a incomodá-la, porque, na concepção dela, ela tinha envelhecimento precoce, pois contava com trinta e cinco anos de idade. Assim, fez uma cirurgia estética na face, aproveitando o momento para arrumar o seu queixo que ela não gostava.

Vemos, a partir desse exemplo, que a insatisfação com o corpo é mais presente do que a satisfação com os resultados da modificação da aparência, além do fato de que um corpo saudável se submete há várias interferências médicas que podem causar prejuízos à saúde.

Essas tecnologias médicas se inserem no campo da estética e revelam a relação entre o discurso médico e as práticas da beleza. Discurso este considerado legítimo, porque científico.

Assim, é que questionamos se as mulheres estão com um corpo mais livre?

A análise dos conceitos de disciplina e vigilância utilizados na explicação do padrão de beleza, por algumas teóricas feministas, é criticada por Lipovetsky (2000). Para ele, na procura do corpo magro e jovem o indivíduo tem liberdade de escolher entre os vários produtos e serviços da beleza, aquele com o qual ele se identifica mais. Como os produtos para alcançar a magreza e a juventude são heterogêneos, a escolha implica, para o autor, em tomada de decisão, o que significa liberdade e individualidade.

Apesar de defender este aspecto, não nega que o processo de homogeneização da aparência exista. Segundo Lipovetsky (2000) os mecanismos da disciplina são uma intervenção na consciência e na vontade, que se anulam no indivíduo, podendo ocorrer, então, uma obediência cega e mecânica do corpo. Assim, para ele, o indivíduo age sem pensamento e sem reflexão, o que não ocorre na lógica da magreza e do anti-envelhecimento, pois as informações e a diversificação de ofertas implicam numa

escolha, ou seja, o indivíduo reflete sobre qual técnica utilizar, portanto, tem poder de escolha e participação.

Esta questão apresentada por Lipovetsky, se insere na ordem da sociedade capitalista, na idéia de que liberdade e escolha significam acesso ao consumo. Para Ortiz (1996, p. 122) a sociedade americana concebe “democracia = mercado” e é no espaço do consumo que o indivíduo se torna cidadão. Neste sentido, o indivíduo não tem liberdade de escolha, é o mercado que oferece vários produtos para atingir seu objetivo: o lucro. Assim,

[...] seria ilusório imaginarmos a vida social como resultado das volições pessoais. Como se seu fundamento residisse no âmbito da escolha individual. Esta visão, bastante difundida no senso comum, geralmente procura justificar a exigência do consumo, como algo exclusivo de caráter pessoal. Argumento recorrentemente utilizado pelo meio empresarial e publicitário. O produto é sempre apresentado ao cliente como decorrente de sua vontade. Na verdade, a pulverização das vontades revela uma anomia aparente. Jean Baudrillard tem razão quando insiste em dizer que o consumo ‘é uma conduta ativa e coletiva, uma imposição moral, uma instituição. Ele é todo um sistema de valores, com tudo o que esse termo implica, isto é, sua função de integração grupal e de controle social.’ Moral que, mesmo vivida solitariamente, ultrapassa a contingência das necessidades particulares. O sistema de produção e o de consumo se integram no mesmo conjunto. As exigências objetivas da esfera da produção são assimiladas subjetivamente, sem que os atores sociais tenham uma clara consciência de seus mecanismos [...] (ORTIZ, 1996, p. 135).

Para Jameson (2002) atualmente não existe um mercado livre, no qual as pessoas têm a liberdade de escolha. Revela que vivemos em tempos de oligopólios e de multinacionais, não existindo mercado livre. Por isso,

Ao mesmo tempo, na acepção geral, o mercado como conceito raramente tem alguma coisa a ver com escolhas e com liberdade, uma vez que todas são já predeterminadas, quer estejamos falando de novos modelos de carro, de brinquedos ou de programas de televisão: selecionamos entre alguns, sem dúvida, mas não podemos dizer que influímos na escolha real de nenhum deles. Portanto, a homologia com liberdade é, na melhor das hipóteses, uma homologia com a democracia parlamentar de tipo representativo. (JAMESON, 2002, p. 273).

Lipovetsky afirma que estamos na era da individualidade e que as práticas da beleza se expressam de acordo com cada um. Para o autor, o culto ao corpo e à moda simbolizam essa era. Porém, para Goldenberg (2002, p. 9) ocorre justamente o contrário,

[...] quanto mais se impõe o ideal de autonomia individual, mais aumenta a exigência de conformidade aos modelos sociais do corpo. Se é bem verdade que o corpo se emancipou de muitas de suas antigas prisões sexuais, procriadoras ou indumentárias, atualmente encontra-se submetido a coerções estéticas mais imperativas e geradoras de ansiedade do que antigamente. A obsessão com a magreza, a multiplicação dos regimes e das atividades de modelagem do corpo, a disseminação da lipoaspiração, dos implantes de próteses de silicone nos seios, de botox para atenuar as marcas de expressão na face e da modelagem de nariz testemunham o poder normalizador dos modelos, um desejo maior de conformidade estética que se choca com o ideal individualista e sua exigência de singularização dos sujeitos.

Outro argumento de Lipovetsky contra a existência de exigências disciplinadoras do corpo é o que ele chama de “fracasso do imperativo da magreza”, pois o número de mulheres acima do peso ideal é grande (LIPOVETSKY, 2000, p. 146).

Mesmo as mulheres não tendo o peso ideal no decorrer de suas vidas, a maioria tentou alguma vez emagrecer (como já demonstrado anteriormente e pelos próprios dados do autor). A insatisfação com o corpo, o sentimento de culpa, a procura incessante de transformar-se, são sim, formas de disciplinamento.

Lipovetsky (2000) comenta, ainda, que mesmo estando à procura do ideal estético as mulheres não deixaram de ocupar o espaço público tanto quanto os homens. Para ele, se o padrão de beleza acarretasse uma baixo-estima, as mulheres não procurariam por esses espaços, portanto, o ideal de imagem não impede, de modo algum, as aspirações femininas.

Concordamos em parte com tal afirmação. Realmente as mulheres não deixaram de ocupar o espaço público e de cada vez mais almejar por sua independência

econômica e profissional; portanto, o padrão de beleza não impede algumas conquistas femininas. Por outro lado, o padrão de beleza acarreta uma baixa-estima nas mulheres, elas se sentem insatisfeitas com os seus próprios corpos, negam as mudanças pelo qual o corpo passa e prejudicam sua saúde para alcançar o físico ideal.

Porém, quando Lipovetsky afirma que as mulheres estão no mercado de trabalho e não deixaram de ocupar o espaço público, compreende que essas são as únicas coisas que interessam a elas. Há, porém, algo tão importante, ou mais, quanto estar no mercado de trabalho, que é aceitar e gostar do seu próprio corpo. E mais importante ainda é a vida. Algumas mulheres se privam ou arriscam a própria vida para ter o corpo magro e jovem.

Neste sentido, podemos dizer que o lema das primeiras reivindicações feministas ainda não se tornou obsoleto, pois as mulheres reivindicavam o direito ao seu próprio corpo, de decidir o que fazer com ele, por isso a famosa frase “Nosso corpo nos pertence”. Hoje este lema é atual na crítica ao padrão de beleza, pois nosso corpo não pertence a nós, mas sim, à lógica da sociedade capitalista.

2 A TRAJETÓRIA DO CONCEITO DE BELEZA

2.1 O CORPO COMO ELEMENTO DE MANIFESTAÇÕES DAS PRÁTICAS CULTURAIS

Na sociedade contemporânea vivenciamos a exaltação da imagem, do corpo e da beleza. Basta olharmos rapidamente nas cidades que têm *outdoors* e veremos “belos” corpos espalhados por todos os lados. Ao entrarmos em um *shopping* nos damos de cara com fotografias de mulheres e homens espalhadas pelas lojas, sempre nos chamando a atenção para os seus corpos. Ligamos a televisão e vemos as mesmas imagens; atrizes, atores, apresentadores, entre outros, com sua juventude e corpos esguios.

Com um olhar mais atento, percebemos nos indivíduos, principalmente nas mulheres, a preocupação para com sua imagem; uma parada rápida para olhar no espelho, retocar a maquiagem, arrumar o cabelo, conferir se tudo está no lugar.

Ao entrarmos em um banheiro feminino, e observarmos um pouco mais, isto fica ainda mais evidente; as conversas, muitas vezes, são sobre as gordurinhas a mais, o cabelo ressecado, as celulites, a falta de rigidez do corpo e a promessa de sempre iniciar uma dieta e entrar para a academia.

Nesse sentido, a preocupação com o corpo é constante, fazendo parte do cotidiano das pessoas, levando-as a adotarem práticas de “cuidados” da aparência.

Essas práticas sociais de “cuidado” com o corpo estão inseridas na lógica da atual fase do sistema capitalista, marcada por produção e consumo em massa. Um

mercado que cada vez mais produz novidades e amplia seus produtos com o objetivo de atingir um maior número de consumidores, se expandido para todas as classes sociais.

É em decorrência dessas práticas que se iniciam uma das tarefas da atualidade: a análise do corpo. Tal análise está sendo feita sobre vários prismas: a história do corpo, o corpo como fonte de dominação, como forma de distinção entre os indivíduos, entre outros. E pode ser centrada em vários aspectos - a saúde, a beleza, o esporte, a culinária etc. -, mas, uma das questões centrais nas análises sobre o corpo contemporâneo, é o questionamento sobre “[...] Como uma dada cultura ou um determinado grupo social criou maneiras de conhecê-lo e controlá-lo?” (SANT’ANNA, 2001, p. 4).

Pensar o corpo na atualidade requer analisá-lo sobre os vários prismas citados acima, considerando as suas diversas manifestações. Tarefa nada fácil de ser realizada, pois, as práticas corporais estão em evidência e trazem em si muitas dimensões a serem analisadas.

O corpo manifesta as práticas culturais de determinadas sociedades, revela os “cuidados” sociais e expressa formas de dominação. Neste sentido, o corpo é socialmente educado para se apresentar e ser de determinada maneira.

Assim, para Carmem Soares (2001, p. 109) o corpo é objeto da educação, pois nele são inscritos os códigos culturais, ou seja,

Como lugares de inscrição da cultura, dos corpos são retirados e acrescentados elementos que apresentem desvios, excesso, falta ... Atos de extração ou de acréscimo em relação ao corpo remetem-no a determinados códigos e o submetem a normas que são internalizadas por um meticuloso processo de educação.

Essa educação dos corpos é realizada a partir de vários lugares sociais e de discursos especializados que vão se alastrando por toda a sociedade, atingindo os indivíduos como um todo, ultrapassando as barreiras de classe e etnia.

Os corpos são educados para absorver práticas socialmente desejadas, para poderem ser transformados de acordo com as exigências culturais e para negar-lhes o que é próprio do indivíduo: o seu corpo original.

De acordo com Carmem Soares (2001, p. 109), o corpo:

[...] é inscrição que se move e cada gesto aprendido e internalizado revela trechos da história da sociedade a que pertence. Sua materialidade concentra e expõe códigos, práticas, instrumentos, repressões e liberdades. É sempre submetido a normas que o transformam, assim, em texto a ser lido, em quadro vivo que revela regras e costumes engendrados por uma ordem social.

Assim, o corpo pode ser entendido como um corpo histórico, que se transforma de acordo com as regras de determinada época. Regras essas que podem ser libertadoras ou repressoras, variando de acordo com o momento histórico e com as necessidades sociais.

Nesse sentido, Fraga (2001, p. 63) observa que

[...] é importante entender o corpo como resultado provisório de diversas pedagogias que o conformam em determinadas épocas e lugares; que ele é marcado e distinguido muito mais pela cultura do que por uma presumível essência natural; que adquire diferentes sentidos no momento em que é investido por um poder regulador que o ajusta em seus menores detalhes, impondo limitações, autorizações e obrigações, para além de sua condição fisiológica.

A dominação que recai sobre o indivíduo na sociedade capitalista leva a uma alienação do indivíduo, não só a alienação econômica e política, apregoada pelo marxismo, mas a uma alienação do indivíduo consigo mesmo, que reifica o espírito, a alma, conforme análise de Adorno e Horkheimer (1985).

Tal alienação acarreta num indivíduo desprovido de sentido, suscetível às exigências do mercado. Assim, a indústria capitalista, com sua produção em massa, e a cultura por ela criada, “[...] servem para inculcar no indivíduo os comportamentos

normalizados como os únicos naturais, decentes, racionais.” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 40).

As práticas de modelagem da aparência se inserem nesta lógica, pois, os corpos passam por uma normatização e essas práticas são consideradas naturais e racionais, já que legitimadas pela ciência médica. Em nossas entrevistas, evidenciamos a naturalização das práticas da beleza, entretanto, esta não atinge homens e mulheres, mas são naturalizadas apenas para o sexo feminino (idéia discutida no primeiro capítulo).

A percepção destes indivíduos, moldada pela cultura dominante, os leva a conceber o cuidado com a aparência como algo especificamente feminino, assim, a vaidade aparece como algo das mulheres e são elas que usam e devem usar dos recursos existentes no mercado para obter o corpo ideal.

É, a partir desta naturalização, que as mulheres, que não “cuidam” de sua aparência, são consideradas desleixadas, preguiçosas e condenadas moralmente. Porém, não se considera que para realizar esses comportamentos é necessário ter poder aquisitivo, pois, a maioria das práticas da beleza é de alto custo, sendo consumidas por determinada classe e não por todas. No contexto da produção e consumo em massa a indústria da beleza oferece produtos para todas as classes, mas como esses são inferiores e mais restritos, a beleza torna-se uma diferença entre as classes.

As mulheres de classe média e alta consomem os instrumentos de modelagem do corpo que lhe “garantem” alcançar o corpo ideal de forma mais eficaz e imediata; já para as mulheres da classe pobre, como não têm recursos para este consumo, restam apenas alguns produtos cosméticos acessíveis para seu poder aquisitivo, marcando no corpo a diferença social.

Não estamos defendendo aqui a idéia de que essas mulheres da classe pobre devem ter o acesso aos mesmos produtos que as outras mulheres, mas que essas práticas

explicitam as diferenças sociais e marcam o lugar dos indivíduos na sociedade, sendo práticas diferentes e que diferenciam.

É de acordo com esta perspectiva que analisamos o atual padrão de beleza, pois, este impõe limites aos corpos dos indivíduos, ajusta e reajusta conforme os modelos sociais, implicando numa educação constante do corpo.

Atualmente, o corpo desejado e considerado como belo e normal é o corpo magro e jovem, assim, os indivíduos anseiam pela conquista desta imagem. Este desejo se difunde por todas as classes sociais.

Desta maneira, analisar o corpo implica em analisar as relações sociais, relações estas de poder, de gênero, de classe e etnia. Assim,

Sendo uma evidência que acompanha todo ser humano, do seu nascimento à sua morte, o corpo é, contudo, finito, sujeito a transformações nem sempre desejáveis ou previsíveis. Ao longo dos anos, mudam suas formas, seu peso, seu funcionamento e seus ritmos. Talvez, por isso mesmo, não seja certo que todos os seres humanos estejam completamente habituados com os seus corpos e satisfeitos com o seu desenvolvimento. O corpo de cada um pode parecer extremamente familiar e concreto em certo momento, mas, em outros, bastante desconhecido e abstrato. (SANT'ANNA, 2001, p. 3 - 4).

Por isso, a transformação da aparência, cada dia mais freqüente, resulta nesta lógica na qual o indivíduo não se reconhece mais, se “desfaz” do corpo no qual está habituado para ter o corpo social – magro e jovem. Ou seja, o indivíduo se desfaz do seu corpo biológico, o qual passa por várias transformações, para obter um corpo de acordo com as regras da sociedade.

Mas mesmo transformando os seus corpos os indivíduos continuam insatisfeitos com suas aparências, transformando-o quantas vezes for possível. Ainda assim, a tão propalada satisfação ocorre temporariamente, gerando, cada vez mais, frustração com o próprio corpo. Por isso, concluímos que o mercado se alimenta dessa insatisfação,

porque o consumo das práticas da beleza não cessa e gera lucros cada vez maiores para as indústrias.

Podemos notar, então, que o corpo é investido de cultura, hábitos, costumes, processos e transformações. As interferências sobre o corpo revelam não apenas o molde de um corpo esperado, mas expressam também comportamentos e valores desejados por dadas sociedades. Muitas vezes, comportamentos esses pensados como especificamente feminino e masculino.

Nesse sentido, realizar uma discussão sobre o corpo torna-se de grande relevância para entendermos o atual culto a ele e seu profundo significado social. Segundo os valores estabelecidos, entende-se que as pessoas procurem o atual padrão de beleza, que se determina como magro, jovem e branco, por saúde. Mas, tal padrão de beleza está relacionado com formas ideais de se comportar ou, segundo Foucault (1990), de transformar o corpo dos indivíduos em “corpos dóceis”, sendo, na verdade, um fator de dominação.

Nesta perspectiva, Medina (1991) afirma que começam a surgir, no Brasil, uma explosão de discursos e propagandas que induzem as pessoas a certas práticas corporais, tornando-se necessário analisar o que há por detrás desses discursos para desconstruir certos modelos produzidos pela sociedade.

Tais práticas são realizadas por meio de uma disciplina rigorosa da alimentação, do exercício físico, dos tratamentos existentes da beleza. Numa época em que as mulheres conquistaram, e continuam a conquistar direitos e espaço público, elas estão gastando boa parte de seu tempo com os cuidados com o corpo, cuidados esses, sempre em procura de modelar, aperfeiçoar e transformar o corpo.

Assim, o corpo deve ser analisado como lugar prático de controle social e, para isso, temos que pensar no poder sobre ele exercido; mas, não em termos repressivo,

personificado em um indivíduo ou grupo, e sim, como uma relação que se expande por toda a sociedade, penetrando na vida cotidiana, atingindo a realidade concreta dos indivíduos (FOUCAULT, 1990).

Para Foucault, o poder produz efeitos, tais como, desejos e saberes. Na procura do padrão de beleza, podemos observar que as mulheres anseiam cada vez mais por um corpo magro e jovem, desejando transformar o próprio corpo; nunca estão satisfeitas com suas transformações e procuram, sempre que possível, modificá-lo novamente.

Essa produção de desejos em relação à transformação do corpo gera também um saber relativo a ele. Já sabemos o que podemos ou não comer para alcançar esse modelo de perfeição física, quais os exercícios destinados à “melhoria” de cada parte do corpo, quais as tecnologias oferecidas para a sua transformação. Segundo Lucero (1995, p. 50),

[...] abre-se um processo de produção de toda uma série de estratégias, práticas e discursos que exercitam em cada indivíduo os cuidados de si mesmo. Os mergulhos no autoconhecimento e no aprimoramento do próprio corpo representam as motivações básicas que impulsionam o comportamento na sociedade industrial. Na sociedade moderna, o corpo, além de estar alocado como força produtiva, também ocupa lugar fundamental como elemento produtor de saúde. Isso encontra reflexo no plano ético, traduzindo-se numa servidão do indivíduo ao próprio corpo.

Foucault (1990), ao falar do poder, discorre sobre as técnicas disciplinares capazes de manter intacta essa relação de poder-saber sobre o corpo. Uma dessas técnicas disciplinares, muito eficaz, é a vigilância, pois consegue que cada indivíduo a interiorize e acabe por vigiar a si próprio.

Assim, algumas mulheres sentem-se culpadas por estarem fora do peso “ideal”, vigiam a quantidade de comida que irão ingerir, quantos quilos ganharam ou perderam. A situação se agrava quando elas comem, sentem-se culpadas, e provocam o vômito. Não é permitido sentir prazer na alimentação, mas sim, ter prazer com o corpo magro.

Verificamos como este poder é amparado pelo saber, quando Fraga (2001, p. 62) ao comentar o surgimento da microbiologia, da robótica e da genética, observa terem se

tornado mais plausíveis as promessas de um corpo fisiologicamente perfeito, feitas pela higiene e a eugenia no início do século XX, pois

Engenharia genética, cirurgia a laser, transplantes, silicões, alimentos transgênicos, esteróides, anabolizantes compõem um instrumental contemporâneo diversificado, que vai redimensionando o corpo numa velocidade espantosa, ao mesmo tempo em que o torna radicalmente contingente. Constituem uma tecnologia política que desestabiliza fronteiras tornando um tanto ‘estranhas’ certas práticas corporais. (FRAGA, 2001, p. 63).

Para o autor:

As previsões geradas nessas instâncias de produção buscam materialidade no corpo, realizam-se nele e o constituem como um artefato cultural. Aqui não se trata apenas da maneira como o corpo é percebido ou interpretado ao longo dos anos, mas fundamentalmente como ele vem sendo distintamente vivido; investido pelas mais diversas tecnologias e meios de controle; incorporado dentro de diferentes ritmos de produção e consumo, de prazer e dor. (FRAGA, 2001, p. 63).

Com as descobertas da medicina e da biologia, no século XIX, o corpo humano passou a ser cada vez mais conhecido, concentrando a análise em partes cada vez menores, levando à fragmentação do indivíduo. Essas descobertas garantiram o desenvolvimento de vários medicamentos que passariam a auxiliar nas doenças. Ao mesmo tempo, o desenvolvimento tecnológico, propiciado pela sociedade capitalista, propiciou à medicina uma sofisticação que se acentua cada vez mais. Estas se inserem diretamente no corpo como forma de conhecimento e de controle, marcado por uma diferença entre as classes sociais, já que estas tecnologias estão restritas às classes dominantes.

Observamos que o corpo vem sendo objeto de poder, de disciplinamento, de uma educação que revela os valores culturais. Portanto, analisar as práticas de beleza que recaem sobre o corpo é também analisar essas relações sob o âmbito das relações de gênero, passando pelas relações de classe e etnia.

2.2 A HISTÓRIA DA BELEZA: UM OLHAR PANORÂMICO

No decorrer da história, a construção social da imagem feminina foi relacionada com a beleza. A prática do uso dos utensílios cosméticos, dos ornamentos, era tida como algo especificamente feminino. Mas, é nas décadas atuais, com a etapa atual da sociedade capitalista, que essa busca da beleza se torna impositiva e primordial para as mulheres.

Em épocas passadas a beleza não tinha a importância que se tem hoje e, os cuidados com a aparência não eram tão valorizados. Existiram ideais de beleza, mas, a feminilidade estava relacionada a outras questões consideradas de maior relevância. Tanto que o processo de transformação do padrão de beleza que foi lento e gradual, chegava a durar cerca de 100 anos. E, em alguns momentos, a beleza era considerada perigosa e, portanto, não era valorizada.

Quando a beleza assume um lugar de destaque na vida das mulheres, a velocidade das mudanças passa a ser tão vertiginosa que as etapas duram 10 anos. Essa mudança rápida do padrão de beleza está diretamente relacionada à própria dinâmica da sociedade capitalista, na qual seus produtos passam a ter uma vida cada vez mais curta e a novidade é uma necessidade para gerar lucros para essa nova ordem social.

Neste sentido, faremos um breve panorama histórico para descrever as práticas da beleza no decorrer da história, mas, sem o intuito de realizar uma história linear da beleza, já que esta comporta, em cada época, uma especificidade e só assume o valor que tem hoje pelas próprias mudanças do sistema capitalista e do movimento feminista.

A partir da bibliografia sobre o tema específico da história da beleza, privilegiamos o livro “Beleza do século”, elaborado por profissionais da área da beleza

e da comunicação. São autoras como Fabienne Rousso, Nathalie Chahine entre outras, que trabalham em revistas especializadas como a *Vogue* e *Ell*, e realizam na obra citada, uma descrição da beleza desde a Antiguidade até a contemporaneidade.

Além dessa obra, outras consideradas importantes estão presentes no texto, como, por exemplo, a obra de Georges Vigarello publicada em 2006 com o título “História da beleza”. Vigarello é professor de sociologia na Universidade de Paris-V, além de diretor da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais. Um grande estudioso das questões relacionadas ao controle do corpo e às formas de intervenção corporal.

Na obra sobre a história da beleza, Vigarello defende a idéia de que o culto ao corpo está relacionado à escolha, que cada indivíduo tem a possibilidade de escolher o corpo que quer ter e, para ele, a particularidade tornou-se inclusive uma obrigação. Defende também a chegada da era democrática à beleza, ou seja, a beleza é para todos e não é mais acessível apenas para um pequeno número de pessoas. Neste sentido, compartilha das idéias de Gilles Lipovetsky - sociólogo francês autor de diversas obras, entre elas o “Império do efêmero – a moda e seu destino nas sociedades contemporâneas” e “A terceira mulher – permanência e revolução do feminino” – que defende a beleza e a moda como estando na era da individualidade, da escolha e da democracia. Aspectos discutidos no primeiro capítulo.

Realizado um breve comentário sobre os (as) nossos (as) autores (as), efetuaremos, então, um panorama histórico da beleza.

Desde a Antiguidade se têm notícias das práticas sociais da beleza, quando eram usados diversos instrumentos para se ter a aparência bela. A partir de 5000 a.C. surge uma grande quantidade de instrumentos de maquiagem. Em 1372 a.C., a mulher egípcia tomava vários cuidados em relação ao seu corpo,

[...] lavava-se inteiramente toda manhã, com uma mistura de água e carbonato de cal, esfregando o corpo com uma pasta de argila

proveniente do lodo do Nilo. [...] Pés e cotovelos são esfregados com frequência com uma pedra-pomes de grão fino, que servia também para exfoliação regular do corpo. O banho era seguido de uma massagem com óleo vegetal de palma, oliva ou noz, perfumado com uma mistura de ervas aromáticas que possuía a tripla virtude de amaciar a pele, protegê-la do sol e afastar os mosquitos. [...] (ROUSSO, 2000, p. 26 - 28).

Depois de todo esse ritual realizado pelas mulheres, ainda era feita a maquilagem do corpo e do rosto. “A pele seria coberta por um preparado ocre amarelo que adquire reflexos dourados à luz, as faces poderiam ser realçadas com ocre vermelho, as veias das têmporas e do busto sublinhadas de azul.” Os olhos mereciam uma atenção especial, era maquilado sistematicamente, isto pode ser visto nas estátuas da época (ROUSSO, 2000, p. 28).

Nota-se que os banhos, a maquilagem do corpo e do rosto eram privilégios das classes nobres, porém, a maquilagem dos olhos era realizada também pelos escravos.

Nesta época, a beleza estava relacionada, principalmente com os cuidados da pele e com a higiene do corpo. A maquilagem ressaltava os olhos, parte do corpo que era valorizado. Observamos que as diferentes práticas da beleza caracterizam-se por demarcar as diferenças de classes. Mulheres das classes nobres utilizavam mais recursos para manter ou alcançar a beleza, enquanto as escravas se limitavam a maquilar os olhos.

Na Grécia nascente, a beleza estava relacionada à harmonia das proporções. O uso da maquilagem foi proibido durante um tempo em Atenas e Esparta, relegando esta prática apenas às cortesãs. Aqui, a prática da maquilagem marca, mais uma vez, a diferença entre as mulheres, pois, as cortesãs podem se maquilar enquanto as outras mulheres não.

Assim, o uso de práticas da beleza estabelece diferenças no campo da moral, pois, mulheres que são consideradas desregradas e impuras maquilam os seus rostos

enquanto as mulheres nobres e não cortesãs não se utilizam desta prática, sendo distinguidas por esse uso.

O uso dos cosméticos, que etimologicamente significa “[...] a arte do enfeite considerado como uma ordenação harmoniosa de diferentes elementos [...]”, impunha uma metodologia de uso que determinava que se cuidasse primeiro e em particular da higiene, interna e externa, que, de acordo com Hipócrates, deveria ocorrer após jejum regular, exercício físico e banhos frequentes. (ROUSSO, 2000, p. 32).

Os cuidados com o corpo estão relacionados com a saúde. A higiene e o exercício físico mantêm (ou propicia) um indivíduo saudável e, ao mesmo tempo, belo. Os discursos sobre beleza e saúde se confundem, estando diretamente relacionados um ao outro. E são os médicos da época que indicam o que é necessário para ser ter a beleza.

Na Idade Média a beleza passa a ter uma conotação negativa; a mulher bela era o fruto do pecado, aquela que levava o homem à perdição. Assim,

Tentadora porque bela – e como o seria, se não assim? -, irresistível e incapaz de resistir ao pecado, Eva, cuja beleza corruptora levou o homem à perdição, carrega consigo a falta e a marca do pecado original. Em pleno cristianismo conquistador, dominado pelo mundo monástico, Eva, sempre condenável e condenada para sempre, é a encenação do mal absoluto e sua beleza mentirosa é a máscara do diabo, reproduzida ao infinito em todas as mulheres. (ROUSSO, 2000, p. 36).

A construção da imagem bela passa a ser definida como algo destruidor, uma prática que não deveria ser adotada pelas mulheres, pois, esta levaria o homem ao pecado. O homem se deixaria levar por uma imagem falsa da mulher, que esconde o poder diabólico de destruí-lo, sendo uma espécie de feitiço que o envenena.

Como nesta época a beleza estava relacionada ao pecado, de forma negativa, o uso dos cosméticos era condenável para as mulheres. “Enganadora é a beleza que mascara a natureza culpada das mulheres, diabólica é a maquiagem, subterfúgio que

dissimula o horror e o fedor reais de seus corpos e de suas almas, se é que elas têm uma.” (ROUSSO, 2000, p. 39).

Percebemos que a construção social da mulher e da beleza, é perpassada por uma concepção do sexo feminino como algo destruidor, capaz de abalar a ordem estabelecida. Para que isso não ocorra, são impostas às mulheres práticas sociais que limitem o uso dos recursos da beleza, já que é essa a causadora de todos os males.

Neste contexto, a beleza não tem importância, não existe uma valorização da aparência e a mulher ideal não está relacionada de forma alguma com seus atributos físicos.

Assim, o ideal de mulher estava relacionado ao da Virgem Maria, sendo que a beleza feminina correspondia à pureza. Podemos ilustrar tal visão quando constatamos a ideologia disseminada, que afirmava que

A heroína que conquista os corações dos cavaleiros tem a pele ‘branca como lírio, leite ou espinheiro alvar’; ainda adolescente ou, em todo caso, muito jovem como atesta a ‘redondez firme de seus seios’, ela é dotada de um corpo virginal e delicado, esguio e gracioso, com ombros ligeiramente caídos, busto comprido, membros longos, quadris arrebitados, ventre arredondados, proeminente, sob uma cintura fina. [...] Detalhe curioso, os pés grandes parecem muito apreciados. (ROUSSO, 2000, p. 42).

No entanto, apesar de a beleza ser considerada negativa, não se pode afirmar que as mulheres não usassem instrumentos de modelagem do corpo ou que não houvesse um padrão de beleza medieval. Nos séculos XII e XIII, as roupas eram usadas para acentuar a silhueta, com faixas comprimindo o busto (FONTENEL, 1998), sendo o rosto belo aquele que fosse simétrico e branco, e os seios bem assinalados, e o uso de talhe apertado, conforme afirma Vigarello (2006).

Percebemos, então, que era negado para as mulheres o uso dos cosméticos que estavam relacionados a formas artificiais de embelezamento, mas, por outro lado, elas

poderiam modelar os seus corpos para obter o que era considerado como corpo ideal, desde que não fosse uma prática considerada artificial.

Em relação a esta questão observamos que a própria concepção de modelagem e do que é artificial ou não, depende do momento histórico. O uso de roupas com o intuito de modelar o corpo é uma prática artificial, pois, muda, de acordo com o instrumento, a anatomia dos corpos. No entanto, essa era uma prática aceita socialmente.

A questão que se coloca é que, quem decide o que é artificial, não são as mulheres, pois, esta decisão está socialmente fora de seu alcance; mas, o uso dos instrumentos será destinado às mulheres e serão os seus corpos os modificados.

Já com o Renascimento, a imagem feminina se transforma, sendo possível verificar o retorno à Antiguidade, exaltando a beleza feminina. Ela não é mais obra do diabo, mas sim, o ser mais belo da criação. “A beleza não só não é mais sinônimo de traição, mas, ao contrário, a mulher, para cumprir plenamente a vocação que Deus lhe destina, deve ser bela e atraente.” (ROUSSO, 2000, p. 44).

Ser bela era possuir um corpo farto, a pele clara e os cabelos louros. Assim, para atingir tal coloração dos cabelos e manter a tez, as mulheres “[...] passavam dias inteiros ao sol, envoltas em véus, usando um chapéu sem copa, de onde saíam os cabelos umedecidos com uma mistura descolorante feita de açafraão e limão.” (ROUSSO, 2000, p. 48).

Com estas mudanças, a mulher necessita efetuar práticas que a levem a alcançar a beleza, passando, outra vez, a usar os recursos cosméticos. É preciso ser bela e a beleza, agora, é um valor exaltado, portanto, não mais demoníaco e obra do pecado, mas sim, de valores moralmente aceitos positivamente.

No século XV, usava-se uma faixa larga sob o busto para erguer os seios, com decotes profundos acompanhados de adereços extravagantes. Nesse mesmo século foi

criado o *vasquim*, um corpete sem mangas, muito justo e amarrado nas costas. No fim do Renascimento, utilizou-se um corpete com o intuito de eliminar o ventre, afinar a cintura e dar ao busto um aspecto de cone, o qual era amarrado com uma sólida lâmina que podia pesar até um quilo e deformar o corpo.

Escultura a ser moldada, as mulheres se utilizavam dessas práticas para alcançar o corpo belo, mesmo sendo estas agressivas ao corpo e podendo causar prejuízos à sua saúde.

O espartilho começa a ser utilizado no século XVI e apertava tanto o estômago, que chegava a causar desmaios em suas usuárias. Apesar dessas inconveniências, não era relegado por ser um sinal de superioridade, ou seja, marcava o prestígio da classe dominante. De acordo com Béatrice Fontanel (1998, p. 39): “Mais vital do que a própria saúde, o uso do espartilho marcava a imperiosa necessidade de se distinguir do povo.”

No caso das mulheres de classe baixa, que precisavam trabalhar, não usavam o espartilho, e sim, uma saia e uma camisa sobre a qual vestiam um corsolete, originário da costa medieval, atado por cordões e não muito apertado. Dessa forma, “[...] Acentuava a cintura e sustentava os seios. O corsolete era amarrado na frente, contrariamente ao corpete aristocrático atado por trás, que exigia ajuda de empregados domésticos.” (FONTANEL, 1998, p. 39).

Isto demonstra que os adereços utilizados para modelar o corpo também serviam como distinção entre as classes sociais. Alguns instrumentos da beleza estão restritos a certas classes sociais e, portanto, as mulheres não utilizam os mesmos meios para modelar o corpo.

Ressaltemos, no entanto, que o processo de imposição da beleza estará restrito às mulheres, mesmo como forma de submissão destas ao poder que é masculino.

Afirma Vigarello (2006, p. 23) que,

Essa primeira beleza moderna só se definiu no feminino, combinando inevitavelmente fraqueza e perfeição, aguçando ainda sua especificidade: 'divina corpulência', 'gestos deliciosos', 'hálito aromático'. Tantos signos promovem essa estética até o 'deslumbramento'. [...] A beleza valoriza o gênero feminino a ponto de aparecer nela como a perfeição. Isso aprofunda a nova ascendência do sensível e do gosto. E confirma uma mudança de cultura: o reforço do estatuto da mulher na modernidade, mesmo se não puder superar a obscura e repetitiva certeza de uma inferioridade.

Assim, o uso da beleza aparece como um instrumento da cultura ocidental para reforçar o papel que foi sendo atribuído às mulheres no decorrer do processo de formação desta cultura, como forma de mantê-las inferiorizadas, tendo como função servir aos homens (VIGARELLO, 2006, p. 27).

Com o advento e ascensão da burguesia, notamos como na Era Barroca se acentuará a fartura das formas. Os seios são fartos e as coxas gordas, quadris desenvolvidos e flancos largos e a papada aumentava o charme feminino. Esta fartura de formas está relacionada à fecundidade, as mulheres devem ter formas associadas com o seu destino: a maternidade.

Além desta associação com a maternidade, o corpo farto marca a condição da classe burguesa, ou seja, a fartura da vida econômica e dos bens, que a leva a adotar uma vida de abundância alimentar, negada à classe trabalhadora.

Como decorrência das celeumas geradas pela Reforma e a Contra Reforma, a exuberância das formas será combatida e o ideal da magreza reinará. Por isso,

Estigmatizaram-se os vícios, vituperou-se contra o relaxamento social, desprezou-se a carne. A interdição pesou novamente sobre o corpo e, nos lugares religiosos ou públicos, tangas e túnicas passaram a cobrir pudicamente estátuas e quadros nus. Vaidade e indecência estavam destinadas ao fogo do inferno, era o reinado do pudor [...] O seio era escondido, a Igreja condenava o uso dos decotes que se tornava um grave pecado passível de absolvição apenas pelo Bispo. O decote resistiu, mas doravante o corpo inteiro seria escondido, os pés com freqüência cobertos por muitos tecidos, enquanto o olhar era atraído para o que fora proibido, por todo tipo de acessórios que acentuam suas formas. A cabeleira desaparece num coque baixo, a cor se extingue sob o negro uniforme iluminado com rendas brancas, a única jóia tolerada é a pérola, a magreza está de volta. A beleza deve ser majestosa, digna, solene. (ROUSSO, 2000, p.54).

Este ideal contará com a reação das mulheres francesas que defenderam “[...] a liberdade de espírito, a exigência do refinamento e das belas maneiras, do bom-tom e do bom gosto.” (ROUSSO, 2000, p. 54-56). É em Paris, em 1635, que o primeiro salão de cabeleireiro para senhoras é inaugurado com o nome *Champagne*.

Esta é uma reação da classe burguesa e a utilização dos recursos para a beleza continua a distinguir as classes, já que os salões são para as mulheres burguesas e não para todas as mulheres.

O século XVII será um momento de imposição de uma pedagogia do corpo, na qual a “[...] imagem mecanizada de um organismo feito de vetores e alavancas favorece inevitavelmente, [...] o recurso aos engenhos corretores, com o uso de uma razão que se impõe ao corpo. [...]” (VIGARELLO, 2006, p. 63). De acordo com esta idéia, o espartilho será um instrumento que garantirá uma postura de elegância e a manutenção de um corpo rígido, protegido de qualquer possibilidade de desvio. Nota-se que não é apenas algo estético, mas temos a identificação da classe sendo pautada por tais instrumentos de modelação do corpo. Assim,

Com o espartilho é o horizonte social das silhuetas que se dividiu definitivamente. Tudo opõe, há tempo, a aldeã de formas esféricas à mulher de formas ‘esguias’. Tudo opõe os contornos julgados pesados das granjeiras e os contornos julgados mais comedidos das senhoras de qualidade. A diferença sugerida no século XVII pelos nobres, no entanto, é tanto a da magreza e da redondeza quanto a da ‘retitude’ e do ‘desmazelo’. É seguramente uma visão social, em que o busto das senhoras de qualidade é sempre mais fuselado na geometria dos espartilhos, ao passo que o das outras mulheres pode conservar suas liberdades. [...] (VIGARELLO, 2006, p. 64).

No século XVIII, juntamente com o espartilho, a maquilagem tornou-se uma obrigação na Corte, as mulheres a utilizavam até mesmo para dormir, seguindo a tradição imposta no século passado que apregoava um trabalho orientado sobre as morfologias, no qual a beleza natural era impensável. Assim, o natural é banido e o ruge

passa a ser muito utilizado, sendo que a moda da maquiagem conquista vários países Europeus.

No final do mesmo século, volta a reinar a simplicidade e a graça natural, ou seja, uma nova visão sobre o corpo e a beleza. São valorizados, agora,

Corpos roliços, rostos doces e delicados de nariz curto, lábios redondos e queixo pontudo, olhos negros e vivos, tez de porcelana, a beleza é tão-somente sonhadora, alegre e viçosa. Embora a maquiagem seja menos usada, laços de fita, pérolas e flores, cambraias e organdis azul-Nattier e cor de rosa de Barry, cores preferidas de Luís XV, enfeitavam a nudez mascarada e rósea que deixavam surpreender, no segredo das alcovas, carnes enlanguescidas, dispostas a todas as volúpias. [...] (ROUSSO, 2000, p. 62-63).

Contudo, como o uso do espartilho chegava a causar desmaios entre suas usuárias, Jean-Jacques Rousseau pronunciou-se contra o seu uso, fazendo um apelo para a volta à simplicidade e à natureza. Esse fato influenciou os nobres, a ponto de algumas mulheres da nobreza começarem a desamarrar seus espartilhos. A partir de 1750, inicia-se uma ação médico-pedagógica contra o uso deste (FONTANEL, 1998, p. 39).

Tais pensamentos difundem-se na Europa, posto que a França era o grande pólo da moda e da beleza, ditando os costumes.

De acordo com Norbert Elias (1994) os costumes franceses estão relacionados ao homem civilizado, ou seja, são comportamentos considerados como mais elevados socialmente em detrimento dos comportamentos considerados mais simples ou incivilizado.

Esse processo de civilização encontra respaldo na sociedade francesa e é difundido por ela por toda a Europa, devido ao fato de que a burguesia nascente e desejosa por reformas esteve intimamente ligada à tradição da corte em seu comportamento e no controle de suas emoções. Para Elias (1994), as maneiras da corte foram aceitas, antes mesmo da revolução, pela burguesia nascente, transformando-se, assim, nos valores da própria burguesia.

É este caráter específico da França que a torna como modelo de civilização, difundindo seus comportamentos, suas maneiras de agir, sua moda entre outros.

Na primeira metade do século XIX, no Romantismo, as mulheres deveriam ser magras, e a dualidade feminina, da Idade Média, volta a triunfar; a mulher é anjo/demônio, ingênuas mas fatais, atraentes e perigosas. A imagem ideal era um rosto “esculpido no mármore, marcado por um selo fatal, uma palidez esverdeada e lívida que transparece os véus negros.” (ROUSSO, 2000, p. 66).

Para alcançar esta imagem as mulheres não poupavam esforços; segundo Fabienne Rouso (2000, p. 66),

[...] as mulheres cobrem o rosto com preparados tingidos de açafão ou de tinta azul e não hesitam em beber vinagre, em engolir montes de limão, em jejuar a ponto de desmaiar, a fim de expulsar uma grosseira e deplorável saúde e alcançar o mais rápido possível a suprema distinção, que somente a aparência espectral das tísicas agonizantes conferia. Quando eram convidadas a almoçar, comiam de modo a exprimir seu desdém pelos prazeres materiais e chupavam uma asa de frango com a ponta dos lábios descoloridos ou mordiscavam uma fruta.[...]

As práticas sociais da beleza não cessam de exigir das mulheres sacrifícios rigorosos para atender às necessidades de dada sociedade. Torna-se necessário alcançar o ideal de beleza a qualquer custo, mesmo que isto possa causar danos à saúde física e mental. Para a conformação estética é necessária boa dose de sofrimento e de privação.

De acordo com Fabienne Rouso (2000, p. 72), “O aspecto romântico se apagaria por trás da realidade monarquista ou republicana, mas sempre burguesa, industrial, higienista e conformista.” No século XIX ocorre uma reação aos excessos do século XVIII, e este é o período em que menos se utilizam os cosméticos. “A beleza burguesa é bem alimentada e satisfeita, tem as costas gordas, os ombros caídos e os braços cheios de celulite [...] o seio generoso da mulher honesta e da mãe de família.”

É neste período que a higiene passa a ter importância e os médicos alertam contra os males dos cosméticos industriais que contêm produtos tóxicos como o chumbo. São lançados pela primeira vez, na Europa e nos Estados Unidos, livros inteiramente dedicados à *toilette* e aos meios de manter uma beleza natural.

Assim, os discursos sobre a beleza são discursos especializados, que relacionam a beleza à saúde. São escritas várias obras de como manter um corpo higienizado e, portanto, bonito e saudável.

Já no século XX, a cada década, houve predominância de um ideal de beleza feminina. Nos anos 1900 a Europa começa a modificar as condições de vida em decorrência da vida econômica, industrial e artística. A beleza feminina acompanha essas transformações.

Paris continua sendo o pólo da moda e da beleza, atrizes, dançarinas e *cocottes* reinavam na *Belle Époque*. Essas mulheres faziam propagandas dos cosméticos, principalmente dos pós, e eram solicitadas por revistas para contarem o segredo da beleza.

Esses segredos eram passados de forma a intervir na prática das leitoras destas revistas, pois, ao obter conhecimento de como as atrizes conseguiam a beleza, as mulheres passavam a adotar as mesmas práticas. Mas, como eram poucos os cosméticos industrializados, as mulheres ainda se utilizavam das receitas caseiras (CHAHINE, et.al., 2000, p. 82). O corpo ideal da *Belle Époque* era esbelto e elegante, a cintura deveria ser fina e os seios e as nádegas ressaltados. É com esta visão que

[...] tudo era sacrificado em prol do brilho da pele, que era a principal preocupação das mulheres da sociedade e que deveria ser de um branco rosado, como o das meninas jovens. O pó era o cosmético mais usual [...] o pó-de-arroz e os talcos, perfumados com óleo de rosa ou lavanda, eram encarregados de assegurar uma palidez de adolescente. [...] Sublinhar as veias aparentes próximas do olho com um delicado traço de lápis azulado era um artifício conhecido das mulheres bonitas. Em troca, o ruge, embora unanimemente considerado vulgar,

começava a ser empregado em segredo. (CHAHINE, et. al., 2000, p. 83).

Inicia-se nesta década -1900- a grande fase dos cuidados com a beleza, os produtos cosméticos passam a ser industrializados; em 1908 e 1909, Elizabeth Arden e Helena Rubinstein inauguram, cada uma, seu salão de beleza. Essas duas mulheres são as pioneiras da indústria cosmética (CHAHINE, et.al., 2000, p. 90).

Em 1910, os papéis femininos, nos filmes, se multiplicam e as jovens atrizes passam a ter um novo *status*, o de estrelas. As mulheres se libertaram de alguns ditames do passado, como, por exemplo, do espartilho, que foi substituído pela cinta elástica. A maquiagem passa a contar com novas cores, mas a pele rosada continua sendo sinal de saúde; o lápis para sobrancelhas e o batom surgem nesta época.

Ocorrerá uma mudança, nos anos de 1920, que trará a chamada moda *à garçonne*, caracterizada por maquiagem forte, cabelos curtos e linha alongada. Notamos que este fator novo, cabelos curtos, traz para a mulher a praticidade no trato com os cabelos, dando a ela maior liberdade, maior leveza e desprendimento.

Nos Estados Unidos, em 1921, ocorre o primeiro concurso de beleza. A partir desta data os concursos não param mais de existir e se expandem para vários países, tendo, com o passar dos anos, uma importância cada vez maior. As *misses* passam a ser invejadas por várias mulheres, já que estas conseguiram, pela sua beleza, alcançar a ascensão social. Neste contexto, as modelos se tornarão, cada vez mais, exemplos a serem seguidos como ideal de beleza e como uma forma de mudar de condição social e econômica.

A moda passa por transformações consideráveis, as saias encurtam, o maiô comprimia os quadris e achatava os seios, a silhueta torna-se meio andrógina. O cinema passa a influenciar as mulheres e a ditar as tendências da maquiagem e do penteado.

Por volta da metade da década, a maquiagem tornou-se mais audaciosa, sobretudo nos olhos, a exemplo das heroínas das telas. Para tratar os cílios, recorria-se a uma substância em pasta ou em creme aplicada com pincel que existe atualmente em versão *waterproof*. O canto do olho era puxado com um lápis. Havia também a sombra para as pálpebras, primeiro combinando com a cor dos olhos, depois com a das roupas. A boca, até então discretamente delineada, era pintada com cores escuras e fortes.” (CHAHINE, et.al., 2000, p. 114).

Assim, com o início da industrialização dos cosméticos estes vão ampliando as possibilidades de maquiagem do rosto, tornando seu uso cada vez mais variado nas diversas partes do corpo e nos diversos tons.

Nos anos 1930, com a emergência do cinema falado, duas mulheres influenciarão as outras mulheres, Greta Garbo e Marlene Dietrich. “As duas estrelas oriundas do norte da Europa contribuíram largamente para manter o mito da mulher fatal dos anos 20.” (CHAHINE, et. al., 2000, p. 122).

Essa expansão do cinema norte-americano irá disseminar o padrão de beleza que se imporá por todo o Ocidente; a maneira como a imagem é explorada pelos filmes irá difundir um desejo pela beleza que levará as mulheres à busca de imitação do padrão hollywoodiano. A imagem passa a ser um instrumento de conquista, criando o imaginário de que a beleza é capaz de conduzir a mulher ao seu objeto de desejo. Para tal, essa imagem deve ser produzida, vigiada, construída, mesmo ao custo da própria saúde. Como nos lembra Vigarello (2006, p. 162), quando cita a revista da época, intitulada *Cinémonde*, que afirma que o “[...] charme atual não é inato, e sim adquirido”.

Será na esteira destes acontecimentos, que Jean Harlow inaugurará a tendência das loiras e o estilo de sedutora, de beleza sofisticada e provocante. Não sendo algo que aflora das mulheres, charme e beleza passam a ser frutos de uma disciplina rígida. Assim, verificamos que,

Para imitar essas fadas loiras irreais, as mulheres sacrificavam a qualidade natural de seus cabelos queimando-os com descolorantes radicais, e sofriam o martírio de depilar completamente as

sobrancelhas. As revistas femininas transbordavam de conselhos para tratar a secura dos cabelos e indicavam o éter para atenuar a dor da depilação. Seria preciso esperar o ano de 1938 para que Hedy Lamarr lançasse a contra-ofensiva: modelo perfeito de morena tórrida, inverteu a tendência, levando inclusive algumas loiras a escurecer os cabelos. (CHAHINE et.al., 2000, p. 124-126).

Assim, sofrimento, dor e privações são aspectos que acompanham as mulheres nos rituais da beleza e que vão se expandido e se modificando conforme o tempo histórico.

Em 1940 as mulheres eram cada vez mais magras e a beleza passa a ser sinônimo de saúde. Nesta década a água encanada não era mais uma raridade e as mulheres abastadas possuíam a sala de banho, o que propiciou novos cuidados com os cabelos.

Segundo Nathalie Chahine (et. al., 2000, p. 152) a década de 1950, tempos de incerteza, posteriores à guerra, contribuirá para que os valores tradicionais e conservadores voltem a triunfar. O ideal de mãe e esposa será reforçado para as mulheres. “O rosto da época, de uma palidez cuidadosamente criada pela maquilagem, com traços graficamente sublinhados, perpetuava a imagem de uma mulher-deusa do lar, mulher-objeto lisa e im-pe-cá-vel!” (CHAHINE, et. al., 2000, p. 158).

Neste período, notamos a volta aos valores tradicionais nos quais mais uma vez o ideal de feminilidade será de acordo com as necessidades da sociedade. Por exemplo, com a guerra, as mulheres tornaram-se necessárias na ocupação de postos tradicionalmente assumidos pelos homens, como na produção; com o fim da guerra e o retorno daqueles, as mulheres são dispensadas, levando, então, novamente, à imagem ideal da mulher como a feliz dona-de-casa.

Neste momento outro ideal de imagem também será incentivado pelas revistas de moda e pelo cinema: o das ingênuas. “Sua arma: o frescor e a naturalidade.

Sobrancelhas levemente sublinhadas, lábios claros, cabelos emoldurando o rosto [...]” (CHAHINE, et. al., 2000, p. 161).

Marilyn Monroe torna-se o símbolo sexual da década, com a imagem ao mesmo tempo da ingenuidade e da sensualidade. Para mostrar essa imagem eram precisas três horas de trabalho: base, pó, sombra, rímel, cílios postiços, delineador, um batom rosa coberto de vaselina para dar à boca um volume voluptuoso.

A imagem passada pelas atrizes de cinema são imagens produzidas minuciosa e exaustivamente, a partir de uma preparação que demanda tempo, especialistas (no caso o maquilador) e dinheiro. Porém, da maneira que é apresentada, nos aparece como algo fácil de ser conquistado e imitado, levando-nos a consumir estas práticas da beleza e não alcançá-la, gerando, assim, uma insatisfação com a própria imagem. Como consequência, as mulheres são induzidas a buscar, constantemente, esta imagem, mesmo que nunca obtida.

De acordo com Nathalie Chahine (et. al., 2000, p. 161) a atriz francesa Brigitte Bardot também está associada a essa imagem, porém, ela é o protótipo da mulher-criança. “O rosto da beleza mudava, sob a influência de um culto que germinou nos cafés *Saint-Germain-des-Prés* e nos ateliês de Greenwich Village: o da juventude.” O ideal de beleza está associado à juventude, a aparência é mais de crianças do que de mulheres.

A partir dos anos de 1960 os cosméticos serão produzidos em massa, cada vez mais precisos e diversificados. Esta mudança na produção dos cosméticos torna-se possível, pois, é neste período que se inicia a produção e o consumo em massa, característico do fordismo.

Três mulheres são responsáveis por essa mudança na indústria cosmética: Helena Rubinstein, Elizabeth Arden e Estée Lauder. “Com elas, a cosmética se tornou

uma verdadeira indústria, participando integralmente da economia de mercado.” (CHAHINE, et. al., 2000, p. 172).

Com a produção em massa dos cosméticos, a exigência em alcançar o corpo ideal se acentuará, já que é preciso atingir um maior número de indivíduos que consumam estes produtos.

Nessa última década, o movimento hippie, de contracultura, questionou todos os padrões da época, alcançando difusão internacional, apesar de sua aparência e vestimenta diferirem bastante das propagadas como ideais, por seus cabelos compridos, repartidos ao meio, tanto de mulheres como de homens, e exotismo da aparência.

A década de 1970 tem um novo *slogan*: “cultive o seu corpo”. Surge nesta década o monoquini, criado pelo costureiro Rudi Gernreich em Los Angeles, que deixava os seios à mostra, composto apenas de uma calcinha. O *topless* já havia começado na década de 1960, mas agora ele é propagado como uma forma de liberdade (CHAHINE, et. al., 2000, p. 180).

As revistas dedicam-se aos artigos sobre emagrecimento, dietas e exercícios físicos. A beleza não é só do rosto e dos cabelos, mas, o corpo deve ser cuidado nos mínimos detalhes.

Cada vez mais o corpo passa a ser responsabilidade do indivíduo e este tem que ser “cuidado” nos mínimos detalhes e, para isso, deve-se utilizar de todos os meios existentes no mercado, pois, os recursos estão disponíveis, e só não alcança a imagem “bela” aquele que não quer, ou seja, quem não se cuida, quem é preguiçoso, relaxado.

Mais uma vez as práticas da beleza entram no campo da moral, pois, as práticas sociais de embelezamento refletem o indivíduo no todo, isto é, se for gordo e não tiver a aparência ideal é por uma situação moral de desleixo, relaxamento, preguiça entre outros.

Porém, o que se esquece é que para alcançar este corpo ideal é necessário, tempo e dinheiro. Assim, mais uma vez, os pobres serão condenados pela sua moral, pois, se estes não se cuidam é por falta de princípios aceitos positivamente. Serão julgados pelos seus corpos e excluídos por um padrão burguês de beleza.

Veremos algumas das práticas da beleza e sua relação com estes aspectos.

Freqüentar uma academia para ter o corpo “trabalhado” e rígido exige das pessoas tempo e dinheiro disponível, o que para as classes baixas, nem sempre é possível.

Esta temática aparece claramente nas nossas entrevistas, quando os entrevistados dizem ser importante a atividade física para obter a beleza e a saúde, mas declaram não realizá-la por falta de tempo, pois, trabalham e estudam, moram longe e não têm dinheiro para freqüentar uma academia.

Uma de nossas entrevistadas afirma que como não tem dinheiro para o passe escolar, então, vai caminhando para a escola, assim, faz a atividade física que, para ela, talvez lhe proporcione emagrecer e, portanto, ter um corpo mais belo.

Em relação ao uso dos cosméticos apontam os benefícios que estes trazem como, por exemplo, o uso de cremes para o rosto, ressaltando a impossibilidade de usá-los devido o alto custo.

Essa idéia da responsabilidade do indivíduo sobre o seu corpo e de sua conseqüente condenação se não possui o corpo ideal, nega as desigualdades entre as classes sociais. O indivíduo que pode ter a responsabilidade sobre o seu corpo, inclusive para negar esse padrão de beleza, é o da classe dominante.

Na década de 1980 explode os discursos sobre o corpo, e a beleza passa a ser o tema central para as mulheres. “A beleza virou competição. A época amava o visual e cuidava de sua aparência. O corpo devia ser perfeito. [...] É proibido fraquejar, a mulher

tem de sofrer para ser bela. E sobretudo ser bela em toda parte.” (CHAHINE, et. al., 2000, p. 194).

A ginástica propaga-se, as mulheres precisam enrijecer os seus corpos e perder as gordurinhas, sinônimo de feiúra e preguiça, já que só não alcança o corpo perfeito quem não se dedica a ele. A cirurgia plástica começa, nesta década, a fazer parte das ambições femininas, garantia de um corpo escultural.

Como a ginástica não é suficiente, descobriu-se que a beleza está às vezes na ponta de um bisturi. E a cirurgia plástica iniciou sua irresistível ascensão. Nos Estados Unidos, o número de intervenções aumentou 63% somente no ano de 1988. Os consultórios desses novos mágicos estão sempre cheios. Pratica-se a lipoaspiração, injeta-se colágeno nos lábios, retifica-se um nariz, diminui-se uma pálpebra, aumenta-se o volume dos seios. [...] (CHAHINE, et. al., 2000, p. 196).

Conforme a responsabilidade recai sobre o indivíduo, mais possibilidades de alcançar a beleza vão aparecendo. Neste cenário, a medicina entra no campo da estética de modo a proporcionar o corpo ideal. Se não é possível alcançá-lo por um trabalho intenso do próprio indivíduo, a medicina, com sua tecnologia, contribui para que isso ocorra.

Nas décadas de 1970 e 1980, o ideal de beleza eram mulheres magras, mas não tanto; altas e loiras e de cabelos eriçados (CRIPA, 1990, p. 30 e CAVALCANTI, 1993, p. 16-18). Os cremes para as rugas e para as celulites têm ascensão também neste período, pois é necessário não se esquecer de nenhum detalhe.

Entramos nos anos noventa com o ideal de beleza de mulheres extremamente magras (CRIPA, 1990, p. 30 e CAVALCANTI, 1993, p. 16-18). As modelos que propagam o ideal de beleza são macérrimas e jovens. Este ideal conta com o surgimento de vários produtos cosméticos e serviços da beleza que “garantem” a imagem ideal.

Portanto, partindo deste panorama histórico, podemos traçar o desenvolvimento sócio-histórico da concepção de beleza ideal do ocidente, produzida concretamente em tempo e espaço determinados, por concepções específicas e vinculada a ideais

permeados de intencionalidade. Neste sentido, verificamos que a abordagem tradicionalmente feita, sobre os padrões de beleza ideal, tende a negar o gênesis destes em grupos específicos que os impõem sobre outros. Noção de cunho pós-moderno, que gera uma pseudo-concepção da realidade e uma visão fragmentada do processo de construção de tais padrões.

A idéia contida na pós-modernidade é que vivemos no tempo da fragmentação, do efêmero, do descontínuo. “O pós-moderno [...] privilegia a heterogeneidade e a diferença como forças libertadoras na redefinição do discurso cultural.” Negando, assim, as metanarrativas e a desconfiança em todo e qualquer discurso universalizador e totalizante (HARVEY, 1989, p. 19).

A diferença com a modernidade, segundo Harvey (1989, p. 49) é que o pós-moderno não se preocupa em transcender este estado e nem procurar o “eterno e imutável” como faziam os modernos. Os pós-modernos acreditam “nas fragmentárias e caóticas correntes da mudança, como se isso fosse tudo o que existisse.”

Para Jamenson (2002) a lógica cultural da pós-modernidade nada mais é do que a própria lógica do capitalismo tardio, que acentua a fragmentação, a novidade, sendo estes aspectos importantes na atual fase do capitalismo.

Harvey (1989, p. 52) assinala que o aspecto mais libertador do pensamento pós-moderno é sua preocupação com a alteridade. “A idéia de que todos os grupos têm o direito de falar por si mesmos, com sua própria voz, e de ter aceita essa voz como autêntica e legítima, é essencial para o pluralismo pós-moderno.”

Porém, para o autor os pós-modernistas estão presos numa armadilha, pois, ao negar essas metateorias que são capazes de apreender “os processos políticos e econômicos que são cada vez mais universalizantes em sua profundidade, intensidade,

alcance e poder sobre a vida cotidiana” tendem a não enfrentar esta realidade (HARVEY, 1989, p. 112).

Para ele, não há nenhuma mudança fundamental da condição social, mas sim, uma mudança na operação da sociedade capitalista. Sendo que a fragmentação e o efêmero são próprios da acumulação flexível do capital, termo utilizado, por ele, para evidenciar a atual fase do sistema capitalista que se iniciou em 1973.

É neste sentido que a percepção do atual padrão de beleza parece como inexistente e, que, na realidade, existe uma pluralidade de padrões, nos quais indivíduos de diferentes etnias e gerações são contemplados. Esta perspectiva encontra respaldo em autores como Lipovetsky e Vigarello, pois, concebem o atual culto ao corpo como uma possibilidade de exercer a individualidade, e a entrada na era democrática.

No entanto, a fragmentação e a exaltação da diferença estão engendradas na lógica de mercado, pois é necessário atingir todos os indivíduos. Existe, portanto, recursos para todos, mas todos estão submetidos ao padrão magro e jovem.

Ainda assim, tais padrões ideais não são universalizados, posto que servem, quase sempre, para identificarem indivíduos de classes sociais diferentes; seja pela qualidade do produto utilizado, seja pela disposição ou apresentação das vestimentas e seus acessórios. Lembremo-nos que, as roupas de grifes fazem questão de manifestar seus nomes em etiquetas dispostas em lugares estratégicos e visíveis de suas peças; e não nos esqueçamos que, em sociedades como a nossa, pode-se comprar as falsificações destas mesmas grifes, que se fazem claras como tal, pela qualidade do material, apresentação da costura e outras.

Nesta mesma linha, verificamos que há um mercado que oferece ao público feminino o acesso a produtos de beleza de baixa qualidade; tais produtos estabelecem a distinção entre os grupos, pois possuem qualidade questionável, não proporcionando os

mesmos resultados dos produtos veiculados pela mídia utilizada pelas classes mais abastadas. Além disso, a oferta de cirurgia plástica, ou mesmo a tão propagada, atualmente, redução de estomago, estão restritas a pequenos grupos que podem pagar por eles.

Por fim, o resultado de tal processo de construção da beleza ideal do Ocidente passa a ser reproduzido pela mídia, notoriamente caracterizada por valores burgueses, disseminando-se por todos os rincões a que seja possível. Assim, faremos uma abordagem de tal influência para constatar como tais padrões chegam a nossa cultura e criam parâmetros de comportamento, de consumo e valores.

2.3 A BELEZA NO BRASIL: UM IDEAL IMPOSTO

Com a chegada dos portugueses em nossa terra, deu-se o encontro com as mulheres locais, o que causou espanto pela beleza, pelos cabelos compridos, e a nudez natural (DEL PRIORE, 2000, p. 17).

De acordo com Mary Del Priore (2000), as características físicas dessas mulheres em nada se assemelhavam ao ideal de beleza da época renascentista. Porém, os portugueses se encantaram com a beleza da mulher indígena, morena, de olhos pretos.

Haverá a convivência, em nada pacífica, com dois ideais de beleza completamente distintos; por um lado o ideal branco, de origem européia e marcadamente influenciado pela estética francesa, e por outro lado, a beleza local, manifestando-se através de seus valores culturais. Mas, o ideal que prevalecerá na sociedade emergente é o branco-europeu.

Notoriamente ocorre a negação do que difere desse ideal branco e europeu, sendo marcado por uma imposição de valores e comportamentos que são de fora, acarretando na valorização do branco em detrimento da população local.

Assim, no Brasil de origem européia, na época da colônia, a mulher estava diretamente voltada para o casamento e a procriação, e o “bom modelo” feminino definia a mulher como esposa, mãe e dona-de-casa. A sexualidade feminina sofria interferência tanto da Igreja quanto do Estado e uma total vigilância por parte da família. Isso se dava com o intuito de garantir a ordem familiar e social. Portanto,

Das leis do Estado e da Igreja, com frequência bastante duras, à vigilância inquieta dos pais, irmãos, tios, tutores, e à coerção informal, mas forte, de velhos costumes misóginos tudo confluía para o mesmo objetivo: abafar a sexualidade feminina que, ao rebentar as amarras, ameaçava o equilíbrio doméstico, a segurança do grupo social e a

própria ordem das instituições civis e eclesiásticas. (ARAÚJO, 1997, p. 45).

À mulher restava esperar o “bom moço” que fosse bem intencionado, para levá-la ao matrimônio, devendo se comportar de acordo com a moral e os bons costumes da época e receber o consentimento paterno para o casamento.

Mesmo inserida nesse contexto, a mulher cuidava de sua aparência, utilizando-se de alguns recursos de transformação do corpo. Recursos como: a utilização de pós, perucas, unguentos, espartilhos e tecidos volumosos. De acordo com Mary Del Priore (2000, p. 24),

A depilação das sobrancelhas, a pintura dos olhos e dos lábios, a coloração das maçãs do rosto, o relevo dado à fronte atestavam uma nova representação da mulher. Preparações variadas desdobravam-se em maquilagens pesadas, muito parecidas a máscaras. Díficeis de manejar, muitos pós precisavam ser diluídos em águas de rosas, servindo para cobrir a cara inteira. Elaborado a partir do pau-brasil ou cochinha, e mais raramente de cinabre, o rouge apresentava-se na forma líquida ou de unguento quando se lhe adicionava gordura de porco ou cera. Servia para tingir boca e bochechas e tinha consistência ideal quando aplicado quente. [...] O leite de cabra e a gordura de cavalo, pela analogia com os longos pêlos do animal, garantiam cabelos soberbos e sedosos. A pele e a gordura de cobra prometiam renovar a pele feminina. Pérolas esfregadas nos dentes garantiam brilho e brancura. Milagrosa, para o mesmo fim, era a pedra-pomes dormida no vinho branco e transformada em pó. Pomadas e pentes davam forma perfeita aos pêlos faciais restantes. Coberto de alvaiade, o rosto era totalmente emaciado com a finalidade de cobrir as marcas deixadas por doenças, então corriqueiras: varíola, catapora, manchas de sol, acne.

Mas, o cuidado com a aparência também sofria interferência da Igreja. Os pregadores católicos tentavam controlar o uso dos artifícios de embelezamento do corpo feminino associando a beleza feminina com o perigo, instrumento de pecado.

A mulher nesta época era considerada um perigo para os homens, podendo acabar com sua saúde física e mental. Com o uso dos recursos cosméticos ela poderia acentuar sua inclinação para o pecado, além do fato de não se assemelhar com a obra do Criador.

Assim, a imagem feminina foi relacionada com a perdição masculina, sendo responsável pelos males que acometiam os homens e estes males se davam pelo seu poder de sedução.

No entanto, assim como hoje, para esconder sinais associados a doenças, fazia-se uso de certos recursos cosméticos, tais como: cera de abelha, mel, gordura de carneiro, águas de rosas, leite de pepinos, glicerina e benjoim. Sua aplicação encobria afecções cutâneas e disfarçava a má coloração da tez.

Os recursos cosméticos poderiam ser utilizados, então, quando relacionados à saúde, ou seja, se não é uma mera questão estética o uso é aceito e legitimado.

Segundo Mary Del Priore (2000, p. 29) nesta época desabrochava uma visão médica da cosmetologia, visão que será retomada no início do século XX pelos fabricantes de cosméticos, cuja idéia principal consistia em esconder os males de maneira artificial. Mas, haviam outros artifícios destinados à busca a beleza.

No Brasil o uso do espartilho foi utilizado pelas mulheres da elite cafeeira; o corpo deveria ser reto, firme e, portanto, o espartilho auxiliava essa postura. “Não há uma descrição de heroína de romance, nem fotografia da aristocracia do café em que as mulheres não apareçam com o enrijecimento dorsal, típico do uso do espartilho.” (DEL PRIORE, 2000, p. 52).

No século XIX, belas eram, portanto, as elegantes, possuidoras de um corpo-ampulheta, verdadeiras construções trabalhadas por espartilhos e anquinhas capazes de comprimir ventres e costas, projetando seios e nádegas. [...] O ideal do charme feminino correspondia a um mosaico de cheios e vazios, curvas e retas: ombros arredondados e inclinados em suave queda, pescoço flexível e bem lançado, seios ‘obviamente’ opulentos, bacia larga e *evasé*, talhe esbelto e fino, braços carnudos, pulsos delicados e magros, mãos longas mas recheadas, dedos afilados, pernas sólidas, pés pequenos e artelhos bem graduados. Curvas, ondas, acidentes compunham a cartografia física, feita de escrupulosa distribuição de superfícies e volumes. (DEL PRIORE, 2000, p. 59-60).

Uma beleza que sinaliza no corpo as diferenças de classe, e que torna a aparência, o comportamento considerado ideal o da elite cafeeira. Aqueles que não pertencem a essa elite estão, mais uma vez, excluídos de comportamentos considerados normais, elegantes, finos. Valores esses da classe dominante que dispõe de tempo e dinheiro.

A segunda metade do século XIX foi marcada pela presença do romantismo na literatura, tendo influência sobre a imagem feminina. Neste sentido, “[...] o romantismo propunha como atitude certa prostração exibicionista, a exaltação fervorosa do eu, a excitação sentimental. Tais sentimentos desdobravam-se na valorização da tez espectral, marmórea, tez de reflexos verdes ou azuis [...]” (DEL PRIORE, 2000, p. 61).

Os conselhos sobre como alcançar essa imagem era uma cosmética à base de óleos de cacau, máscaras à base de sangue de galinha, urina de crianças de peito, ou excrementos; com o uso desses “cosméticos” era possível a obtenção da palidez (DEL PRIORE, 2000).

Durante o século XIX, a sociedade brasileira sofre transformações, modificando o modo de vida das pessoas, consolidando as bases de uma sociedade capitalista e de valores burgueses. Influenciada pelo estilo de vida europeu, e impulsionada pela urbanização, a sociedade brasileira toma algumas medidas políticas, como, por exemplo, a higienização. O discurso médico, atuando a favor dessa nova política, colabora para a construção de uma nova ordem familiar segundo os valores acima citados (D’INCAO, 1997).

Os médicos e higienistas incentivam as mulheres à prática de atividades físicas, pois consideram de importância vital o exercício. Na Europa os conselhos sobre as atividades físicas se deram desde o início do século XIX. De acordo com Mary Del Priore (2000): “A elegância feminina começou a rimar com saúde.”

De acordo com Maria Ângela D’Incao (1997), presenciamos o nascimento de uma nova mulher nas relações da família burguesa, marcada pela valorização da intimidade e da maternidade. Essa nova mulher passa a ter mais liberdade, frequentar cafés, bailes, teatros entre outros. Porém, se antes ela era vigiada pelo pai, agora é toda uma sociedade quem a vigia, tendo, então, que aprender a se comportar adequadamente em público. O ideal de imagem feminina é reforçado como o de esposa, mãe delicada e atenciosa.

Entre 1890 e 1920, - instauração da ordem burguesa e conseqüente modernização do país -, a medicina social realiza uma diferenciação entre mulheres e homens sob o crivo das características biológicas. Às mulheres são atribuídas características como fragilidade, recato, predomínio das faculdades afetivas sobre as intelectuais e subordinação da sexualidade à vocação materna. Aos homens, são dedicados atributos como força física, natureza autoritária, empreendedora, racional e uma sexualidade sem freios (SOIHET, 1997).

Contudo, essas características femininas não eram normas que atingiam as mulheres como um todo. As diferenças sociais impunham uma outra realidade. Rachel Soihet (1997, p. 367) observa que as mulheres pobres eram diferentes das classes mais abastadas, afirmando que

Apesar da existência de muitas semelhanças entre as mulheres de classes sociais diferentes, aquelas camadas populares possuíam características próprias, padrões específicos, ligados às suas condições concretas de existência. Como era grande sua participação no ‘mundo do trabalho’, embora mantida numa posição subalterna, as mulheres populares, em grande parte, não se adaptavam às características dadas como universais ao sexo feminino: submissão, recato, delicadeza, fragilidade. Eram mulheres que trabalhavam e muito, em sua maioria não eram formalmente casadas, brigavam na rua, pronunciavam palavrões, fugindo, em grande escala, aos estereótipos atribuídos ao sexo frágil.

Entretanto, o comportamento dessas mulheres não chegava a transformar a maneira pela qual a cultura dominante encarava o ideal feminino. Isso nos mostra, mais

uma vez, que os valores são impostos pela classe que detém o poder, sendo responsável pela tentativa de padronização dos valores e comportamentos, ainda que isso não se efetive necessariamente segundo seus desejos, mas que necessariamente são controlados por eles.

Algumas transformações na vida das mulheres ocorrem na década de 1910 quando o esporte ganha força entre elas. Na Europa estava em voga o corpo magro, pois a entrada das mulheres no mundo do esporte trouxe consigo o corpo mais leve e esbelto. O Brasil, que seguia de perto a moda européia, passa a valorizar a magreza.

Assim, modificações que aos poucos passam a impulsionar outras formas de comportamento, levarão a mudanças diversas e as mulheres passarão

[...] a subir as saias, e estas brigavam com as botinhas de cano alto que, por sua vez, procuravam cobrir o pedaço da canela exposta. A cintura vespa, herdada do século anterior, continuava aprisionada em espartilhos. Esses, contudo, tinham melhorado. O dissimulado instrumento de tortura, feito de pano forte e varetas de barbatana de baleia, tão rígidas a ponto de sacrificar o fígado e os rins, mudara. Era, agora, feita de varetas flexíveis de aço. A partir de 1918, ele começa a ser substituído pelo ‘corpinho’. Se os primeiros salientavam os seios como pomos redondos, o corpinho deixava-os mais livres e achatados.[...] (DEL PRIORE, 2000, p. 65).

Na década de 1920, o término da Primeira Guerra Mundial e o desenvolvimento dos meios de comunicação favoreceram profundas transformações sociais em muitos países, incluindo o Brasil, onde ocorreu a incorporação de ideais da modernidade advindos da Europa e dos Estados Unidos. Modernizar o Brasil significava ter grandes cidades, indústrias, política de saneamento básico, automóveis entre outros.

Neste sentido, o cinema tornou-se um dos principais meios para a divulgação do país “moderno”, aderindo aos padrões estéticos americanos e deixando de mostrar a realidade das cidades brasileiras, suas diferenças sociais, étnicas e regionais. “Tornar transparente nossa civilização significava apagar da nossa realidade - pelo menos

daquela transfigurada nas telas de cinema - os elementos discordantes da imagem de um país moderno, progressista e higiênico.” (BICALHO, 1992, p. 96).

O cinema absorveu a atenção do grande público, principalmente o feminino. As concepções de modernidade veiculadas pelo cinema, como também pelas revistas especializadas em cinematografia, criaram o ideal de imagem feminina. Assim,

O poder de sedução das estrelas do cinema mudo marcou toda uma geração de mulheres, atuando como instrumento de difusão de novos padrões de comportamento, de propagação de novos valores, servindo como modelo para a construção de sua auto-imagem na sociedade moderna. (BICALHO, 1992, p.92).

Essa divulgação do ideal de imagem feminina pelo cinema contém um discurso normativo contribuindo para a naturalização de estereótipos das mulheres, num período em que a transformação do ideal da imagem feminina está diretamente relacionada às transformações sociais.

Um dos aspectos mais importantes é que nos anos 20 o movimento sufragista já se fazia ecoar no Brasil; nesse sentido as imagens femininas teriam que dar conta dessa “nova mulher” que estava surgindo, advinda do cinema americano, e que apresentava a mulher como sedutora ou como trabalhadora independente, propagando hábitos como o de beber, fumar, usar calças compridas, novos cortes de cabelo, entre outros.

Essas representações começam a fazer parte do cinema nacional e da mentalidade de nossas atrizes, passando, também, a fazer parte da vida das mulheres. É assim que, “[...] a imagem da mulher construída pelos códigos de representação cinematográfica incorporou-se ao cotidiano e à subjetividade feminina, mediatizando a experiência social da mulher nos anos 20 e a construção da sua auto-imagem.” (BICALHO, 1992, p. 96).

Segundo a mesma autora, a imagem feminina a ser representada na tela destacava a mulher branca e pura, símbolo da integridade moral assim como da eugenia racial (BICALHO, 1989, p. 6).

Mas, Mary Del Priore (2000) observa que, ao aparecimento do rosto das mulheres – rostos jovens, maliciosos e sensuais – no cinema, somaram-se outras características importantes para a construção do modelo de beleza. O envelhecimento será banido de cena, sendo que,

[...] Se até o século XIX matronas pesadas e vestidas de negro enfeitavam álbuns de família e retratos a óleo, nas salas de jantar das casas patricias, no século XX, elas tendem a desaparecer da vida pública. Envelhecer começa a ser associado à perda de prestígio e ao afastamento do convívio social. Associa-se gordura diretamente à velhice. É a emergência da lipofobia. Não se associava mais o redondo das formas – as ‘cheinhas’ – à saúde, ao prazer, à pacífica prosperidade burguesa que lhes permitia comer muito, do bom e do melhor. A obesidade começa a tornar-se um critério determinante de feiúra, representando o universo do vulgar, em oposição ao elegante, fino e raro. Curiosamente, esbeltez e juventude se sobrepõem. Velhice e gordura idem. [...] (DEL PRIORE, 2000, p. 75).

Comentando a cultura corporal, nessa mesma década, Mônica Schpun (1999) refere-se ao novo modo de vida da cidade de São Paulo, com a urbanização e as conseqüentes transformações, acarretando uma mudança na forma de apresentação corporal e uma clara distinção entre os gêneros.

As mulheres começaram a freqüentar o espaço público e paralelamente passaram a preocupar-se com a própria apresentação; assim, consideravam necessário, devido à nova atividade, realizar um trabalho prévio, constante e cotidiano da aparência. O ideal de beleza, na década de 1920, passa a ser as mulheres jovens, esbeltas e brancas, sendo que, os obesos, velhos e negros são marginalizados pelas características de seus corpos (SCHPUN, 1999).

A aparência corporal será, então, mais um fator de marginalização de alguns grupos, como é o caso dos negros que já eram marginalizados pela sua etnia, considerados como inferiores e como responsáveis pelo atraso do nosso país.

É nesta década que se inicia o ideal da magreza e da juventude que se tornará, na década de 1980, norma para as mulheres. Este ideal que se instaura no Brasil na década de 1920, se inicia na França em 1900, quando se instaura a grande fase dos cuidados com a beleza. Neste momento os produtos cosméticos começam a ser industrializados e os papéis femininos, nos filmes, se multiplicam, as jovens atrizes passam a ter o *status* de estrelas. É em 1921, nos Estados Unidos, que ocorre o primeiro concurso de beleza e as *misses* serão invejadas pelas as outras mulheres como ideal de beleza.

Visando à manutenção das características ideais valorizadas, surgiram novas tecnologias para prolongar a aparência jovem. As indústrias dos cosméticos e dos esportes são propagadas como meios pelos quais se conquista e prolonga a aparência jovem, iniciando-se uma aprendizagem da apresentação física. Para ser bela e afastar os traços considerados de feiúra, são realizados discursos sobre as diferentes partes do rosto e do corpo; discursos esses advindos da ciência médica e da mídia, que são normativos, dirigidos às mulheres.

Notamos que a beleza e as práticas para conquistá-la recaem sobre o corpo feminino. A beleza está relacionada à feminilidade, o discurso do cuidado com a aparência passa por uma naturalização, sendo considerado próprio das características femininas. Ser bela, elegante, cuidar de si, se arrumar faz parte do universo das mulheres e não do universo masculino.

Quanto ao esporte, limita-se a certas classes sociais, como a elite e setores da classe média, e deixa clara diferenciação entre os sexos; sendo recomendado às mulheres apenas alguns esportes, como o passeio e a dança, pois é necessário, para elas,

desenvolver atividades que contribuam para a demonstração de graça, leveza e fragilidade. Para os homens são indicados esportes mais competitivos, já que necessitam de atividades de competição, treinamento físico e desenvolvimento muscular, reforçando as características da virilidade e sua natureza masculina (SCHPUN, 1999).

Assim, verifica-se que

A divisão do esporte em atividades adequadas à condição feminina, como a ginástica e a dança, e aos atributos masculinos, como o futebol e o atletismo, corrobora com os discursos sociais ao promover as diferenças entre homens e mulheres. [...] O apelo à expressão corporal feminina é feito de maneira completamente diversa. O esporte, como instrumento de desenvolvimento muscular, experiência de jogo e de emoção coletiva, é para elas algo marginal. Os corpos femininos são antes de mais nada preparados para serem vistos, para se exibirem. (SCHPUN, 1999, p. 45 e p. 74).

A valorização da aparência jovem, nessa época, vem acompanhada de um empolgante discurso em relação à juventude, segundo o qual essa fase da vida significa progresso social e econômico, pois os jovens são portadores de um futuro promissor; torna-se, portanto, necessário glorificar a juventude e apagar, ou negar, a velhice, vista como a decadência. Para Mônica Schpun (1999, p. 32) “A ideologia da juventude coincide aí com a utopia do progresso, promovida pela riqueza do café e pela transformação do antigo burgo em uma metrópole de dimensões internacionais.”

Podemos dizer que na década de 20 começa a se traçar o ideal de beleza atual, que irá se acentuar a partir da década de 1960 e cujas exigências aumentarão a partir dos anos oitenta. Para Mônica Schpun, mesmo com as transformações ocorridas, o reino das mulheres, na década de 1920, continua sendo o espaço privado.

Ao tratar do trabalho feminino nas fábricas, nessa mesma época, Margareth Rago (1997, p. 578) caracteriza algumas das diferenças sociais entre as mulheres. O trabalho feminino, geralmente como mão-de-obra barata e em condições precárias, torna a vida dessas mulheres muito diferente dos ideais da época, que valorizavam a mulher no espaço privado.

Além de descrever o trabalho desempenhado pelas mulheres, a autora mostra a inserção de algumas delas nos movimentos operários, anarquistas e socialistas. Essas mulheres denunciavam os maus tratos e abusos sexuais aos quais as trabalhadoras estavam expostas, reivindicando a emancipação feminina e contrariando os estereótipos femininos.

Nos anos 50, havia um maior número de mulheres no mercado de trabalho, em virtude da Segunda Guerra Mundial e do desenvolvimento econômico. Com o final da Guerra, começou a se propagar a volta das mulheres ao espaço doméstico, reforçando mais uma vez o lugar tradicional delas: a casa. Os atributos femininos continuavam valorizando as mulheres para atuarem exclusivamente como mães, esposas e donas-de-casa. As revistas femininas da época propagavam o modelo de família: “[...] família - branca, de classe média, nuclear, hierárquica, com papéis definidos [...]” (BASSANEZI, 1997, p. 609).

Segundo Teófilo de Queiroz (2000, p. 140), na década de 1960 algumas transformações sociais na Europa Ocidental e nos Estados Unidos são marcantes, como os movimentos pacifistas em defesa da natureza, da contracultura, da liberdade sexual, da valorização da individualidade, dos direitos da cidadania, marcados pela juventude e pela ampliação de posições e papéis abertos às mulheres.

Isso refletiu no Brasil mais tardiamente, mas tais mudanças acarretaram transformações nos modos de agir e ser das mulheres e, também, na sua relação com a aparência. Nesse contexto, abre-se a possibilidade de discursos sobre o cuidado com o corpo, passados, a partir de então, pelos meios de comunicação e pela ciência médica, nos quais se enfatiza o cuidado com a aparência e alia-se a beleza à saúde, redundando no atual culto ao corpo.

A década de 1980 é marcada pela explosão dos discursos sobre a beleza. Nesta década se consolida o culto ao corpo devido às transformações em curso desde 1960, quando as mulheres se organizaram nos movimentos feministas reivindicando seus direitos que até então foram negados. A partir das conquistas feministas, a mulher como dona-de-casa, mãe carinhosa e cuidadosa não encontra mais respaldo social.

Com a entrada das mulheres no mercado de trabalho, a reivindicação do direito à sexualidade e ao próprio corpo, as necessidades femininas se modificam, abrindo-se, assim, a possibilidade de discursos normatizadores sobre o corpo. Acrescenta-se a isso, o desenvolvimento da indústria capitalista que passa a produzir em massa e exige o consumo em massa. Portanto, aquilo que era construído socialmente como secundário, a beleza, passa a ser primordial na vida das mulheres.

As revistas femininas passam, cada vez mais, a aconselhar sobre regimes, dietas e como alcançar a beleza, ou seja, a ser magra e jovem. É nesta década que as academias se propagam por todos os “cantos”. A cirurgia plástica estética também se fortalece neste período.

O ideal de beleza dos anos 90 é uma mulher de 1,75m de altura, 55 kg, e 90cm de quadril, no máximo – quando em 1954 a altura média era 1,70m e o peso de 58kg -, portanto, uma mulher mais alta e com menos peso, conforme matéria publicada pela *Folha de São Paulo*(1995, p. 3-4), afirmando que

Uma pesquisa foi feita com as medidas corporais das garotas do mês da Revista Playboy, desde meados de 1950 até quase 1980 e o resultado é que elas diminuíram quase vinte centímetros em média! Sem dúvida, uma beldade de formas femininas, como Marilyn Monroe, seria descartada como "gordinha" por todos os produtores de moda ou diretores de cinema hoje em dia. As modelos e manequins que povoam nossos sonhos de esbeltez têm em média um peso 23% menor do que as mulheres normais.

Alguns dados são relevantes para demonstrar como o padrão de beleza é procurado, também, pelas mulheres brasileiras. Em 1996, uma pesquisa do Datafolha

revela que 50% das mulheres estavam insatisfeitas com o seu peso e que 55% gostariam de fazer uma cirurgia plástica. Apenas 2% das entrevistadas disseram não se importar e não comprar produtos de beleza. Segundo a mesma pesquisa, 44% das mulheres gastavam mais de 20% do seu salário com produtos cosméticos. O gasto com a beleza não se restringe às camadas sociais mais elevadas, pois mulheres cujo rendimento ia até dez salários mínimos gastam mais de 20% do salário com produtos de beleza (FOLHA DE SÃO PAULO, 1996 apud DEL PRIORE, 2000, p. 82).

Ratificamos tal afirmação ao verificarmos que Mary Del Priore (2000, p.79), ao analisar as transformações em relação à beleza, constata que as mudanças no corpo da mulher brasileira foram brutais. Para a autora, os últimos anos vivenciam uma radicalização compulsiva da tríade: ser bela, ser jovem e ser saudável. E, acrescenta a autora, que essas características não têm sentido sem um corpo magro. Para ela, “graças à supremacia das imagens, instaurou-se a tirania da perfeição física.”

Segundo a mesma autora, as mulheres anônimas, que não são consideradas belas, recusam os seus corpos e a feiúra é vivida como um drama. Com a supremacia da aparência jovem e magra, e com as mulheres negando os seus corpos, multiplicam-se as “[...] fábricas de ‘beleza’ cujo pior fruto é a clínica de cirurgia plástica milagrosa. Os pagamentos a perder de vista, ‘com pequenos juros de mercado’, parecem garantir, graças a próteses, a constituição de um novo corpo: formal, mecânico, teatral. [...]” (DEL PRIORE, 2000, p. 80). O corpo passa por um constante “reajustamento”, trocando as peças que envelhecem. Assim,

Essa relação com o corpo implica em opiniões contraditórias. Os adversários da cirurgia estética recusam-se em dar ao corpo uma importância que valha a pena modificar. O que conta é a alma ou o espírito. O desejo de modificação torna-se para alguns até mesmo suspeito. Os partidários da cirurgia estética, por sua vez, acreditam que a forma corporal é uma realidade cujo papel na vida cotidiana está longe de ser pequeno. A cirurgia, aqui, é um elemento importante para o equilíbrio psicológico e seus desdobramentos: o casamento feliz, o sucesso profissional! As pessoas pouco percebem que a chave de um

bom relacionamento com a vida passa por certa dose de aceitação, inteligência, carinho e alegria. Pelo menos é o que afirmam os especialistas!

Esse equilíbrio passa, também, por uma constatação pouco valorizada: o culto à beleza, e exclusivamente a ela, é perigoso. Intimamente ligado ao da juventude e do efêmero, o culto à beleza torna-se um desafio ao tempo e, mais dramático, ao próprio homem. Pior é quando um modelo de beleza nosso, mestiço, passa a ser ameaçado pelo que vem de fora. Entre nós, aumenta assustadoramente o número de mulheres que opta pela imagem da Barbie americana, dona de volumosos seios de plástico, cabeleiras loiras falsas e lábios de Pato Donald. No outro extremo encontramos a androginia mais absoluta, em que cada um quer ter as formas do outro, com todas as suas conseqüências. Inclusive aquela terrível, de que quando nossas preocupações físicas tomam a frente, elas significam o medo e a recusa dos que não são como nós. **Mal se percebe que nossa sociedade valoriza não a identidade, mas a identificação.** (grifos nosso). (DEL PRIORE, 2000, p. 80).

Nota-se que, algumas estratégias são utilizadas pela mídia para propagar o corpo perfeito. Ao olharmos uma revista ou ao vermos a televisão não nos damos conta de que essas imagens são construídas e que aquelas mulheres têm pouco de real. A iluminação, os focos de lentes, o uso do computador, em que as falhas são corrigidas, alteram as imagens das mulheres, chegando até nós com toda perfeição que realmente não existe.

Para a psicóloga Joana Novaes (apud DEL PRIORE, 2000), posto a reflexão acima, a busca pelo padrão de beleza é uma busca inatingível, uma vez que as imagens veiculadas nada têm de humano; a publicidade embute nas mulheres que não se encaixam neste padrão uma ideologia de fracasso, de impotência frente ao próprio corpo.

Constatamos que, com o advento dos meios de comunicação de massa, a instrumentalização de uma imagem forjada da mulher, vinculada à necessidade da indústria de cosméticos, vem ao encontro desta construção histórica do padrão de beleza feminino.

Assim, cada etapa do processo retratado permite perceber como a sociedade reproduz certos comportamentos dominantes que distinguem nitidamente o lugar

privado e o lugar público. Como diz Naomi Wolf (1992, p.17), “[...] as qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos de comportamento que aquele período julga ser desejável.” O que não quer dizer que não existam outros comportamentos, mas sim, que o ideal de cada época é o predominante e influencia as atitudes das mulheres.

3 O CORPO NO CONTEXTO DE TRANSFORMAÇÕES: A NOVA ORDEM SOCIAL

Neste capítulo, faremos algumas observações sobre as transformações da sociedade capitalista, privilegiando para tal as análises de David Harvey. Esse autor em seu livro “Condição pós-moderna” mostra-nos como a sociedade capitalista se encontra em uma nova fase, que ele denomina como “acumulação flexível do capital”, iniciando na época do fordismo, sendo o marco a data de 1973.

Um breve panorama histórico nos mostra que, com o advento da burguesia e sua ascensão ao poder no século XVIII, o pensamento liberal, pautado pelos princípios de liberdade e individualidade, passa a orientar um estilo de organização social, econômica e ideológica para o Ocidente; a queda da monarquia e a Revolução Industrial trarão marcas de um ser-estar do homem burguês no mundo que pautarão a vida social, os estilos de vida, os princípios morais e a própria concepção de beleza.

O movimento Iluminista, com toda sua reflexão filosófica, seu otimismo e a proposta do “*Les droits de l’homme*”, deixou estampado que não abarcaria a totalidade da população, mas era uma busca de universalizar, para o homem burguês, o acesso à cultura, à educação e a preservação da liberdade e da individualidade burguesas.

O século XIX trará conquistas na área econômica, além de inovações no âmbito da ciência, tal como o surgimento da Psicologia, da Sociologia e da Teoria da Evolução. Tais conhecimentos levarão a uma análise da própria estrutura social, que conduzirá a mudanças no estilo de vida do homem burguês.

O século XX se iniciará com propostas de expansão do capitalismo, gerando ao mesmo tempo reações fortes a suas propostas. A Revolução Russa é um movimento que

estabelece os parâmetros de um embate entre as classes. Além disso, teremos as duas grandes guerras, num curto espaço de tempo, que levarão os homens a repensarem suas organizações sociais, políticas e culturais.

As décadas de quarenta e cinquenta levarão à busca de uma sociedade voltada para o desenvolvimento e para a paz. A criação da Organização das Nações Unidas é um exemplo de esforço de busca do diálogo em detrimento da guerra.

Ao mesmo tempo, a expansão dos interesses norte-americanos vai traçando um mapa de conflitos em vários países da América-latina e África, ilustrando a defesa incondicional dos interesses liberais. Lembremo-nos que órgãos como o Fundo Monetário Internacional e o próprio Banco Mundial, são ferramentas de imposição de uma visão sócio-política, estreitamente vinculada ao poder capitalista.

Assim, analisar as práticas corporais na atualidade significa compreender algumas dessas mudanças que ocorreram em nossa sociedade. O advento do culto ao corpo deve ser entendido conjuntamente com tais transformações na sociedade capitalista, pois estas se refletiram nas formas de conduta dos indivíduos.

Harvey (1989) observa que as transformações na economia política ocidental do final do século XX, mais especificamente, na década de 1970, foram profundas. Modificações nos processos de trabalho, nos hábitos de consumo, configurações geográficas e geopolíticas entre outros, que se projetaram dos países mais desenvolvidos para os em fases diferentes de desenvolvimento.

Lembremo-nos que tais modificações que se projetam, o fazem imbuídas da ideologia burguesa, ou seja, dos princípios ideológicos do liberalismo. São os interesses capitalistas que se difundem, ressaltando Harvey (1989, p. 117) que “[...] No Ocidente, ainda vivemos uma sociedade em que a produção em função dos lucros permanece como o princípio organizador básico da vida econômica.”

Para a compreensão da atual fase do capitalismo, que ele denomina como acumulação flexível, retoma ao fordismo, no qual se operam inovações tecnológicas e organizacionais na indústria capitalista; inovações essas, que para o autor, já estavam em curso antes do fordismo, mas com uma diferença

O que havia de especial em Ford [...] era a sua visão, seu reconhecimento explícito de que produção de massa significava consumo de massa, um novo sistema de reprodução da força de trabalho, uma nova política de controle e gerência do trabalho, uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista. (HARVEY, 1989, p.122).

Foi no período pós-guerra que o sistema fordista se consolidou e gerou a ascensão de várias indústrias baseadas em novas tecnologias e na organização racional do trabalho. Para o autor, “[...] o fordismo do pós-guerra tem de ser visto menos como um mero sistema de produção em massa do que como um modo de vida total.” (HARVEY, 1989, p.131), que significa produção e consumo em massa, e resulta na padronização do produto.

É neste período que a indústria cosmética ganha força e produz em massa seus produtos, levando a um consumo massificado, além de diversificar a oferta e criar produtos que atinjam todas as classes sociais.

Harvey (1989) assinala que, de modo geral, o período de 1965 a 1973 tornou evidente a incapacidade do fordismo de conter as contradições inerentes ao capitalismo. As décadas de 70 e 80 marcaram um período de reestruturação econômica e de reajustamento social e político, que desencadearam “[...] uma nova forma de acumulação inteiramente nova, associada com um sistema de regulamentação política e social bem distinta.” (HARVEY, 1989, p. 140).

Esta nova fase do capitalismo Harvey denomina como acumulação flexível e observa ser marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Assim,

Ela se apóia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. A acumulação flexível envolve rápidas mudanças dos padrões do desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento de emprego no chamado ‘setor de serviços’, bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas [...] Ela também envolve um novo movimento que chamarei de ‘compressão do espaço-tempo’ no mundo capitalista – os horizontes temporais da tomada de decisões privada e pública se estreitam, enquanto a comunicação via satélite e a queda dos custos de transporte possibilitaram cada vez mais a difusão imediata dessas decisões num espaço cada vez mais amplo e variegado. (HARVEY, 1989, p. 140).

Essas transformações ocorreram nas economias avançadas a partir da década de 1970, passando do sistema fordista para a acumulação flexível. E, essa modificação é acompanhada por mudanças das normas, dos hábitos e das atitudes culturais e políticas (HARVEY, 1989, p. 161).

Uma das transformações ocorridas na acumulação flexível é a aceleração do ritmo da inovação do produto, que se torna fundamental nesta “nova fase”, pois com a competição e com as épocas de recessão, inovar é fundamental para a sobrevivência da indústria. “A meia vida de um produto fordista típico, por exemplo, era de cinco a sete anos, mas a acumulação flexível diminuiu isso em mais da metade em certos setores (como o têxtil e o do vestuário) [...]” (HARVEY, 1989, p. 148).

Por isso, vivemos numa sociedade que prega que consumir é o melhor que temos a fazer e, o mercado se utiliza (propicia) esta lógica “inventando” a cada dia um novo produto, melhor, mais eficiente, com um resultado mais rápido. De acordo com Harvey (1989, p. 64), este é o

[...] contexto da promoção de uma cultura do consumismo. Isso dirige a nossa atenção para a produção de necessidades e desejos, para a mobilização do desejo e da fantasia, para a política da distração como parte do impulso para manter nos mercados de consumo uma demanda capaz de conservar a lucratividade da produção capitalista.

Em relação aos produtos e serviços ligados à beleza notamos uma enorme expansão e diversificação. A indústria da beleza cria cada vez mais produtos e serviços para serem consumidos, aumentando, assim, os seus lucros. Além de atingir mais consumidores, a indústria capitalista fragmenta o mercado, ou seja, produtos para a elite, para os com menor poder aquisitivo, para os jovens, para a terceira idade, para os negros entre outros.

Porém, essa fragmentação dos produtos de beleza não significa respeito à diferença, mas sim, ao que é possível identificar com o padrão estabelecido. Ou seja, existe um padrão ideal – magro e jovem – e aqueles que diferem desta imagem são marginalizados pelos seus corpos, pois, suas características são negadas. Assim, não existe o respeito à diferença, o que existe são vários produtos no mercado que visam possibilitar aos vários tipos corporais uma aproximação a esta imagem valorizada socialmente.

Isto é visível quando analisamos os cosméticos existentes no mercado; por exemplo: o creme (e logo, a propaganda) da Natura para mulheres da terceira idade, valoriza o rejuvenescimento, que condiz com o padrão social de beleza que é ser jovem, ou aparentar uma imagem mais jovem possível. Aliás, as mulheres que realizam estas propagandas são da classe média que têm poder aquisitivo para consumir as tecnologias da beleza e já estão próximas deste ideal.

Isso se traduz numa mudança significativa em relação à própria prática cultural das sociedades, na qual se configura as modas fugazes, e a indução de necessidades cada vez maiores.

A estabilidade proporcionada pelo modernismo fordista, segundo Harvey (1989, p, 148) “[...] cedeu lugar a todo o fermento, instabilidade e qualidades fugidias de uma

estética pós-moderna que acelera a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação de formas culturais.”

E reitera o autor que,

Dentre os muitos desenvolvimentos da arena do consumo, dois têm particular importância. A mobilização da moda em mercados de massa (em oposição a mercados de elite) forneceu um meio de acelerar o ritmo do consumo não somente em termos de roupa, ornamentos e decoração, mas também numa ampla gama de estilo de vida e atividades de recreação (hábitos de lazer e de esporte, estilos de música pop, videocassetes e jogos infantis etc.) Uma segunda tendência foi a passagem do consumo de bens para o consumo de serviços – não apenas serviços pessoais, comerciais, educacionais e de saúde, como também de diversão, de espetáculos, eventos e distrações.[...] faz sentido que os capitalistas se voltem para o fornecimento de serviços bastante efêmeros em termos de consumo. (HARVEY, 1989, p. 258).

Assim, para o autor, a primeira consequência dessa aceleração exagerada dos tempos de giro do capital foi acentuar a volatilidade e efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processo de trabalho, idéias e ideologias, valores e práticas estabelecidas. Afirmar Harvey que (1989, p. 258),

No domínio da produção de mercadorias, o efeito primário foi a ênfase nos valores e virtudes da instantaneidade (alimentos e refeições instantâneos e rápidos e outras comodidades) e da descartabilidade (xícaras, pratos, talhares, embalagens, guardanapos, roupas etc.). A dinâmica de uma sociedade “do descarte”, como a apelidaram escritores como Alvin Toffler (1970), começou a ficar evidente durante os anos 60. Ela significa mais do que jogar fora bens produzidos [...]; significa também ser capaz de atirar fora valores, estilos de vida, relacionamentos estáveis, apego às coisas, edifícios, lugares, pessoas e modos adquiridos de agir e ser.

Essas mudanças significativas nas sociedades são importantes para a compreensão do padrão de beleza. Vemos a facilidade com que os indivíduos, e principalmente as mulheres, se “desfazem” dos seus corpos. Cirurgia plástica estética para modificar aquilo com que elas não estão satisfeitas, lipoaspiração para chegar ao corpo ideal, rejuvenescimento para apagar as marcas da idade que fazem parte do processo da vida. É possível “descartar” o corpo sem nenhum constrangimento.

Harvey (1989) aponta a importância da publicidade e das imagens da mídia para que essa volatilidade seja possível. Para se realizar, torna-se necessário a manipulação do gosto e da opinião; a publicidade satura o mercado com imagens que adaptem a volatilidade. Por isso,

[...] a publicidade e as imagens da mídia passaram a ter um papel muito mais integrador nas práticas culturais, tendo assumido agora uma importância muito maior na dinâmica de crescimento capitalista. Além disso, a publicidade já não parte da idéia de informar ou promover no sentido comum, voltando-se cada vez mais para a manipulação dos desejos e gostos mediante imagens que podem ou não ter relação com o produto a ser vendido. (HARVEY, 1989, p. 259).

Cada vez mais a mídia procura criar desejos e gostos nos indivíduos para, assim, garantir um consumo significativo dos seus produtos. Segundo Harvey (1989, p. 117), “A propaganda nos persuade a incorporar novos conceitos sobre as nossas necessidades e desejos básicos da vida.”

Dessa forma é que, conforme Del Priore (2000, p. 92),

A indústria cultural ensina às mulheres que cuidar do binômio saúde-beleza é o caminho seguro para a felicidade individual. É o culto ao corpo na religião do indivíduo em que cada um é simultaneamente adorador e adorado. Mas o culto não é para todos. O tal corpo adorado é um corpo de ‘classe’. Ele pertence a quem possui capital para freqüentar determinadas academias, tem *personal trainer*, investe no *body fitness*; esse corpo é trabalhado e valorizado até adquirir as condições ideais de competitividade de que lhe garanta assento na lógica capitalista. Quem não o modela, está fora, é excluído.

3.1 O CORPO E A BELEZA NO BRASIL: A INDÚSTRIA DA “BOA FORMA”

Como verificamos, o culto ao corpo está associado a mudanças da sociedade capitalista. Novas práticas corporais foram introduzidas na vida cotidiana das pessoas, acompanhadas pela lógica da efemeridade e do descartável, aspectos apontados por Harvey.

Nessas novas práticas corporais a beleza tem importância fundamental e, para alcançá-la, existe uma indústria da beleza, que produz os cosméticos, os produtos de higiene pessoal, os aparelhos de ginástica, a aparelhagem médico-estética, os alimentos *diet/light* entre outros. Para o consumo destes produtos, há os lugares específicos que os fornecem e onde se prestam serviços, dentre os principais estão: a cirurgia plástica estética, as clínicas de estética, as academias de ginástica, lojas especializadas entre outros.

Assim, para Dweck, Sabato e Souza (2005, p. 4-5) a Indústria da beleza tem aumentado significativamente seus lucros e isso ocorre em escala mundial. No Brasil este segmento também tem experimentado grande lucratividade e crescido nos últimos anos, tanto que em 2004 a indústria cosmética e perfumaria faturaram US\$ 3,9 bilhões.

Para estes autores, tal crescimento foi espetacular nos anos 1990, conforme ilustra uma reportagem da revista *Veja*,⁴ que constatou que “[...] os brasileiros gastaram, em 1996, 3,7 bilhões de reais com produtos de beleza, e em 1997 esta conta chegou a 5 bilhões de reais (aumento de 35%)”. Tal reportagem indicou “[...] ainda que as vendas dos grandes produtores de cosméticos – Avon, Natura, Payot e outras marcas

⁴ de 18/06/1997

– na primeira metade da década de 1990, quintuplicaram.” (DWECK; SABATTO; SOUZA, 2005, p. 11).

A pesquisa apresentada pela revista revela ainda que

Entre 1992 e 1996, o mercado de produtos de higiene pessoal cresceu 63%, saltando de 8,82 toneladas para 13,2 toneladas, em termos de encomendas ao produtor. Nesse período, o faturamento total para a indústria da beleza cresceu 2,6 vezes, uma média de 7% a. a. No primeiro trimestre de 1997 o mercado nacional cresceu 12,8% em volume e 8,5% em valor, terminando o ano com um movimento de cerca de US\$8,4 bilhões; provavelmente o quinto maior mercado na área de cosméticos do mundo.” (DWECK; SABBATO; SOUZA, 2005, p.11)

Um dado bastante significativo e que ilustra com propriedade essa discussão é a constatação de que “As vendas de perfume da marca Boticário, quinta maior empresa nacional do setor, na época (década de 1990) cresceu mais de 200% (3,2 vezes) entre 1992 e 1996, e aumentou em 30% o número de franquias no Brasil. [...]” A empresa em questão possui, em 2004, mais de duas mil e trezentas lojas espalhadas pelo Brasil e pelo mundo, que, conforme a pesquisa, tendo alcançado “[...] um faturamento de R\$550 milhões e gerado 12 mil empregos (diretos e indiretos) [...]” (DWECK; SABBATO ; SOUZA, 2005, p. 12).

Uma outra empresa deste setor, destinada às camadas mais populares, a Avon, “[...] líder no setor de cosméticos em venda direta nesse período, também experimentou uma aumento expressivo de sua receita global, que saltou de US\$ 362 milhões em 1992 para US\$ 1,2 bilhão em 1996. [...]” Interessante verificar que nosso país “[...] ocupava o modesto 18º lugar no *ranking* mundial da Avon, a partir de 1996 passou a ocupar a segunda posição nas vendas dessa marca.” (DWECK; SABBATO ; SOUZA, 2005, p.12)

No Brasil, a década de 1990 foi extremamente promissora para os setores envolvidos com a crescente necessidade criada pela ideologia do padrão de beleza magro e jovem, sendo que o

[...] setor responsável pela fabricação dos produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumaria, um dos principais filhotes da indústria da beleza, no período de 1991 a 1995, acumula um crescimento de 12,6%, passando de um faturamento de 1,5 bilhões de dólares, em 1991, para 3,4 bilhões de dólares, em 1995. O faturamento líquido salta de 4,9 bilhões em 1996, para 6,6 bilhões, em 1999. (ABIHPEC/SIPATESP, 2000 apud CASTRO, 2003, p. 35).

Assim, de forma geral, a indústria da beleza tem se desenvolvido no Brasil acima da média de crescimento dos demais setores, o que verificamos na afirmação que “O segmento de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos cresceu nos últimos 10 anos a uma taxa de 5% ao ano, bem acima da taxa de crescimento do PIB que foi de 2,4% a. a., nesse mesmo período.[...]”, elevando o lucro do setor, sendo que seu “[...] faturamento passou de US\$ 2,4 bilhões para US\$ 3,9 bilhões, entre 1994 e 2004.” (DWECK; SABBATO; SOUZA, 2005, p. 13).

Esse culto ao corpo não apenas impulsionou o mercado de produtos de beleza, cujo faturamento cresceu 6,5% a. a., em média, mas deu grande impulso à indústria farmacêutica, que alcançou uma taxa de crescimento de 7%, colocando o Brasil na segunda posição de consumo e venda do Botox (DWECK; SABBATO; SOUZA, 2005, p. 15).

Os produtos para atingir o padrão de beleza existentes no mercado são inumeráveis, e vão desde acessíveis aos mais pobres até mais sofisticados e de alto custo monetário, destinados aos mais abastados; por exemplo, os cremes para o corpo, hidratantes, maquiagem, entre outros, podem ser encontrados em farmácias, casas de cosméticos, supermercados. No entanto, os produtos de custos mais altos são encontrados em lojas especializadas e revendedoras.

Mas, além destes produtos, existem também alguns serviços para atingir o padrão de beleza, oferecidos por profissionais tais como esteticistas, endocrinologistas, cirurgiões plásticos, bem como, academias de ginástica entre outros. Tais serviços são,

na sua maioria, de elevado custo financeiro, portanto, sendo utilizado pelas camadas com alto poder aquisitivo.

Lembramos também que, no Brasil, a indústria da ginástica movimenta anualmente dois bilhões de reais, existindo aproximadamente quinze mil academias espalhadas pelo país; são consumidos 10 milhões de pares de tênis, produzidos especialmente para os exercícios físicos, sendo o Brasil o maior importador de aparelhos de ginástica fabricados nos Estados Unidos (FERREIRA; FRANÇA, 1997, p. 68).

A prática da ginástica e todos os instrumentos e ornamentos utilizados para tal se inserem no que podemos chamar de uma indústria, pois, contém a produção dos aparelhos de ginástica, vendidos até mesmo nos programas de televisão, e das roupas e tênis utilizados para a realização desta prática. Além da produção de corpos “malhados” que serão vendidos e consumidos, isto é, vendidos pelos meios de comunicação, como um corpo a ser alcançado e consumido pelos indivíduos como um corpo a ser conquistado.

É neste sentido que Codo e Senne (1985, p. 9) observam que nunca se falou tanto do corpo como atualmente, e que basta um novo dia para se inaugurar uma academia de ginástica ou de musculação. Fato que se nota sem muitos esforços quando observamos que as periferias têm aberto suas “academias” em garagens, pequenos salões e até mesmo, como podemos verificar na cidade de São Paulo sob um viaduto, e destinada aos moradores de rua (conforme veiculou reportagem do programa “Pânico na TV”, de caráter humorístico e de denúncia, veiculado às sextas-feiras e domingos, na emissora Rede TV).

Ao analisar a cultura norte-americana do corpo masculino, Courtine (1995, p. 84) destaca que as exibições dos músculos generalizaram-se na década de 80 do século

XX. As práticas de exercícios tornaram-se comuns entre os indivíduos e com uma nova característica: cada indivíduo é gestor de seu próprio corpo.

Há uma valorização do corpo masculino musculoso, que entre outras coisas significa ter poder, força, virilidade e saúde. Tal procura por uma prática de exercício físico, na maioria das vezes, está relacionada à busca do padrão de beleza, pois além de ser magro é preciso ter o corpo rígido e sem celulites.

Assim, a indústria renova-se constantemente, adaptando seus aparelhos de ginástica para as necessidades dos indivíduos, sejam estas relativas à “saúde”, ao corpo, e à própria disponibilidade de tempo. Um exemplo atual é um programa exclusivo para mulheres, chamado Redes de Ginástica Expressa, que é realizado por uma seqüência de apenas meia hora de exercícios ininterruptos em torno de um círculo de aparelhos e plataformas no chão (REVISTA VEJA, 2004).

Essas redes vêm reforçar a idéia de que o indivíduo torna-se responsável pelo seu próprio corpo, ou seja, se ele é gordo é por falta de vontade, capacidade ou preguiça, pois, se um dos argumentos, geralmente utilizado para não realizar uma atividade física, era falta de tempo, isto acabou, pois o indivíduo pode fazer exercício em meia hora.

Observa Antônio Quinet (1997, p. 6) que a medicina cosmética avança no mesmo caminho, pois, “[...] antes nos salões de beleza, a cosmetologia parece [agora] invadir cada vez mais a medicina – não apenas a dermatologia, mas também a endocrinologia e a cirurgia.[...]” o que ratifica que tem acompanhado o movimento do mercado, dos “[...] ideais estéticos de um imaginário [...]”, em que a medicina torna-se geradora de novas demandas, criadora de novas necessidades.

É neste sentido que se constata que a utilização da cirurgia plástica vem aumentando cada vez mais, tanto que hoje o “[...] Brasil é o segundo país do mundo em

número de cirurgia plástica; 40 000 em 2003, sendo metade puramente estética (40% lipoaspiração; 30% mamas e 20% face).” (REVISTA VEJA, 2004, p. 89).

Um outro fator que reforça a procura pelo padrão de beleza é que quem não fez uma cirurgia plástica pretende fazer. Em uma pesquisa realizada em junho de 2003 pelo *InterScience* Informação e Tecnologia Aplicada, no Brasil, mostrou que, entre 12477 entrevistados, 90% das mulheres e 65% dos homens sonham com mudanças no próprio corpo. Elas querem modificar principalmente o abdômem (28%) e seios (20%). Eles querem ter mais cabelos (20%) (REVISTA VEJA, 2004, p. 89).

Outro ponto de referência do aumento do culto ao corpo é a inovação constante dos produtos ligados ao padrão de beleza. Ou seja, a cada dia surge uma nova técnica de rejuvenescimento, de combate às estrias, à celulite entre outros. Uma dessas novidades é a nova forma de bronzeamento artificial. Existem agora no mercado as pílulas que douram: “[...] elas agem em nível celular, dando um empurrãozinho no processo de bronzeamento. Esse tipo de produto faz parte de uma nova tendência da indústria da beleza – a dos cosméticos administrados por via oral, como se fossem medicamentos.” (REVISTA VEJA, 2004).

O culto ao corpo na década de 2000 passa por uma transformação, não sendo mais preocupação exclusivamente feminina, ainda que maior para as mulheres. Podemos notar esta transformação pela procura daqueles em consumir as tecnologias da beleza. Assim,

A última tendência entre os garotos é a adoção de rituais de beleza até pouco tempo exclusivamente femininos, como aparar as sobrancelhas, depilar parte do corpo, fazer efeitos especiais nos cabelos, abusar dos cremes hidratantes e esfoliantes e gastar horas na frente do espelho. [...] Segundo uma pesquisa nacional feita no primeiro trimestre deste ano pelo Instituto Ipsos, 47% dos meninos de 15 a 19 anos se interessam por produtos de beleza e estética. De acordo com o mesmo levantamento, o consumo desses produtos também cresceu entre os garotos: 17% deles, por exemplo, usam cremes hidratantes no rosto e no corpo. Em 2003, eram 10%. (REVISTA VEJA, 2004).

Em relação à faixa etária, se antes a procura pelo corpo magro estava relacionado às mulheres adultas, passando para as adolescentes, hoje as crianças também são alvos do culto ao corpo. Inicia-se uma preocupação com o peso das crianças, que pode ser notada pelos meios de comunicação que, a todo o momento, discute a obesidade na infância, e pela criação da reeducação alimentar infantil.

Tal discussão é colocada como um problema que deve ser solucionado e, portanto, legitima as práticas de combate à obesidade infantil. O que deve ser questionado é que a obesidade na infância caminha no mesmo discurso do padrão de beleza, ou seja, é preciso ser magro para ser considerado belo e saudável; se o peso estiver um pouco acima do que é considerado normal, a criança passa a ser considerada obesa e, portanto, precisa de “cuidados”.

Constatamos que, na trajetória histórica, tal tendência atual confirma-se quando observamos o que afirma Fischler (1995, p. 79) quando diz que “Era preciso sem dúvida, no passado, ser mais gordo do que hoje para ser julgado obeso e bem menos magro para ser considerado magro.”

Isto pode ser verificado pela nova portaria publicada no mês de março de 2005, pela Secretaria Estadual de Educação, que proíbe a venda de alimentos que possam causar a obesidade infantil (FOLHA DE SÃO PAULO, 2005).

A obesidade é hoje considerada, pela Organização Mundial da Saúde, como um problema de saúde pública. Tanto que ocorreu nos Estados Unidos o primeiro caso de uma mãe que perdeu a guarda de seu filho devido à obesidade infantil. No Brasil, um pai entrou na justiça para conseguir a guarda de seu filho, o seu argumento era que sua ex-mulher é displicente quanto ao filho, pois, ele é obeso.

Existe, portanto, uma contradição em relação ao ideal de beleza; enquanto se prega um ideal magro vivemos numa sociedade na qual a obesidade se tornou uma questão de saúde pública.

Porém, como afirma Fischler, era preciso ser mais gordo em tempos passados para ser considerado gordo, o que nos revela que a própria concepção de gordura e doença se modificou e se alia à questão estética.

Além do fato de que os hábitos alimentares hoje propiciam a obesidade; vivemos na sociedade do *fast food*, do consumo dos refrigerantes, de comidas gordurosas e industrializadas que acarretam problemas de saúde.

Temos, portanto, duas questões em relação à obesidade: uma é que o uso das tabelas que medem o índice de massa corporal contribui para classificar indivíduos gordos como obesos se inserindo na lógica do padrão de beleza; outra é que vivemos numa sociedade que leva os indivíduos a consumirem produtos que propiciam a obesidade, tornando-se um problema de saúde pública.

Neste contexto, tanto da questão estética quanto da saúde, os produtos *light/ diet* passam a fazer parte das práticas alimentares, pois, são utilizados tanto para a prática da dieta, ou para manter o peso, quanto para a saúde, já que não contêm açúcar e possuem menos gordura, sendo usados pelos indivíduos que têm diabetes colesterol, entre outros.

Essa prática se dissemina cada vez mais pela nossa sociedade sendo utilizada para justificar a busca da beleza pela saúde, ou seja, muitos indivíduos se utilizam dos produtos *light/diet*, argumentando ser uma questão de saúde e não puramente estética.

Portanto, os produtos *light* e *diet* também são indicadores do crescimento do culto ao corpo. Com a difusão de que estes tipos de alimentos levam ao emagrecimento, inicia-se uma verdadeira transformação na alimentação dos indivíduos, que passam a

consumir tais produtos. Não podemos esquecer que a maioria destes produtos tem um alto custo, portanto, não são acessíveis a todas as classes sociais.

Esta prática leva ao aumento do setor em termos de faturamento, como verificamos,

Em relação aos produtos *diet* e *light* em 2002 o setor faturou US\$ 2,5 bilhões, segundo balanço da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos Dietéticos e para Fins Especiais (Abiad). A receita saltou 870% nos últimos dez anos. Embora represente algo entre 3% e 5% do total de alimentos vendidos no país, a média de lançamentos passou de 40 para 180 produtos *light* e *diet* por ano em uma década. O que resultou numa expansão média anual do mercado de 25%. A pesquisa mostra ainda que o segmento *diet* e *light* liderou em crescimento, ao apresentar aumento de 10,9% em volume; em comparação às demais categorias. (ABIHPEC, 2005).

Estes produtos alimentares não estão relacionados apenas à busca da beleza, pessoas que sofrem de diabetes e hipertensos também consomem estes produtos, mas o número de pessoas que se alimentam com produtos *diet* e *light* é maior em relação à procura do corpo ideal, como podemos constatar abaixo:

Impulsionam ainda os negócios o aumento do número de diabéticos: atualmente 20% da população sofrem da doença. Os hipertensos, outro alvo, representam 8%. Mas, sem dúvida, é na ditadura da moda que a indústria encontrou a melhor aliada e descobriu a receita ideal para unir o útil ao agradável: enquanto o consumidor emagrece, ela engorda. (ABIHPEC, 2005).

De acordo com os dados da ABIHPEC (Associação Brasileira de Higiene Pessoal e Cosméticos) o Brasil apresentou índices baixos de crescimento entre 2001 e 2003. Mas tendo movimento contrário ao da economia geral do país a indústria de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos demonstrou um crescimento bem mais vigoroso que o restante da indústria (8,2% de crescimento médio no setor contra 2,6 do PIB total e 2,4 da indústria geral).

Esses dados da Indústria da Beleza demonstram o quanto esse é um setor em crescimento, e isso se deve ao fato de haver, na atualidade, a cultura do corpo magro e

jovem. A possibilidade desse crescimento e da expansão dos negócios, já que procura atingir a todos, caminha conjuntamente com a legitimação do discurso sobre o padrão de beleza.

3.2 A DETERMINAÇÃO MUDIÁTICA NA PRODUÇÃO DO PADRÃO DE BELEZA

A mulher sempre esteve ligada à beleza no decorrer da história. Antes da década de 1960, no entanto, isso ocorria de maneira menos acentuada e o ideal de imagem feminina, também estava ligado a outras características, como, por exemplo, a ser esposa e mãe.

Hoje parece ocorrer o contrário, a mulher é incentivada a ser esposa e mãe, mas torna-se necessário ser bela, ou pelo menos, cultivar o corpo. Aliás, a beleza adquire um valor importante para a conquista de um parceiro e para a entrada no mercado de trabalho. Assim, de acordo com Maria Rita Kehl (2004, p. 174)

O corpo que você usa e ostenta vai dizer quem você é. Pode determinar oportunidades de trabalho. Pode significar a chance de uma rápida ascensão social. Acima de tudo, o corpo que você veste, preparado cuidadosamente à custa de muita ginástica e dieta, aperfeiçoado através de modernas intervenções cirúrgicas e bioquímicas, o corpo que resume praticamente tudo o que restou do seu ser, é a primeira condição para que você seja feliz.

Assim, nesta sociedade capitalista na qual o indivíduo perde sua importância pelo o que ele é, e passa a ser valorizado pelo o que ele tem o corpo também se insere no ter, ou seja, é necessário possuir um corpo magro, jovem e, portanto, belo, para dizer algo sobre si. Este corpo expressa a saúde, a felicidade, o poder econômico. Ele pode lhe proporcionar a entrada no mercado de trabalho, a conquista de um parceiro. É a aparência que deve ser construída, independente dos males causados, pois, é ela quem dirá o que se é.

E o corpo expressa, como já discutido, se o indivíduo possui valores moralmente aceitos ou não, se ele pertence a determinada classe. E se, inclusive, ele se ama, pois,

como é responsabilidade do indivíduo o corpo que ele possui, se este não estiver dentro do ideal significa que o próprio indivíduo não gosta de si mesmo, porque se gostasse cuidaria desse corpo. O cuidado está relacionado ao consumo de práticas da beleza, à possibilidade de obter a aparência jovem e a magreza. Cuidar de si pressupõe estar de acordo com esse padrão de beleza.

Como esses são os valores sociais, a classe baixa que já está moralmente excluída, como apontamos no primeiro capítulo, também é condenada pela sua relação subjetiva, ou seja, a de não gostar de si mesma. Isto porque, ao não possuir este corpo ideal, pois não têm poder aquisitivo para tal, passa a ser julgada como se não se preocupasse consigo mesma.

Estes valores e comportamentos são propagados pelos meios de comunicação de massa, que estão diretamente imbricados com a sociedade capitalista, pois são frutos desta e, portanto, precisam ser analisadas no contexto de uma cultura do consumismo.

Desta maneira, os meios de comunicação de massa propagam o ideal de beleza, produzem necessidades e desejos, difundem os meios pelos quais podemos obter essa aparência bela, nos aconselham sobre os nossos comportamentos diários, passando a receita de uma vida ideal para alcançar o corpo magro e jovem.

Wolf (1992, p. 13), ao tecer comentários sobre as revistas femininas, observa que a modelo jovem e esquelética tomou o lugar da feliz dona-de-casa como parâmetro da feminilidade bem sucedida.

Essa questão pode ser observada nas revistas femininas, já que estas tentam acompanhar o ideal predominante de cada época, reforçar e construir comportamentos ditos como próprios das mulheres. Em seu estudo sobre revistas femininas, na época de 1945 a 1964, Bassanezi (1996, p. 15) observa que o ideal de imagem feminina é ser

mãe, esposa e dona –de –casa. Claro que contém diferenças entre as variadas revistas, mas o predominante é ensinar e aconselhar este ideal para as mulheres alcançarem.

O que podemos notar hoje é um grande número de novas revistas que tratam especificamente da beleza, com o mesmo intuito de ajudar, aconselhar e informar como alcançar a beleza. Ou seja, “[...] as revistas femininas veiculam o que é considerado próprio do ‘mundo feminino’ pelos seus contemporâneos. Seu conteúdo é marcado pela história.” (BASSANEZI, 1996, p. 15).

Neste sentido, os meios de comunicação são grandes propagadores do padrão de beleza. As revistas, o cinema, as novelas, as propagandas sempre colocam as mulheres magras e jovens, na sua maioria brancas, para a divulgação dos produtos e sempre como protagonistas.

As imagens, que com frequência vemos nos meios de comunicação, são discursos passados pelo próprio corpo, e propagados pelos médicos, tornando o corpo padronizado. Assim, têm que ser magras e jovens.

Porém, essas imagens - corpo esbelto, rígido - produzidas e propagadas pela mídia são ilusórias. O corpo que a mídia apresenta é construído de diversas maneiras, sendo que o “[...] corpo ‘virtual’ apresentado pela mídia é um corpo de mentira, medido, calculado e artificialmente preparado antes de ser traduzido em imagens e de tornar-se uma poderosa mensagem de *corpolatria* [...]” (MALYSSE, 2002, p. 93).

Essas imagens veiculadas “[...] se destinam a todos aqueles que a vêem e, por meio de um diálogo incessante entre o que vêem e o que são, os indivíduos insatisfeitos com sua aparência (particularmente as mulheres) são cordialmente convidados a considerar o seu corpo defeituoso [...]” (MALYSSE, 2002, p. 93).

Por isto, os indivíduos sentem necessidade de modificá-los e a mídia apresenta as possibilidades para essa modificação. Para Malysse (2002, p. 101) “[...] A mídia

banalizou a tal ponto a idéia de que o corpo é moldável pela ação da força de vontade que em toda a sociedade brasileira, das classes mais desfavorecidas às classes médias e superiores, vigora o paradigma de um corpo autoplástico [...]”

Ao considerar que todos os indivíduos têm este ideal – modificar o corpo – Malysse (2002) chama a atenção para a relação entre desejo e possibilidade.

Esta é uma relação de extrema importância na análise do padrão de beleza, pois, a criação do desejo perpassa toda a sociedade, atingindo indivíduos das diversas classes sociais. A mídia, ao divulgar este padrão, cria o desejo nos indivíduos, não só de obter o corpo magro e jovem, mas o de consumir as tecnologias da beleza. Um desejo que se torna presente na vida cotidiana das mulheres e que leva à insatisfação dos seus corpos, aumentando, assim, cada vez mais, esse desejo, a ponto de se tornar a mudança do corpo, um aspecto crucial para elas.

Ao apresentar as tecnologias da beleza como se fossem acessíveis para todos, o que de fato não ocorre, cria-se nos indivíduos a ilusão da conquista desta imagem ideal. Como a maioria não pode consumir essas tecnologias, acabam por consumir produtos que estão disponíveis de acordo com os seus recursos financeiros. Dando-lhes a impressão que, de certa forma, fazem parte deste comportamento considerado como positivo e que têm, então, as mesmas possibilidades. Porém, as possibilidades são totalmente diferenciadas de uma classe para outra, pois, estão diretamente relacionadas ao poder aquisitivo.

Neste sentido, o corpo torna-se um agente das diferenças entre as classes, pois, o corpo trabalhado, malhado, “[...] cultivado, [...] sob a moral da boa forma, surge como marca indicativa de uma certa virtude superior daquele que o possui. Um corpo coberto de signos distintivos que, mesmo nu, exalta e torna visíveis as diferenças entre grupos sociais.” (GOLDENBERG, 2002, p. 10).

O número de revistas referentes às práticas de embelezamento aumentou consideravelmente nos últimos anos, sendo que “[...] as mensagens ligadas à beleza feminina deixaram de ser signos raros, invadiram a vida cotidiana das mulheres.” (LIPOVETSKY, 2000, p. 154).

Assim, para Stéphane Malysse (2002) as revistas propagam o estilo de vida da classe dominante, porém, observa que estas não deixam de ser lidas pelas outras classes posto que “[...] as representações da *corpolatria* circulam por toda a sociedade brasileira.”

Para o autor, uma questão de extrema importância é que as revistas não param de aconselhar e “informar” suas leitoras sobre a “boa forma” e sobre a responsabilidade de cada uma para com sua aparência, portanto, para a modificação do seu corpo, mas se esquecem de dizer que para isto é necessário “[...] uma cultura adequada e dinheiro suficiente [...]” (MALYSSE, 2002, p. 102).

Ao analisar a cultura do corpo carioca e as academias de ginástica, Stéphane Malysse (2002, p. 103) observa que “[...] as cariocas estão cada vez mais condenadas a exibir o corpo de sua classe, e aquelas que não podem comprar o estilo de corpo fornecido pelas academias se sentem estigmatizadas.” Daí, a afirmação de que as contradições da sociedade se resumem ao nível do corpo feminino, já que “[...] o corpo ‘natural’ tornou-se sinônimo do corpo social pobre e popular. O corpo torna-se metáfora da sociedade, encarnando as desigualdades sociais de acesso às construções corporais de feminilidade.” Baseado neste pensamento é que o autor afirma que as mulheres sonham em mudar seus corpos para que ascendam socialmente.

No entanto, apesar da análise citada se referir ao contexto da sociedade carioca, podemos apontar que a questão da relação classe e corpo não é específica desta região. Em nossa pesquisa, verificamos que mulheres das classes baixas compartilham desse

ideal de beleza, porém, como não têm condições econômicas para “alcançar” o corpo ideal se sentem insatisfeitas com o seu corpo. Assim, a insatisfação com o corpo ocorre de maneira geral para as mulheres, mas isso se torna um agravante quando se refere às mulheres de classe baixa.

Ao constatar grupos diferenciados como, por exemplo, os negros, o mercado das revistas também passa a oferecer a estes um produto que reproduz conselhos e cuidados com a beleza; lembremo-nos que, até então, não havia uma revista específica para tal grupo. O editor Aroldo Macedo, da revista *Raça Brasil*, relata a realização de uma pesquisa para descobrir se havia, ou não, um público consumidor negro, chegando à conclusão de que existe uma classe média negra.⁵

A partir da pesquisa inicia-se toda uma divulgação da revista e nela é vendido não só a publicidade, mas um estilo, um comportamento; o que não significa a valorização da beleza negra, pois, apesar de ser voltada para um público específico, o da etnia negra, a *Revista Raça Brasil* reproduz a construção social da mulher e do homem negro na sociedade brasileira. Assim, de acordo com Adriana Piscitelli (1996, p. 304), nesta revista

a sensualidade pensada como específico da raça negra aparece, ao mesmo tempo, inscrita no corpo masculino, no pênis que, segundo entrevistadas brancas e negras, é ‘maior e mais forte, como todos os membros de um negro’ e no feminino, ‘na bunda dura das negras’. [...] Em *Raça Brasil* a sensualidade negra marca a ‘raça’ tornando-a atraente, à maneira de um objeto esteticamente apreciado.

Mas, qual a raiz histórica de tal concepção? Segundo Edith Pizza (1995) a mulher negra, em sua forma estereotipada pela cultura dominante, machista e branca, é vista como um corpo que evolui historicamente para uma espécie de sexualidade

patológica. Assim, para a autora, tal imagem torna-se uma inversão do controle e opressão exercida pelo senhor de escravos sobre essa população. Ressaltamos que a mulher negra representava para ele a possibilidade de exercer a sexualidade fora do casamento; mas, isso só era possível pelo seu poder de posse diante da escrava e não pela propagada condição da mulher negra como destinada a um tipo de sexualidade descomprometida e desregrada, conforme os padrões da cultura branca.

Isso ocorre no Brasil, a partir da escravidão, quando a mulher negra é posse do senhor de escravos. Ele exerce sobre ela todos os poderes que essa condição lhe confere, transformando-a num corpo objeto de prazer sexual. Certamente, tal visão do corpo feminino é construída pela concepção do “macho branco” e europeu.

Será um padrão de beleza branco europeu que se imporá sobre a sociedade brasileira em formação. No entanto, na situação de escravas, as mulheres negras buscarão uma aproximação com a tal beleza “livre”, o que as levará a conceber beleza como aquela cultivada pelas sinhás, havendo uma negação de seu próprio corpo e suas características.

É neste sentido que Ângela Gilliam (1996, p. 306) enfatiza como a questão do cabelo continua sendo o principal aspecto de luta das mulheres negras pela afirmação de sua corporalidade. A revista traz ainda: “[...] artigos ou propagandas que dão atenção, predominantemente, ao alisamento do cabelo, concentrando-se em pessoas jovens e esguias.” Se, por um lado, as mulheres negras passaram a dar visibilidade ao cabelo, pois antes era escondido, por outro lado, procuram se aproximar do cabelo da mulher branca utilizando produtos de alisamento. Uma imposição ideológica socialmente construída, que os meios de comunicação têm alimentado.

⁵ - Debate realizado na UNICAMP e publicado em Cadernos Pagu – raça e gênero, n. 6/7.

No entanto, ao analisar a valorização de grupos diferenciados como, por exemplo, os negros e da terceira idade, Maria Celeste Mira (1997, p. 284) afirma que o mercado procura oferecer a esses segmentos produtos que venham ao encontro de suas necessidades, buscando criar uma identidade e recuperar a auto-estima. Tomando como exemplos a revista *Raça Brasil, voltada para os (as) negros (as,)* e a *Revista Força Grisalha*, para a terceira idade, a autora conclui: “[...] todas elas funcionam como auto-ajuda, sendo corrente a utilização de testemunhos de pessoas que mudaram suas vidas e rejuvenesceram e, principalmente emagreceram.”

Mas, a recuperação da auto-estima e a criação desses grupos diferenciados não se baseiam nas características de seus corpos, ou seja, não se valoriza o (a) negro (a) na sua manifestação étnica, senão o que nele se torna possível aproximar do padrão de beleza dominante. Em *Força Grisalha*, de acordo com Mira, procura-se o rejuvenescimento e o emagrecimento, sem considerar que as pessoas da terceira idade têm a tendência a engordar e a não ter a aparência jovem. Questiona-se aqui, como trabalhar com a auto-estima de uma pessoa ou grupo negando-se sua própria condição?

Alguns (as) autores (as) como Mira (1997), Lipovetsky (2000) e Queiroz (2000), compartilham a idéia da existência da pluralidade da beleza em virtude da existência de um segmento crescente dos meios de comunicação de massa. Ou seja, ao pretenderem alcançar um maior número de pessoas, propagando produtos de beleza para todas as idades, etnias e outros, estariam criando as condições de existência da própria pluralidade.

Certamente há uma maior segmentação dos meios de comunicação, o que não induz, porém, à pluralidade do ideal de beleza. Continua sendo considerado ideal de beleza o corpo magro, jovem e branco, apresentado pela mídia e pelo discurso médico,

sendo que as pessoas recorrem ao uso das várias tecnologias para a aproximação desse único modelo.

O que ocorre é que a mídia apresenta várias mulheres consideradas belas, todas elas se aproximam do ideal magro e jovem, criando o desejo nas mulheres de conquistarem esta beleza. Vemos isso, por exemplo, com a atriz Thaís Araújo que sempre representa, na mídia, papel de uma mulher bela e sedutora. De acordo com o padrão estabelecido ela não seria considerada bela, pois é da etnia negra, porém a maquilagem realizada é para esconder os traços físicos do negro, como por exemplo, afinar o nariz, e alisar o cabelo. Temos, então, a construção de uma beleza negra, mas, só é possível essa associação, com o uso das tecnologias e com características que se aproximem do padrão ideal.

Outro exemplo, uma mulher acima de cinquenta anos pode ser considerada bela, exclusivamente se aproximar-se do padrão imposto, ou seja, se utilizar produtos e serviços que apaguem ou amenizem as marcas da idade e se for magra. Como diz Mary Del Priore (2000, p.81), “Mal se percebe que nossa sociedade valoriza não a identidade, mas a identificação”, ou seja, não são cultivados os espaços para que os indivíduos se reconheçam em sua condição no corpo social, mas que busquem formas de se identificarem com os padrões estabelecidos, e se necessário, negando sua própria condição.

Eugênio Bucci (2004, p. 39) observa que, hoje, os produtos, na mídia, se apresentam como uma oferta de opções, sendo estas consideradas como multiculturalismos étnicos, no entanto, “[...] tem em seus bastidores [...] um dos maiores movimentos de concentração de capital - e de poder – de todos os tempos.”

Neste sentido, Chauí (1998, p. 34) observa que,

a sociedade da mídia e do consumo de bens efêmeros, perecíveis e descartáveis engendra uma subjetividade de tipo novo, o sujeito

narcisista que cultua sua própria imagem como única realidade que lhe é acessível e que, exatamente por ser *narcísica*, exige aquilo que a mídia e o consumo lhe prometem sem cessar, isto é, satisfação imediata dos desejos, a promessa ilimitada de juventude, saúde, beleza, sucesso e felicidade que lhe virão por meio dos fetichizados, promessas que, no entanto, não podem se cumprir e geram frustrações e niilismo.

Assim, para Mirian Goldenberg (2002, p. 8) já “Na segunda metade do século XX o culto ao corpo ganhou uma dimensão social inédita: entrou na era das massas.” Uma série de fatores, tais como a “[...] Industrialização e mercantilização, difusão generalizada das normas e imagens, profissionalização do ideal estético com a abertura de novas carreiras, inflação dos cuidados com o rosto e com o corpo [...]” conduzirão à idéia de um novo contexto para a beleza feminina, e para a masculina em menor proporção.

Neste sentido, “[...] A mídia adquiriu um imenso poder de influência sobre os indivíduos, generalizou a paixão pela moda, expandiu o consumo de produtos de beleza e tornou a aparência uma dimensão social da identidade para um maior número de mulheres e homens.” (GOLDENBERG, 2002, p. 8).

Para Maria Rita Kehl (2004, p. 175) “[...] O corpo-imagem que você apresenta ao espelho da sociedade vai determinar sua felicidade não por despertar o desejo ou o amor de alguém, mas por constituir o objeto privilegiado de *seu* amor-próprio: a tão propalada auto-estima [...]”, sob a égide da qual se reduziram todos os fatores de cunho subjetivo na cultura do narcisismo.

É neste contexto que o corpo se torna um escravo no qual devemos submetê-lo “[...] à rigorosa disciplina da indústria da boa forma (enganosamente chamada de indústria da saúde), e um senhor ao qual sacrificamos nosso tempo, nossos prazeres, nossos investimentos e o que sobra de nossas suadas economias.” (KEHL, 2004, p. 175).

Neste sentido é que “[...] Para milhares de brasileiros, incentivados pela publicidade e pela indústria cultural, o sentido da vida reduziu-se à produção de um corpo.” (KEHL, 2004, p. 176).

Como já citado anteriormente, o corpo, no contexto atual, passa a ser de total responsabilidade do indivíduo, é ele quem constrói a sua aparência. Nesta perspectiva, a mídia é de total importância, pois “[...] O corpo virou o ‘mais belo objeto de consumo’ e a publicidade, que antes só chamava a atenção para um produto exaltando suas vantagens, hoje em dia serve, principalmente, para produzir o consumo como estilo de vida, [...]” gerando um produto específico, o consumidor, “[...] perpetuamente intranquilo e insatisfeito com a sua aparência [...]” (GOLDENBERG ; RAMOS, 2002, p. 32 apud LASCH, 1983).

Por isso, a imagem feminina tornou-se, quase exclusivamente, no capitalismo contemporâneo, aquilo que se compra e se expõe à venda. Isto ocorre de maneira cíclica: a mulher compra produtos para atingir o padrão de beleza imposto e ao mesmo tempo utiliza a imagem deste corpo belo para vendê-lo. O mercado utiliza-se de um dinamismo peculiar subsidiado pela padronização do corpo feminino. O corpo passa a obter um valor exterior a ele, ou seja, “*fetichiza-se de diferentes formas*”⁶.

De acordo com Duby e Perrot (1992) as imagens femininas são vistas e propostas pelos pintores, escultores entre outros, sob vários aspectos, tendo cada época da história inventado o ideal de perfeição corporal e, o impulso preponderante se dá segundo os interesses masculinos.

Os mesmos autores afirmam que ao longo da história as mulheres não se representam a si próprias nas artes, e, ainda hoje, as mulheres continuam sendo vistas

⁶. “Acompanhando a lógica do capital, o corpo feminino fetichiza-se de diferentes formas. O corpo da mulher burguesa padroniza-se, adquire um valor exterior a ele, a partir dos valores do consumo estipulados como modelos a serem perseguidos.” CRIPPA, Ana Maria de Souza *Mulher: Mito e Sedução*.

através do olhar masculino; as poucas obras em que as mulheres se representam estão relegadas a segundo plano. A partir dessas afirmações, concluímos que os homens não podem representar a realidade feminina na sua totalidade porque esta passa a ser minimizada por um “certo modo de olhar”, isto, uma óptica fragmentada, restrita ao olhar masculino.

Concluímos, portanto, que os meios de comunicação são um dos mais importantes propagadores do padrão de beleza, mostrando o corpo ideal e incentivando as pessoas ao consumo das tecnologias da beleza, além de instaurar comportamentos e valores.

Na sociedade capitalista contemporânea, o estreito elo entre mercado e meios de comunicação de massa é fato, e necessário para a sobrevivência de tal sociedade. Por isso,

[...] A mídia produz os sujeitos de que o mercado necessita, prontos para responder a seus apelos de consumo sem nenhum conflito, pois o consumo – e, antecipando-se a ele, os efeitos fetichistas das mercadorias - é que estrutura subjetivamente o modo de estar no mundo dos sujeitos.” (KEHL, 2004b, p. 67).

Verificamos que, atualmente, a mulher sofre prescrições que extrapolam os tradicionais e históricos alçózes, como os foram o marido, o médico ou o padre, tornando-se, agora, reféns da imposição midiática. Assim, para Mary Del Priore (2000, p. 15), no limiar deste século, referindo-se à situação feminina “[...] somos todas obrigadas a nos colocar a serviço de nossos próprios corpos. Isso é, sem dúvida, uma outra forma de subordinação.”

4 BELEZA E SAÚDE

Os cuidados com a beleza e a utilização de instrumentos de modelagem do corpo sempre estiveram presentes em nossa história. Muitas vezes a ciência médica interveio contra as práticas de modelagem do corpo, por serem nocivas à saúde, como, por exemplo, o uso do espartilho. Outras vezes, essa ciência contribuiu com as técnicas médicas para melhorar a aparência, ou seja, práticas relacionadas ao cuidado da saúde foram também utilizadas para modelar o corpo.

Ao tratar das interferências no corpo, Vigarello (1995) salienta o uso do aparelho corretor. A medicina usa o aparelho corretor de forma normativa, aplicando-o sobre a ossatura corporal com base em regras e exigências de uma geometria. “Tarefa banal para uma medicina preocupada não apenas com o funcionamento dos corpos, mas também com sua aparência.” (VIGARELLO, 1995, p.22).

Assim, usado primeiramente como instrumento para corrigir as anatomias defeituosas, esse aparelho está sob o domínio do ortopedista, mas, ultrapassando a simples terapia passa a ter uma ambição pedagógica.

Para Vigarello é no século XVII, com o pensamento mecanicista, que as aparelhagens corretivas se multiplicam, momento histórico em que

[...] se classificam os dispositivos redutores de fraturas e luxações, enquanto proliferam subitamente os acessórios corretores de desvios vertebrais. A pretensão não é mais apenas de responder a algum acidente articular ou ósseo, mas de responder à eventual falência das normas de simetria com instrumentos agora múltiplos: espartilhos, cruces de ferro, alavancas para distensão corporal, balanças e colares. (VIGARELLO, 1995, p. 25).

É neste sentido que o percurso destes aparelhos supera a mera técnica e, segundo Vigarello (1995, p. 27-28), entra “[...] silenciosamente, mas também essencialmente, no campo da cultura [...]”, acrescentando que a constatação de seus limites ou a busca de

alternativas ou supressão de seu uso “[...] conduzem a uma história mais ampla, onde não poderiam estar ausentes as representações do corpo, suas possibilidades e sua finalidade.”

Assim como Vigarello, ao voltar seu olhar para a medicina, Capra realiza uma série de críticas à concepção da medicina atual. De acordo com esse autor, a medicina moderna baseia-se na concepção mecanicista da vida, apoiando-se na biologia. Sendo assim, o corpo é visto como uma espécie de máquina que pode ser analisado peça a peça, acarretando como consequência a fragmentação do corpo, não se tendo mais a concepção do todo. Desta forma,

Ao concentrar-se em partes cada vez menores do corpo, a medicina moderna perde frequentemente de vista o paciente como ser humano, e, ao reduzir a saúde a um funcionamento mecânico, não pode mais ocupar-se do fenômeno da cura. Essa é talvez a mais séria deficiência da abordagem biomédica. (CAPRA, 1991, p. 116).

Outro aspecto que salienta o autor, diz respeito ao fato da moderna medicina não dar a devida ênfase à relação entre saúde e hábitos de vida: “[...] somos encorajados a pressupor que os médicos podem concertar tudo, independentemente de nosso estilo de vida.” (CAPRA, 1991, p.139).

Essa concepção torna-se relevante para pensarmos na questão da magreza, pois, de acordo com o veiculado, relaciona-se corpo magro com corpo saudável, não considerando outros aspectos. Segundo Capra, a abordagem mecanicista do organismo humano e a resultante abordagem técnica da saúde levaram a uma ênfase na tecnologia médica, tornando-se o único caminho para melhorar a saúde. Um aspecto importante ressaltado pelo autor é que,

De acordo com o modelo biomédico, somente o médico sabe o que é importante para a saúde do indivíduo, só ele pode fazer qualquer coisa a respeito disso, porque todo o conhecimento acerca da saúde é racional, científico, baseado na observação objetiva de dados clínicos. (CAPRA, 1991, p. 150).

Desta forma, a ciência médica continua exercendo forte influência na modelagem do corpo, sendo que algumas técnicas médicas estão voltadas principalmente para o campo da estética. Portanto, o discurso médico legitima a relação entre saúde e magreza e, ao apropriarem-se do olhar do médico, os (as) pacientes também assumem o discurso médico. Assim, podemos notar o uso freqüente da tecnologia para alcançar o padrão de beleza e, conseqüentemente, a “saúde”, podendo, entretanto, nesta relação que se torna unilateral, ocorrer o contrário e até mesmo causar a morte do (da) paciente.

A medicina tem, cada vez mais, gerado um pedestal de doutos que, não raramente, rejeita o diálogo com o próprio paciente, pois, “[...] uma vez que o médico se pronuncia, já não pode existir o ponto de vista próprio do paciente [...]” (TUBERT, 1996, p. 44). Isso tem levado à crença, no discurso médico, de que este é o único sapiente. Segundo a autora, isso caracteriza o “[...] que é próprio do caráter autoritário do discurso médico (e de todo discurso) [...]” já que se concebe que, ao leigo não deve haver espaço para “[...] querer nem poder saber nada em relação aquilo que não lhe pertence [...]” (TUBERT, 1996, p. 43).

O que se pode observar é que o discurso médico é que passa a determinar uma doença e não o contrário. Assim, para Silvia Tubert (1996, p. 43-44), o conhecimento médico não significa a tomada de consciência do doente, mas, “[...] pelo contrário, é a existência desse saber que permite a conscientização [...] estamos perante o fato estrutural da preexistência em cada doente de um discurso médico dado antecipadamente.”

De acordo com Breton (1995, p.61), as questões levantadas em relação à concepção da medicina são problemas éticos de uma terapêutica centrada no corpo, na doença e não no homem. Por isso,

Se o corpo não é mais a pessoa, se o dualismo não se inscreve mais na metafísica, mas decide sobre o concreto da existência e funciona

como um paradigma da ação médica, então tudo é permitido. O corpo é um jogo de armar, suscetível a todos os arranjos de combinações insólitas com outros corpos, ou a experimentações surpreendentes. (BRETON, 1995, p. 61).

Certamente, seria um erro não considerar os bons resultados da medicina em certas áreas, porém a noção de saúde adotada, em geral, pela moderna medicina, trata de forma insuficiente e fragmentada tanto a saúde da população quanto o modo de encarar o (a) paciente como um indivíduo.

A ciência médica é utilizada, muitas vezes, em benefício da saúde das pessoas, mas ao aliar a saúde à magreza acaba por causar males à saúde dos indivíduos e, principalmente, à saúde das mulheres, já que elas são a maioria na procura dos serviços estéticos.

Assim, uma questão agravante em relação ao padrão de beleza são os efeitos negativos, acarretados pelos remédios de emagrecimento, à saúde, tais como: depressão, agitação psicomotora, sono excessivo, insônia, taquicardia, sudorese entre outros. Quando os remédios são utilizados sem acompanhamento médico essa situação se agrava.

Nas mulheres cuja proporção de gordura esteja abaixo de 22%, pode haver infertilidade e desequilíbrio hormonal, este último propiciando o câncer ovariano e do endométrio, bem como a osteoporose. De acordo com Naomi Wolf (1992, p. 255), as dietas prejudicam o desejo sexual, pois,

A gordura nas mulheres não é só fertilidade, mas desejo. Pesquisadores descobriram que as mulheres mais gordinhas desejavam fazer sexo com mais frequência do que as mulheres mais magras. [...] Pedir às mulheres que fiquem anormalmente magras é pedir que elas abdicuem da sua sexualidade. [...] A fome afeta as glândulas endócrinas; a amenorréia e o atraso de puberdade são características comuns entre mulheres e meninas famintas. Homens famintos perdem a libido e se tornam impotentes, às vezes desenvolvendo seios. A clínica de Disfunções Sexuais da Loyola University declara que os distúrbios da perda de peso têm um efeito muito pior sobre a sexualidade feminina do que os distúrbios do ganho de peso.

Assim, na Europa, a Agência Francesa de Controle Sanitário de Produtos de Saúde (AFSSAPS) proibiu a venda dos medicamentos inibidores do apetite. Segundo esta agência e a Agência Europeia para a Avaliação dos Medicamentos (CSP) os remédios fabricados a partir de produtos da família das anfetaminas conduz a um benefício-risco desfavorável (LE MONDE, 1999).

A própria prática da dieta pode acarretar inúmeros males à saúde, geralmente não suficientemente conhecidos como, por exemplo, o fato da dieta distorcer a consciência da fome, destruindo a subsequente capacidade do corpo de regular o peso e o apetite. Esses indícios sugerem o quanto as alternativas químicas podem causar prejuízos à saúde sem que se levem em conta as necessidades biológicas de cada corpo individualizado.

Paradoxalmente, desde o século XVIII, de acordo com Siebert (1995), o corpo passa a ser estudado num contexto médico-científico preocupado em classificar os casos de patologia física e psíquica. A consequência desse modelo foi a normalização das condutas, criando-se uma dicotomia, entre normal e anormal. Assim, originou-se uma ciência que precisa saber tudo sobre o corpo, para poder controlá-lo.

E é esse modelo empregado na atualidade que classifica os corpos magros e jovens como “normais” e os anormais ou desviantes todos os que não se assemelham a eles. Assim, em relação às tabelas matemáticas usadas para calcularem medidas e pesos “ideais”, podemos observar que a pessoa que não se aproxima do número considerado “normal” passa a ser vista como anormal/desviante; ou seja, se está acima do peso precisa ser tratada.

Mas, segundo Wajnryt ([199?]), essa relação da obesidade com algumas doenças tem sido repensada, pois da mesma maneira que pode facilitar a ocorrência de certas doenças, a obesidade também pode dificultar outras, como por exemplo, alguns

tipos de câncer, doenças respiratórias, infecciosas entre outras. As pessoas idealmente magras têm menos chances de uma vida longa em relação às que têm o peso acima das tabelas correntes.

Desta maneira, com a imposição do atual padrão de beleza, agravam-se as doenças como a anorexia e a bulimia, doenças essas consideradas femininas. A anorexia é a síndrome na qual a fome, sob forma de privação alimentar auto-imposta e sem causa orgânica precedente, assume papel relevante como manifestação central de um núcleo psico-patológico, e suas conseqüências clínicas incluem hipotermia, edema, bradicardia (batimentos cardíacos reduzidos), lanugo (crescimento dos pêlos no corpo), infertilidade e morte. Bulimia é uma alteração no hábito alimentar caracterizada pela procura obsessiva de comida e posterior provocação de vômitos, cujas conseqüências clínicas incluem a desidratação, o desequilíbrio de eletrólitos, crises epiléticas, ritmo cardíaco anormal e morte. Quando as duas se combinam, o resultado pode ser o desgaste dos dentes, hérnia do hiato, abrasão do esôfago, insuficiência renal, osteoporose e morte (WOLF, 1992).

Mas por que as mulheres estão sofrendo e morrendo de anorexia e/ou bulimia?

Essas doenças são conseqüências desse padrão de beleza imposto às mulheres, o qual cultua a magreza. Tais doenças já existiam antes, mas, os números atuais são expressivos, pois

[...] a Associação Americana de Bulimia e Anorexia declara que essas duas condições atacam um milhão de americanas a cada ano [...] cento e cinquenta mil americanas morrem de anorexia. Se for assim, a cada doze meses ocorrem só nos Estados Unidos, dezessete mil e vinte quatro mortes a mais do que o total de mortes causadas por AIDS, compilado pela Organização Mundial de Saúde, em setenta e sete países e territórios, desde o início da epidemia até o final de 1988. (WOLF, 1992, p.)

Um questionamento parece-nos prudente em relação a esse aspecto: por que só se fala das mulheres quando essas doenças estão em pauta? Como podemos verificar,

todo o histórico que temos apresentado deixa evidente que as mulheres constituem os maiores alvos do padrão de beleza instituído, sendo tudo válido, para elas, na ânsia de alcançá-lo. Assim, tais doenças são do sexo feminino, pois, são as mulheres que ingerem alimento com sentimento de culpa, depois provocam vômitos e deixam de se alimentar adequadamente para ter o “corpo ideal”. Fica claro que, “A necessidade de disciplina corporal encontra suas justificativas nos discursos científicos, que acompanha o marketing em suas interferências sobre o corpo.” (CHAGAS, 1991, p. 159).

Portanto, além das conseqüências de ordem orgânica, a busca pelo atual padrão de beleza causa problemas de ordem psíquica. De acordo com uma pesquisa realizada por Maria Souza (1999), as mulheres se enxergam mais gordas do que realmente são e os homens, mais magros do que são. Os homens considerados “gordos” acreditam que estão muito bem e não precisam perder peso, enquanto o contrário acontece com as mulheres com peso considerado saudável: elas acreditam precisar perder peso.

Essa tendência das mulheres se enxergarem mais gordas do que realmente são, pode explicar-se pelo fato de que o modelo ideal de corpo é o da modelo profissional; e também pelo fato do padrão de beleza gerar uma constante insatisfação com o próprio corpo, dando a impressão de nunca estarem suficientemente magras. Como os discursos da beleza se direcionam principalmente para as mulheres, são elas que acham que sempre precisam perder peso. Além do fato de possuir a beleza está relacionado para as mulheres com a possibilidade de ascender socialmente.

Um dos dados demonstrado nessa mesma pesquisa é o grande número de mulheres que iniciam e interrompem uma dieta, acarretando prejuízo orgânico e mental. “Cerca de 60% relataram algum sentimento negativo, culpa, sensação de fracasso e frustração a cada vez que desistiram.” (SOUZA, 1999, p. 9).

Outro aspecto a ser salientado diz respeito à “perda da beleza” na idade adulta por mulheres consideradas belas quando jovens. Podemos observar essa questão numa pesquisa realizada por Ana Maria Crippa (1990, p. 120) com profissionais da área na qual se constatou que

39,58% confirmaram essa tendência que as mulheres, ao perderem a beleza, sofrem de uma perturbação psiquiátrica, e 58,33% apontaram para a possibilidade disso ocorrer. O interessante é que 93,75% dos médicos entrevistados, de todo país, indicaram a existência de doenças porque atenderam clientes mulheres, acometidas de uma síndrome psiquiátrica, devido à perda da beleza. Como as psiquiátricas procediam em todo país, pode-se concluir que a reação em forma de doença, à perda desse atributo, atinge mulheres de qualquer região.

Podemos notar que as pessoas, principalmente, as mulheres estão prejudicando sua saúde para conseguir alcançar o padrão de beleza. O mais interessante é que como ele é um ideal e, como tal, nunca atingido, as pessoas deixam de realmente se preocupar com a saúde e se utilizam das tecnologias da beleza, sem pensar nos prejuízos para a saúde orgânica e mental. O mais grave em relação a essa questão é o discurso médico que legitima essas práticas corporais.

A questão das práticas corporais e do uso das tecnologias para alcançar o padrão de beleza está relacionada à questão de classe. Utilizar dos meios existentes para alcançar o corpo magro e jovem depende das condições econômicas que os indivíduos têm para consumir os produtos e os serviços.

Nossos (as) entrevistados (as), pertencentes à classe baixa, não possuem meios de consumir as várias tecnologias da beleza. Isso não significa que eles (as) não compartilham do mesmo ideal, já que expressam a sua insatisfação para com o corpo e o desejo de alcançar este ideal veiculado, tanto pelos meios de comunicação como pelo discurso médico. Porém, ao não usar as tecnologias, pode-se pressupor que sua saúde está mais “assegurada” do que a dos indivíduos das classes média e alta.

Isto, porém nos leva a algumas especificidades, já que estes indivíduos consomem produtos de beleza que estão ao alcance de seu poder aquisitivo e, em alguns casos, prejudicam a sua saúde, pois fazem dietas que “escutam falar por ai” , que os programas de rádio veiculam e que a publicidade dissemina. Algumas destas dietas foram citadas por nossas entrevistadas: a dieta do carboidrato, o regime da lua, deixar de se alimentar durante a noite, comer apenas bolacha de água e sal durante o dia todo entre outros.

Essas dietas sem prescrição médica e sem acompanhamento trazem inúmeros males á saúde. Como já demonstrado a prática da dieta em si pode ser um agravante para a saúde do indivíduo, porém, estas mulheres da classe baixa que se submetem aos mais variados regimes, estão em maior risco de ter problemas com a sua saúde.

Os (as) nossos (as) entrevistados (as) têm consciência dos males que esses tipos de dietas causam para a saúde, seus discursos são críticos em relação aos perigos existentes nas práticas alimentares, mas mesmo assim, as mulheres, não deixam de utilizá-los.

Em relação ao uso de medicamentos para emagrecer observamos certa resistência por parte dos (as) entrevistados (as), pois, ressaltam os males dos medicamentos, como observamos nessa fala: “Depende da dieta, se você assim, comer salada, essas coisas naturais, eu acho que não prejudica, porque você vai estar comendo do mesmo jeito, e é alimento saudável, mas esse negócio de tomar remédio, ficar sem comer, daí eu acho que prejudica. Eu não tomo remédio, prefiro ser gordinha do que tomar remédio.” (Talita)

Ao não possuir condições financeiras para realizar as dietas, elas fazem aquilo que consideram melhor ou mais eficiente, desde que esteja dentro das suas possibilidades econômicas, para alcançarem o corpo ideal.

O diferencial entre as classes é que a classe baixa não absorve totalmente o discurso médico quando este relaciona magreza à saúde ou gordura à doença. Isto ocorre devido ao fato de que estes indivíduos têm menos contato com o saber médico e, assim, não interiorizam este discurso. Assim,

[...] são as pessoas oriundas dos meios mais favorecidos que interiorizam melhor as categorias conceituais do saber médico. As razões são claras: eles vão com maior frequência ao médico; estando próximos deles pela procedência social, eles compartilham sua visão de mundo e se comunicam com facilidade; enfim, seu elevado nível cultural torna mais fácil a transmissão dos conhecimentos do médico para o paciente. (ADAM; HERZLICH, 2001, p. 75).

A concepção do que é saúde e doença está diretamente relacionada com os meios de vida dos indivíduos, do lugar que ele ocupa na sociedade. É a partir de sua posição social que se organizam as interpretações relativas ao corpo e ao que é saúde ou doença.

As diferenças de classe são expressas nos valores e representações do que é saúde e doença. Assim, indivíduos oriundos das classes média e alta relacionam as práticas de beleza como algo saudável, e possuir o corpo magro representa ter saúde e o corpo gordo representa a doença, reproduzindo, assim, o discurso médico que alia saúde à magreza. Essa questão foi observada por Ana Lúcia Castro (2000) em sua pesquisa sobre o culto ao corpo, na qual ela verifica que os indivíduos não assumem a procura da beleza por uma questão estética.

Já os (as) nossos (as) entrevistados (as) não fazem esta relação direta. Para eles (as) a beleza é algo diferenciado da saúde. Suas interpretações sobre gordura, magreza, saúde e doença são relativas. Ou seja, em alguns momentos eles analisam a gordura com a doença, mas também consideram que esta pode ser genética, uma predisposição do próprio organismo e, assim, não sendo sinal de doença. Observam que existem muitas pessoas magras e doentes, portanto, para eles, não há uma relação direta entre magreza/saúde e gordura/doença.

Para eles (as) saúde significa se alimentar bem, ingerir alimentos saudáveis, realizar atividades físicas. Neste sentido, podemos observar que eles introduzem os discursos especializados, pois, o que estes propagam são exatamente estes fatores: alimentação saudável, atividade física entre outros.

Podemos concluir que os indivíduos das classes baixas assumem parte do discurso médico, codificam os saberes médicos a partir das suas condições de vida, levando-os a adotar uma postura menos submissa ao poder médico. Diferenciam-se da classe média e alta, exatamente por absorver apenas parte do discurso médico, pois estas classes assumem e reproduzem o discurso científico na íntegra.

Como a classe baixa necessita estar com disposição corporal para a realização das suas atividades e para a sua sobrevivência a saúde também foi citada como algo que não os impede de realizar suas atividades. Neste sentido, a saúde é concebida por eles como ausência de doença.

Segundo Minayo (p. 87), “[...] ‘Estar com saúde’ do ponto de vista da prática [...] das classes trabalhadoras é *estar em condição de trabalhar*. As pequenas indisposições, dores, ‘fraquezas’ que perpassam a vida cotidiana das pessoas não são classificadas como doenças.”

Como, do ponto de vista da classe trabalhadora, a doença é aquilo que o impede de realizar as suas tarefas, estar acima do peso ideal não é estar doente, portanto, não fazem esta relação direta como as classes médias e altas.

Concluimos que a medicina ao não considerar os hábitos de vida do indivíduo e ao fragmentá-lo, perde o seu real objetivo: cuidar da saúde. Assim, adotamos para essa análise a concepção teórica que trata o indivíduo na sua totalidade, ou seja, “[...] o ambiente geral (que inclui o modo de vida) [...] as condições de moradia e trabalho, a

coesão do tecido social e os mecanismos culturais que favorecem a estabilidade da população [...] (TUBERT, 1996, p. 34).

No contexto do modelo biomédico, a saúde está sendo concebida a partir de uma característica física e não pelo indivíduo como um todo, acarretando mais prejuízos do que benefícios.

CONCLUSÃO

As práticas corporais estão cada vez mais presentes em nossa sociedade, o culto ao corpo tornou-se uma norma social, um valor cultivado pelos indivíduos. Possuir a aparência jovem e magra é uma regra que não pode, e nem deve, ser quebrada.

Esse corpo magro e jovem significa, nos tempos atuais, beleza e esta se torna responsabilidade de cada um, já que cada indivíduo é gestor de seu próprio corpo, portanto, é responsável pelo sucesso de possuir esse corpo ou pelo fracasso de não alcançá-lo.

A possibilidade de produção do corpo é propagada pela mídia e pelo discurso médico. Não cessam de aparecer discursos normativos nos variados meios de comunicação, sempre “ensinando”, “informando”, “aconselhando” as mulheres a se tornar magras e jovens. A publicidade sempre coloca em seus anúncios mulheres que estão dentro dos padrões estéticos, passando assim, a mensagem da beleza.

Essas mensagens são difundidas para todas as classes sociais e todas compartilham do mesmo ideal de beleza. Mas, para a produção do corpo, é necessário poder aquisitivo para consumir as tecnologias da beleza; como a classe baixa não tem este poder de compra, o corpo malhado, trabalhado, se torna um corpo de classe.

O corpo passa a ser distinto, variando de acordo com a classe social na qual o indivíduo se insere. No entanto, os meios de comunicação de massa não trazem em suas mensagens essa realidade, colocam apenas que é possível transformar o corpo, bastando “força de vontade e muito trabalho.”

A mídia também exalta as diferenças existentes no padrão de beleza, ou seja, a afirmação de uma beleza para jovens, idosos, negros entre outros. Porém, essas diferenças estão submetidas ao padrão de beleza –magro e jovem -, pois as opções

apresentadas não são de valorização dos diversos grupos sociais, mas sim, o que pode torná-los parecidos com o ideal imposto socialmente. Não se estabelece uma identidade para esses grupos, mas sim uma identificação.

Essa pluralidade da beleza nada mais é do que aumento do mercado consumidor, pois, quanto mais grupos forem atingidos mais produtos de beleza serão vendidos.

A indústria da beleza é um aspecto extremamente importante para a compreensão do atual culto ao corpo. As mudanças sofridas no sistema capitalista, a partir de 1973, são fundamentais para o consumo de massa. As indústrias diversificam cada vez mais seus produtos tentando atingir um maior número de consumidores. Conjuntamente com as inovações tecnológicas produzidas pela ciência torna-se possível inventar, a cada dia, um produto diferente e mais “eficiente”.

A média de vida dos produtos diminui consideravelmente nesta nova fase do sistema capitalista, levando os indivíduos ao consumo de novas técnicas. Essas mudanças acarretam, no plano moral, a facilidade em descartar não só as coisas materiais, mas também estilos de vida e o próprio corpo, como se vê na busca pelo ideal de beleza.

Os dados da indústria cosmética são significativos para a compreensão dessa busca desenfreada pela beleza. São as indústrias cosméticas e ligadas à produção dos meios para alcançar a beleza que mais crescem em nosso país. Seus lucros aumentam a cada ano, e a perspectiva de lucros maiores para os próximos anos fazem essas indústrias aumentarem cada vez mais sua produção.

Como a procura da beleza envolve não só o uso dos cosméticos, outros ramos industriais vão se expandindo, como, por exemplo, o da indústria *ligh e diet*. Este ramo alimentício vem crescendo conforme os dados demonstrados, o que significa que cada vez mais a preocupação com a beleza gera lucros para diversas indústrias. Essas

indústrias ao criarem produtos geram nos indivíduos a necessidade de consumi-los. Isto é possível pela propagação dos meios de comunicação sobre a importância das várias formas disponíveis para alcançar o corpo magro e jovem.

A atividade física também faz parte deste contexto, impulsionando o surgimento diário de academias, inclusive nos bairros de classe baixa. As indústrias de produtos ligados à realização da atividade física têm também conquistado lucros satisfatórios no mercado.

Observamos, no ideal de beleza, uma desigualdade de gênero, pois, os homens buscam este ideal de forma menos rígida e impositiva do que as mulheres. Essas são “obrigadas” a ter o corpo magro e jovem, e isto faz parte da própria concepção social da feminilidade. Já os homens contam com outros atributos em relação à concepção de masculinidade, não sendo primordial, para eles, a beleza.

Como a beleza se insere na feminilidade, as mulheres são as mais cobradas e as que mais procuram alcançar este corpo – magro e jovem. Essas cobranças são internalizadas pelas mulheres que passam a conceber a busca pela beleza como algo natural. A identidade feminina se relaciona com as práticas sociais de cuidados com o corpo, tanto que várias práticas da beleza estão diretamente relacionadas ao comportamento feminino.

Adotar alguns tipos de cuidados com a beleza é adotar comportamentos femininos, por isso, os homens, apesar de atualmente se preocuparem com a aparência, ainda resistem na utilização dos meios disponíveis para atingir o ideal de beleza.

Neste contexto, observamos que são as mulheres as que estão submetidas ao domínio, à normalização e à disciplinização dos corpos. Acarretando para as suas vidas prejuízos das mais diversas ordens.

Um desses prejuízos, talvez o mais importante, se relacione com a saúde. Ao se submeter às práticas de “cuidado” com o corpo, as mulheres causam inúmeros males à sua saúde.

Mesmo as mulheres de classe baixa, que não têm poder aquisitivo para consumir as mais altas tecnologias da beleza, acabam por utilizar meios compatíveis com seu poder de compra e por realizar dietas que estão ao seu alcance. Essas dietas são, na maioria das vezes, prejudiciais à sua saúde.

Algumas das dietas mencionadas pelas nossas entrevistadas é a dieta que o indivíduo se alimenta apenas de bolacha água e sal e bebe água. O organismo necessita de vários alimentos para manter o corpo saudável, para realizar as atividades do dia-a-dia e, para isso, é preciso de energia, é necessária a ingestão de vários alimentos ricos em fibras, vitaminas entre outros. Comer apenas bolacha de água e sal é se privar daquilo que é essencial para a vida, para manter a saúde, ou seja, é colocar a vida em risco.

Os indivíduos entrevistados se apropriam de partes do discurso médico que alia saúde à magreza e gordura à doença. Por serem indivíduos oriundos da classe baixa, suas interpretações sobre saúde diferem em relação às outras classes. Para eles, a gordura pode ou não ter relação com doença, ponderando que a magreza também pode ser sinal de doença.

A concepção de saúde adotada por eles está relacionada aos hábitos de vida, à alimentação, ao fato de fumar ou não, além da disponibilidade para realizar suas atividades cotidianas, sendo a saúde ausência de doença.

Nossa análise nos leva a observar que os indivíduos dessa classe, como interiorizam apenas parte do discurso científico, têm uma postura de maior resistência, e, talvez menos submissa ao discurso médico normativo.

Assim, entendemos que o real valor às diferenças se dará quando o indivíduo for respeitado, efetivamente, em sua condição de ser humano, independentemente do furor do mercado e suas necessidades gananciosas. Entender o ser humano como um objeto que se desgasta com o passar do tempo, logo, passível de ser consertado, é negar a condição humana de seres que se fazem no decorrer de seu processo vital. Negar nosso corpo, sua constituição e seu processo biológico, através da camuflagem propiciada pelos produtos da indústria da beleza e as exigências do mercado, meramente servindo a um padrão imposto, ideológico e intencionalmente criado pela cultura ocidental capitalista, é desrespeitar toda a trajetória do ser humano, reduzindo-o a uma existência quase que meramente orgânica.

Acreditamos que só será possível exaltarmos a diferença quando ela existir de fato, quando todos os corpos, independente de ser gordo ou magro, jovem ou não, forem valorizados e considerados belos assim, teremos a liberdade de escolher sobre o nosso próprio corpo, por enquanto temos a liberdade de escolher qual produto ou tecnologia usar para ficar com a aparência magra e jovem.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC. Disponível em: <<http://www.abihpec.org.br>> acesso em 20 de jan. 2005.

ADAM, Philippe & HERZLICH, Claudine. **Sociologia da doença e da medicina**. Bauru: EDUSC, 2001.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AMON, Sérgio. **Revista Nova**. São Paulo: Abril, 1/janeiro, 1997, p.36.

ARAÚJO, Emanuel. “A arte da sedução: sexualidade feminina na colônia”. In: PRIORE, Mary Del. (org). **Histórias das mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997.

BASSANEZI, Carla. **Virando as páginas, revendo as mulheres**. Revistas femininas e relações homem – mulher - 1945-1964. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

_____ - “Mulheres dos anos dourados”. In: PRIORE, Mary Del (org.). **História das mulheres no Brasil**. 2 ed., São Paulo: Contexto, 1997.

BICALHO, Maria Fernanda Baptista. “A arte da sedução: a representação da mulher no cinema mudo”. In: COSTA, Abertina ; BRUSCHINI, Cristina (orgs). **Entre a virtude e o pecado**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1992.

_____ - Cinearte – 1926-1930. A política do estrelismo. Papéis Avulsos, n.21.

BORDO, Susan. “O corpo e a reprodução da feminilidade: uma apropriação de Foucault”. In: JAGGAR, Alison ; BORDO, Susan (orgs). **Gênero, corpo, conhecimento**. Rio de Janeiro: Record, Rosa dos Tempos, 1997.

BRETON, David Lee. “A síndrome de Frankenstein”. In: SANT’ ANNA, Denise Bernuzzi de.(org.) **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

BRUHNS, Heloísa Turini. “Corpos femininos na relação com a cultura”. In: ROMERO, Elaine (org). **Corpo, mulher e sociedade**. São Paulo: Papyrus, 1995.

BUCCI, Eugênio. A crítica de televisão. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias**. São Paulo: Boitempo, 2004.

CAPRA, F. **O ponto de mutação**. São Paulo: Cultrix, 1991.

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade**. Mídia, estilos de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablume, 2003.

CAVALCANTI, Ana Maria. **Revista Nova**. Agosto de 1993, p.16/18.

CHAGAS, Elaine Pardo. **Educação física**: reflexos das concepções dominantes sobre o controle do corpo feminino. Dissertação de Mestrado. Santa Maria – RS, 1991.

CHAHINE, Nathalie. As décadas. In: FAUX, Doroty Schefer et.al. **Beleza do século**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

CHAUÍ, Marilena. **Ética e violência**. Revista Teoria & Debate, outubro/novembro/dezembro, 1998.

CODO, Wanderley ; SENNE, Wilson. **O que é corpolatria**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

CORRÊA, Mariza. “Sobre a invenção da Mulata”. In: Cadernos Pagu – **Raça e Gênero**. Publicação do Pagu, Núcleo de Estudos do Gênero/UNICAMP, Campinas –SP, n. 6/7, 1996.

COURTINE, Jean Jacques. “Os stakhanovistas do narcisismo: boy-building e puritanismo ostentatório na cultura americano do corpo”. In: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi. **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

CRIPPA, Ana Maria de Souza. **Mulher: mito e sedução**. A utilização do corpo feminino no discurso publicitário. Tese de Doutorado. São Paulo: 1990.

DAOLIO, Jocimar. **Da cultura do corpo**. 4 ed. Campinas:Papirus, 1994.

D'INCAO, Maria Ângela. "Mulher e família burguesa". In: PRIORE, Mary Del. (org.). **História das mulheres no Brasil**. 2 ed.São Paulo: Contexto, 1997.

DUBY, George; PERROT, Michelle. **Imagens da mulher**. França: Edições Afrontamento, 1992.

DWECK, Ruth Helena; SABBATO, Alberto Di; SOUZA, FREDERICO, Teófilo de. **A beleza como variável econômica: reflexo nos mercados de trabalho e de bens e serviços**. Texto para discussão, 618. Rio de Janeiro: IPEA, 2005.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador** – uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

FERREIRA, Matilde ; MARTINS, Lígia. Revista de Psiquiatria & Psicopatologia. Nov., 1992, p.18.

FERREIRA, Roger; FRANÇA, Valéria. Revista Veja. Ano 30, n.1, 08/01/1997, p.68.

FISCHER, Claude. "Obeso benigno, obeso maligno". In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do corpo**. São Paulo:Estação Liberdade, 1995.

FLAX, Jane. "Pós-modernismo e relações de gênero na teoria feminista". In: HOLLANDA, Heloísa Buarque. **Pós-modernismo e política**. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Ideal de magreza dos anos 90 oprime mulher**. 12 de março de 1995, caderno 4, p.5.

FOLHA DE SÃO PAULO, 15 de maio de 1999, caderno 3, p.5.

FONTANEL, Béatrice. **Sutiãs e espartilhos- uma história de sedução**. São Paulo: Salamandra, 1998.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1987.

_____. **Microfísica do poder**. 9 ed., Rio de Janeiro: Graal, 1990.

_____. **História de sexualidade I – a vontade de saber.** Rio de Janeiro: Graal, 1998.

FRAGA, Alex Branco. “Anatomias emergentes e o bug muscular: pedagogias do corpo no limiar do século XXI”. In: SOARES, Carmem (org.). **Corpo e História.** Campinas: Autores Associados, 2001.

FREEDMAN, Rita. **Meu corpo ... meu espelho.** Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1994.

GILLIAM, Ângela e GILLIAM, Onik. “Raça Brasil: por quem, para quem”. In: Cadernos Pagu – **Raça e Gênero** – Publicação do Pagu – Núcleo de estudos do gênero/UNICAMP, Campinas- SP, 1996, n.6/7.

GUERRA, Lisette. **Retrato de modelo.** Zero Hora.

GOLDENBERG, Mirian. Apresentação. In: _____ (org.). **Nu & Vestido.** Rio de Janeiro: Record, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna.** São Paulo: Loyola, 1989.

HOLANDA, Heloisa Buarque de. **Pós-modernismo e política.** Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo.** A lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 2002.

KELH, Maria Rita. Com que corpo eu vou? In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias.** São Paulo: Boitempo, 2004a.

_____. Fetichismo. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias.** São Paulo: Boitempo, 2004b.

LAURETIS, Teresa de. “A tecnologia do gênero”. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque (org.). **Tendências e impasses** – o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LE MONDE, 3 de setembro, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher – permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LUCERO, Nelson. “O corpo redescoberto”. In: ROMERO, Elaine (org.). **Corpo, mulher e sociedade**. Campinas: Papirus, 1995.

MALYSSE, Stéphane. Em busca dos (H)alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). **Nu & Vestido**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

MANINI, Daniela. “A crítica feminista à modernidade e o projeto feminista no Brasil nos anos 70 e 80”. In: Cadernos AEL – **Mulher, história e feminismo** – n. ¾, Campinas: AEL, 1995/1996.

MEDINA, João Paulo. **O brasileiro e seu corpo**. 3 ed. Campinas: Papirus, 1991.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. 5 ed. São Paulo: Hucitec/Abrasco, 1998.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas – o caso da Editora Abril**. Tese de Doutorado, UNICAMP, Campinas, 1997.

OLIVEIRA, Rosiska Darcy de. **Elogio da diferença. O feminismo emergente**. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

PEREIRA, João Baptista Borges. “A linguagem do corpo na sociedade brasileira: do ético ao estético”. In: QUEIROZ, Renato da Silva. **O corpo do brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000.

PISCITELLI, Adriana. “Comentários sobre a revista Raça Brasil”. In: Cadernos Pagu – **Raça e gênero** – Publicação do Pagu – Núcleo de estudos do gênero/UNICAMP, Campinas, 1996, n.6/7.

PIZA, Edith. “Da cor do pecado”. In: Revista Estudos Feministas, vol.3, n.1, Rio de Janeiro:IFCS/UFRJ e PPCIS/UERJ, 1995.

PRIORE, Mary Del. **Corpo a corpo com a mulher**. São Paulo: SENAC, 2000.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva**. São Paulo: CERU e FFLCH/USP, 1983.

QUEIROZ, Renato da Silva ; OTTA, Ema. “A beleza em foco: condicionantes culturais e psicobiológicas na definição da estética corporal. In: QUEIROZ, Renato da Silva (org.). **O corpo do brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000.

QUEIROZ, Teófilo. “Beleza da mulher e a literatura brasileira”. In: QUEIROZ, Renato da Silva (org.). **O corpo do brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000.

QUINET, Antonio. “Medicina alia ciência médica ao discurso capitalista”. O Estado de São Paulo, 31/05/1997, p. 6.

RAGGO, Margareth. “Trabalho feminino e sexualidade”. In: PRIORE, Mary Del (org.). **História das mulheres no Brasil**. 2ed. São Paulo: Context, 1997.

_____. “Adeus ao feminismo? Feminismo e (pós) modernidade no Brasil”. In: Cadernos AEL. **Mulher, história e feminismo**. n. 3/ 4, Campinas: ARL, 1995/1996.

Revista Veja, São Paulo, 22 de novembro de 1995, p. 114.

Revista Veja, São Paulo, 8 de dezembro de 1999, p.192.

Revista Veja, São Paulo, 17 de janeiro de 2001, p.84.

ROUSSO, Fabienne. A beleza através da história. In: FAUX, Doroty Schefer et.al. **Beleza do século**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

SAMARA, Eni de Mesquita; SOIHET, Rachel; MATOS, Maria Izilda. **Gênero em debate**. Trajetória e perspectivas na historiografia contemporânea. São Paulo: Educ, 1997.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: Fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi (org.). **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

_____. **Corpos de passagem**. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.

_____. É possível realizar uma história do corpo? In: SOARES, Carmem (org.). **Corpo e história**. Campinas: Autores Associados, 2001.

SAFFIOTI, Heleieth. "Rearticulando gênero e classe social". In: COSTA, Albertina de Oliveira ; BRUSCHINI, Cristina (org.). **Uma questão de gênero**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1992.

SCAVONE, Lucila. "Recursos conceituais: feminismo e ciências sociais". In: _____ (org.). **Tecnologias reprodutivas**. São Paulo: UNESP, 1996.

_____. **Dar a vida e cuidar da vida**. São Paulo: Unesp, 2004.

SCHPUN, Mônica Raisa. **Beleza em jogo**. São Paulo: Boitempo, 1999.

SCOTT, Joan. "História das mulheres". In: BURKE, Peter. **A escrita da história – novas perspectivas**. São Paulo: UNESP, 1992.

SIEBERT, Raquel Stela de Sá. "As relações de saber-poder sobre o corpo". In: ROMERO, Elaine (org.). **Corpo, mulher e sociedade**. Campinas: Papirus, 1995.

SOIHET, Rachel. "Mulheres pobres e violência no Brasil urbano". In: PRIORE, Mary Del (org.). **História das mulheres no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 1997.

SOUZA, Maria Cristina de. "Mulher tem gordura mental, diz pesquisa". Folha de São Paulo, 11 de julho de 1999, caderno 3, p.9.

TUBERT, Silvia. **Mulheres sem sombra** – maternidade e novas tecnologias reprodutivas. Rio de Janeiro: Rosa do Tempos, 1996.

VIGARELLO, Georges. “Panóplias corretoras: balizas para uma história”. In: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

_____. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

SOARES, Carmem (org.). **Corpo e história**. Campinas: Autores Associados, 2001.

WAJNRYT, Elisabeth. Viver Revista da Psicologia.

WOF, Naomi. **O mito da beleza**. Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.