

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

“EM UM CORPO PERFEITO TODO MUNDO REPARA”:

Estratégias e Submissões do Corpo Feminino na Cultura de Consumo

Recife, março de 2003

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

“EM UM CORPO PERFEITO TODO MUNDO REPARA”:

Estratégias e Submissões do Corpo Feminino na Cultura de Consumo

Monografia apresentada pela aluna Roberta de Sousa Melo ao Colegiado do Departamento de Ciências Sociais, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Sociais.

Sob a orientação da Prof

^a. Dr^a. Roberta Bivar Carneiro Campos.

Recife, março de 2003

SUMÁRIO

Apresentação	1
Introdução	3
Capítulo 1	
Nos Rastros Culturais do Corpo	6
1.1. História, Cultura e Corpo	7
Capítulo 2	
A Mulher e o Espelho: Uma Relação de Amor e Ódio	11
2.1. Reflexos do Espelho na Sociabilidade Feminina	12
2.2. Reflexos do Espelho na Subjetividade Feminina	19
Capítulo 3	
Reflexos Negativos do Espelho	22
3.1. O Corpo Feminino e Seus Conflitos na Cultura de Consumo	23
Capítulo 4	
Corpo, Saúde e Significados	42
Considerações Finais	46
Bibliografia	50

APRESENTAÇÃO

Em frente ao espelho, o corpo feminino reflete, planeja, sofre ou contenta-se. Este é um momento em que a mulher poderá ter alguma idéia do “impacto” que seu corpo provocará publicamente. No entanto, trata-se de suposições, já que as conseqüências de sua aparência só serão realmente definidas no momento social.

Parte do título deste trabalho foi inspirado na fala de uma das entrevistadas durante a coletada de dados, que argumentava ser importante cuidar do corpo porque “*em um corpo perfeito todo mundo repara*”. Acredito que este depoimento reflete bem a idéia de que, o “corpo perfeito”, que “todo mundo repara”, é, a um só tempo, marcado por estratégias, recompensas e muito consumo e sacrifício por parte de quem o possui. Ter um corpo bonito e admirado é “padecer no paraíso”. Por trás da aparente ostentação de sucesso pelo corpo “perfeito”, escondem-se dificuldades e submissões.

É justamente este olhar social e seus mecanismos de controles e/ou de recompensas, que possibilitam pensar no corpo e na afetividade feminina sob uma ótica cultural, tal como é estabelecido no **primeiro capítulo**, intitulado “**Nos Rastros Culturais do Corpo**”, onde se realiza uma breve descrição da relação dos indivíduos com seu corpo ao longo do tempo. Para tanto, utilizei-me da literatura disponível no que concerne à temática cultural do corpo.

Nos capítulos seguintes, passo a articular os dados coletados em campo com o aparato teórico adequado a cada um dos tópicos de que trato.

No **segundo capítulo**, intitulado “**A Mulher e o Espelho: Uma Relação de Amor e Ódio**”, tem-se a percepção de algumas estratégias do corpo feminino na busca da “felicidade social”, que, conseqüentemente, parece favorecer a satisfação pessoal, sendo que o consumo é o motor principal deste processo.

O **terceiro capítulo** diz respeito às submissões do corpo e da afetividade feminina na cultura de consumo, ressaltando, desta forma, uma oposição à tão propalada auto-estima, vendida pelos agentes do controle corporal. Portanto, este capítulo, intitulado “**Reflexos Negativos do Espelho**”, trata do forte controle social e afetivo sofrido pela mulher na atual cultura do narcisismo, e dos mecanismos que contribuem para esta desesperada busca do “corpo ideal”.

No **quarto capítulo**, denominado “**Corpo, Saúde e Significados**”, procuro situar alguns valores sociais atribuídos ao corpo saudável e, principalmente, de que forma esses valores são disseminados.

Por fim, no capítulo das “**Considerações Finais**”, estabeleço uma análise geral dos dados coletados, reforçando as idéias expostas durante este trabalho, na tentativa de contribuir para uma visão cultural acerca do atual culto ao corpo feminino.

INTRODUÇÃO

Grande parte da literatura sociológica e antropológica recente tem dispensado bastante atenção ao corpo e às emoções nos processos de transformações da sociedade contemporânea. Muitos autores percebem, em nossos dias, uma necessidade dos indivíduos não só de sentir, como também de mostrar prazer e satisfação pessoal, sendo que o consumo voltado para o corpo vem sendo uma estratégia para alcançar tais objetivos.

A indústria do corpo exprime-se na proliferação de academias de ginástica, clínicas de estética e emagrecimento, spas etc. Tudo isso nos aponta para a importância da estética corporal na sociedade contemporânea, na qual parece evidente uma forte aversão à gordura, ao desleixo, à velhice, e a tudo que possa comprometer o capital simbólico do corpo. Nesse sentido, a busca intensa por recursos como musculação, cirurgias plásticas, próteses, regimes etc., indica-nos uma nova relação dos indivíduos com seu corpo, e novos projetos de vida que estão por trás desse processo.

Partindo dessas considerações, este estudo preocupou-se justamente em investigar a maneira pela qual mulheres recifenses, consumidoras dos serviços de academias de ginástica e clínicas de estética, estão experimentando tais particularidades da sociedade pós-industrial. Mais precisamente, buscou-se apreender o modo como estas mulheres estão vivenciando a construção de sua subjetividade e elaborando seus projetos de vida através do corpo e da afetividade, e como tal processo se desenvolve no âmbito da cultura de consumo. É válido

salientar que, neste trabalho, a subjetivação foi considerada como um processo de agenciamento (GUATTARI, 1992). Nesses termos, trata-se de uma interioridade que só faz sentido no mundo exterior ao indivíduo. Assim, a interação e a agregação com o exterior, enfim, o “estar no mundo de fora”, são noções fundamentais para compreender o “eu” que vem sendo vivenciado através do processo contemporâneo de corpolatria. Rompe-se, portanto, com a idéia do self como o que há de mais interiorizado e estável. Em seu lugar, percebe-se um sujeito em formação constante.

O desenvolvimento deste trabalho foi orientado pelo reconhecimento do corpo feminino não só como sujeito e instrumento de sociabilidade, mas também como objeto, passivo diante da cultura. Portanto, utilizou-se, aqui, a concepção de Mauss (1974), a qual percebe o corpo como sendo, simultaneamente, objeto e sujeito da cultura.

QUANTO À METODOLOGIA:

O trabalho de campo foi realizado em academias de ginástica e clínicas de estética de bairros de classe média da cidade do Recife, no período de novembro de 2001 a agosto de 2002. Após a permissão dos proprietários dos locais visitados, buscava-se o resgate das experiências pessoais de consumidoras de próteses, musculação, dieta etc.

Foram aplicadas entrevistas semi-estruturadas, através das quais as entrevistadas relataram suas vivências no que concerne às transformações corporais e afetivas proporcionadas pelo consumo.

O grupo de informantes apresentou variações na faixa etária, no perfil profissional etc. No entanto, houve algum padrão: de modo geral, as entrevistadas situava-se na faixa dos 20 aos 35 anos de idade, e, em sua maioria, eram profissionais liberais (advogadas, médicas, professoras, representantes comerciais etc.). A abordagem das entrevistadas deu-se de forma aleatória. Ou seja, eram solicitadas informações destas mulheres quando estavam chegando ou saindo da clínica ou das academias. A etapa de coleta de dados tornou-se problemática, uma vez que, ao chegarem a estes locais de práticas corporais, as consumidoras pretendiam imediatamente praticar seus cuidados com o corpo, o que dificultava a realização das entrevistas. Por outro lado, ao término destas práticas, muitas mulheres justificavam que não poderiam ficar mais tempo na academia, devido às suas obrigações cotidianas que deveriam cumprir. Era necessário, portanto, voltar várias vezes a estes locais, a fim de conseguir quantidade suficiente dos dados.

Muitas entrevistadas também demonstravam uma certa resistência em prolongar sua fala quanto às suas motivações e experiências afetivas envolvidas no processo de cuidados com seu corpo. Para suprir esta carência etnográfica, ampliou-se o número de entrevistas.

O método qualitativo foi utilizado por ser mais adequado aos intuítos deste trabalho, que procurou focar elementos afetivos envolvidos na relação das informantes com seu corpo, tais como sofrimento, satisfação, motivações, desejos, prazer etc.

A análise dos dados se fez através da análise de conteúdo das entrevistas, concentrando-se, principalmente, nas falas afetivas das entrevistadas.

Capítulo 1 NOS RASTROS CULTURAIS DO CORPO

1.1 HISTÓRIA, CULTURA E CORPO

“O corpo e o uso que dele fazemos (...), constitui, nas mais diversas culturas, um universo no qual se inscrevem valores, significados e comportamentos, cujo estudo favorece a compreensão da natureza e da vida sócio-cultural” (QUEIROZ & OTTA, 2000: 19).

Considerando-se o corpo como lugar privilegiado das marcas da cultura (SOARES, 1999), faz-se necessário situá-lo ao longo do tempo, este que *“constitui um elemento importante na análise de uma cultura”* (LARAIA, 1986: 103).

Se voltarmos nossa atenção para as mais diversas e antigas sociedades, perceberemos especificidades na concepção e relação dos indivíduos com seu corpo. Na visão naturalista e cristã do corpo, por exemplo, este aparece subordinado à ordem da natureza e submetido às regras morais e aos desígnios de Deus.

Phillipe Ariès (1995) analisou uma série de escritos de diversas épocas que, ao que parece, pretendiam ajudar na formação de uma sociabilidade mais agradável entre os indivíduos,

visando, sobretudo, ao controle do corpo. Acreditava-se que, controlando-se o corpo, controlar-se-iam as paixões.

Nobert Elias (1993) também construiu um argumento importante e pertinente: ao descrever a Sociedade Cortesã, ele percebe a cristalização de dois processos: a *racionalização* e a *psicologização*, fenômenos que, segundo ele, permanecem até a sociedade capitalista burguesa. A idéia de *psicologização* corresponde ao esforço e à disposição de estar sempre analisando a si mesmo e o outro. Na sociedade cortesã, onde se buscava incessantemente o prestígio social, a aparência era muito importante. O que importava não era o lucro, e sim a produção de capital simbólico. Os indivíduos procuravam mostrar que tinham uma determinada posição na sociedade. Havia uma exigência constante de se fazer a análise da posição do indivíduo no arranjo social, ou seja, havia a necessidade de *psicologização*. A todo o momento, era necessário o controle do corpo e das pulsões emocionais. Era fundamental apresentar-se bem, portar-se bem, para não pôr em risco o capital simbólico. E tais características, segundo o autor, permanecem nos dias de hoje.

Já Foucault (1997), em “*Vigiar e Punir*”, estabelece a abordagem da sociedade moderna onde o poder disciplinar regulamenta e controla o corpo dos indivíduos, produzindo-se, dessa forma, o corpo dócil, eficaz economicamente e submetido politicamente. Nesse sentido, a sociedade moderna seria fundada na repressão; suas instituições (escolas, hospitais, quartéis), teriam como função principal o controle do comportamento dos indivíduos.

Por outro lado, na Modernidade, triunfará o interesse pelo corpo e um tipo particular de trato corporal (SILVA, 1999). Esse período, caracterizado pela abolição das ordens antigas, pela supremacia da racionalidade subjetiva e pelo processo de subjetivação, será marcado,

também, pelo individualismo, e, obviamente, pelo interesse do indivíduo por si mesmo. O antropocentrismo descarta a impotência do homem diante de Deus e das leis da natureza. Assim, o corpo vai se desvinculando da concepção do fixo e imutável. Mas é na atualidade que essas características parecem ter maior impacto. Na sociedade contemporânea, percebe-se a cultura de interesse pelo corpo e um tipo particular de cuidado corporal. Isso pode ser verificado na tendência cada vez mais forte de liberá-lo de suas origens culturais, morais, genéticas e religiosas (SANT'ANNA, 2001).

O corpo, atualmente, é pensado como fonte de prazer (VAZ, 1999). A grande procura pelos serviços das academias de ginástica e por intervenções na estética corporal são características que nos apontam para uma nova relação com o corpo e os novos projetos de vida que estão por trás desse processo.

A busca pela estética perfeita (ou, pelo menos, pela boa aparência), como forma de mostrar o melhor de si, parece ter adquirido importância vital em nossos dias. Tendo como um de seus fortes aparatos o discurso médico, a corpolatria adquire cada vez mais proeminência. Ademais, a “auto-realização” e o “bem-estar pessoal” são valores pregados incessantemente pela cultura contemporânea, e o consumo voltado para o corpo é um meio cada vez mais procurado para realizar tais desejos.

A mídia, outro grande sustentáculo da hipervalorização estética, sugere constantemente o corpo como sendo “*moldável pela ação da força de vontade*”, reforçando, dessa forma, “*o paradigma de um corpo autoplástico*” (MALYSSE, 2002: 101). Não há mais desculpas: no mercado há vários recursos para você se sentir bem com seu corpo. Nesse contexto, a indústria do corpo dispõe de muitas alternativas que permitem à mulher rejeitar tudo aquilo que

impeça seu bem-estar e sua auto-estima. Assim, em troca de satisfação pessoal, o corpo requer o investimento de tempo, dinheiro, responsabilidades e sacrifícios.

É nessa lógica que a insatisfação estética e a incessante busca do ‘corpo ideal’ incitam a indústria da forma física que abrange desde nutricionistas e cirurgiões plásticos até a indústria da informação, passando pela indústria farmacêutica (SABINO, 2000).

Partindo desta localização sócio-histórica, pretendo, nos capítulos seguintes, estabelecer uma análise da vivência do corpo feminino no espaço contemporâneo, estabelecendo uma articulação entre os dados coletados e o aparato teórico consultado.

Capítulo 2 A MULHER E O ESPELHO: UMA RELAÇÃO DE AMOR E ÓDIO

2.1 REFLEXOS DO ESPELHO NA SOCIABILIDADE FEMININA

Durante o trabalho de campo, tornava-se cada vez mais evidente, pela fala das entrevistadas, o papel da estética corporal enquanto produtora de satisfação pessoal, o que contribuía para os relacionamentos afetivo-sociais dessas mulheres. De fato, ao que parece, elas estavam cada vez mais interessadas em construir um corpo que possa ser utilizado como instrumento de promoção social e ascensão, seja no campo dos relacionamentos afetivos, seja nos setores do mercado de trabalho que exijam boa forma (SABINO, 2000).

A recorrência à academia de ginástica e/ou à clínica de estética, foi, de modo geral, relatada pelas informantes como consequência da necessidade de “*cuidar de si*”, prática inerente à cultura do narcisismo (LASCH, 1983), remetendo à produção de “*uma preocupação narcisista, hedonista, com o ego*” (GIDDENS, 1991: 124):

“Resolvi cuidar mais do meu corpo para a satisfação do ego. Para me sentir bem”.

(A., 26 anos).

“Eu passei a me cuidar mais quando eu acabei um namoro de muito tempo. Aí eu pensei: ‘Agora é minha vez’”.
(A., 25 anos).

O corpo constitui, desse modo, o objeto privilegiado do seu amor próprio: a tão propalada auto-estima (KEHL, 2002). Essa lógica é, em grande parte, incitada pela indústria do corpo. O prazer, ou pelo menos sua promessa, torna-se um incentivo para os produtos comercializados em uma sociedade capitalista (GIDDENS, 1993). Ao que parece, vivemos em capitalismo da superprodução, onde o consumo não é mais por necessidade. Consome-se muito mais para produzir prazer (VAZ, 1998).

Na relação existente entre o corpo feminino e as emoções, percebe-se um outro efeito produzido pelos cuidados corporais no cenário atual: a prática de cuidados com o corpo, de acordo com algumas falas, possui uma função terapêutica:

“As atividades físicas me dão o maior prazer que você possa imaginar. Eu saio da academia muito feliz, olhando o céu e dizendo: ‘Como o céu está lindo hoje...’. Por mais chateada que eu chegue aqui, ou mesmo que tenha acontecido alguma coisa, que eu tenha brigado no trânsito, que eu tenha pegado um engarrafamento, ou que eu tenha problema em casa... por mais que eu traga problemas, quando eu saio, eu saio dizendo que está tudo ótimo”.

(R., 24 anos).

“O prazer que eu sinto é porque eu saio do estresse da vida, da rotina, do corre-corre, estudo, prova, faculdade, essas coisas... E quando chego aqui eu relaxo, encontro com outras pessoas, danço, brinco...”

(L., 26 anos).

“O exercício físico proporciona uma atitude positiva na vida. Você fica mais alegre, mais predisposta, com mais energia”.

(C., 48 anos).

O trato corporal, neste intuito, destina-se à condição de atenuador das tensões psicológicas provocadas pelo cotidiano contemporâneo. É o corpo um refúgio e uma opção de resistência aos ataques do dia-a-dia. Em outras palavras, “*o narcisismo parece realisticamente representar a melhor maneira de lutar em igualdade de condições com as tensões e ansiedades da vida moderna*” (LASCH, 1983: 76).

O CORPO COMO INTERSEÇÃO ENTRE O “EU” A SOCIEDADE

Por um momento, poder-se-ia pensar neste corpo feminino como o que há de mais individual e privado. De fato, percebo, quanto a isso, o corpo como espaço de individualidade, como locus de poder do indivíduo sobre si mesmo, no sentido de que será ele que determinará a construção de sua própria imagem, de acordo com sua identidade pessoal. Existe, nesse caso, um sentido libertador. No entanto, os dados coletados nos apontam, simultaneamente, para uma questão que se estende, ou seja: o corpo não se limita ao indivíduo. Ele participa da cena social, e sua história só assume todo o seu significado ao nível do cotidiano (LE GOFF, 1989), da mesma forma que, “*em seu conceito de ‘eu espelho’, Cooley observava que os indivíduos tomavam a si mesmos como objetos, através dos olhos dos outros, isto é, por meio das interpretações daqueles com quem interagem*”. (DOMINGUES, 2001: 25).

O que quero dizer é que, não só o corpo, mas também os modos de sentir e o estado mental valorizados pela indústria estética, só adquirem sentido ao nível do social. Este corpo, embutido de investimentos, é sensível à temática latente da gratificação (BAUDRILLARD, 1978). O prazer, a auto-estima e a satisfação pessoal dependem de “uma segunda opinião”, do olhar do outro, e de que seja aprovada a condição estética em que o corpo feminino encontra-se. É como se fosse a “recompensa pelos esforços”:

“Olha, eu já emagreci... (...). O comentário é que eu ‘tô’ mais magra... Quando eu colocar o biquíni, agora eu vou mais satisfeita para a praia”.

(A., 27 anos).

“Tem coisa melhor do que você se olhar no espelho e se achar atraente, com um corpinho sequinho, ou não ter vergonha de tirar a roupa na frente do marido ou namorado.. ?”

(A., 27 anos).

A cultura corporal é, portanto, um elemento preparatório de uma aparição pública (SCHPUN, 1997). Trata-se de um processo de ajustamento social realizado via corpo (FRAGA, 2001). Nesse processo, roupas, cosméticos, atividades físicas, formam um conjunto de produtos cobiçados, destinados a ser o camarim onde o ator social cuida daquela parte de si mesmo que vai exibir como se fosse um cartão de visitas de carne e osso (LE BRETON, 1985).

Em relação ao olhar social, o corpo narcísico se abre ao mundo exterior, e seus objetivos estão ligados à sua auto-contemplação (VILLAÇA, GÓES & KOSOVSKI, 1998). Malysse (2002) também analisa a questão dessa maneira, considerando que o culto ao corpo e

os jogos da aparência só são válidos porque se inscrevem em uma cena vasta”, ou seja, tem-se a impressão de que o corpo precisa ser “*teatralizado*”, tornando-se, dessa forma, elemento central das ritualizações sociais.

Pareceu-me bastante evidente que, à medida que as entrevistadas percebiam que seu corpo estava adequando-se ao modelo culturalmente imposto, elas tornavam-se mais confiantes em suas relações sociais:

“As mudanças do meu corpo estão sendo muito importantes. Primeiro porque aumenta muito a auto-estima. A gente quando ‘tá’ gordinha, com celulite, com varizes, tende a ficar mais tímida, ‘né?’ E ficando com tudo em cima a gente fica mais à vontade”.

(M., 45 anos).

“Se você acha que emagreceu um pouquinho, que melhorou, então daí você já se acha mais bonita, você bota uma roupa e já acha que ficou melhor... Então com isso você se relaciona melhor... com a sociedade mesmo...”.

(M., 30 anos).

Conseqüentemente, estar com uma “boa aparência” exprime a possibilidade de conquistar um espaço na vida social, tão disputada em suas várias esferas. A boa aparência prometeria prestígio social. O corpo, para essas mulheres, parecia ser um forte aliado para suas conquistas, e materializava a possibilidade de se relacionar com as outras pessoas de um modo igualitário (GIDDENS, 1993). Em suma, o corpo é encarado como um valor (GOLDENBERG & RAMOS, 2002); e, nesses termos, a aparência se torna uma espécie de capital corporal a ser investido em harmonia com a lógica do lucro inerente ao mercado (SABINO, 2000).

O corpo tem suas estratégias (VILLAÇA, GÓES & KOSOVSKI, 1998). Sua apresentação materializa o estilo de vida de quem o possui, estilo este que é valorizado ou rejeitado pela sociedade. Afinal, falamos de “*uma cultura onde o corpo é o critério básico de*

reconhecimento e classificação” (SABINO, 2000). Desse modo, o corpo ganha destaque no processo de mobilidade social. Com isso, quero dizer que percebo alguns valores através das informações da ordem do belo (FREITAS, 1998).

“Como já demonstrou Bourdieu, a linguagem corporal é marcadora de distinção social, ocupando posição fundamental na sua argumentação e construção teórica que coloca o consumo alimentar, cultural e a forma de apresentação (incluindo o consumo de vestuário, artigos de beleza, higiene de cuidados e manipulação do corpo em geral) como as três mais importantes maneiras de distinguir-se” (KEHL, 2002).

Portanto, é a indústria voltada para a estética corporal que se dispõe a realizar tais ambições. É ela que oferece poder ao proprietário do corpo. Nesta discussão, é interessante fazer referência à proposta de Donna Haraway (2002), que percebe aspectos positivos nas novas tecnologias, as quais seriam, segundo ela, libertadoras. Nesse sentido, a tecnologia se dispõe a realizar a subjetividade feminina e promove a liberação do corpo e do eu. Ou seja, com a ajuda da tecnologia, adquirimos poder e rompemos fronteiras. É possível reconstruir o próprio corpo com a ajuda dos avanços tecnológicos e científicos – cosméticos, cirurgias, usos de próteses, ginástica, regimes etc (SANT’ANNA, 2001). Assim, temos o poder de rejeitar algumas características naturais do corpo que nos causam desconforto e elaborarmos uma nova estética, a nosso agrado. Há uma real possibilidade de se reduzir a distância entre o que quer o pensamento e o que quer o corpo (VAZ, 1998). Eis que surge a oportunidade de fazer do corpo um objeto gratificante. Visto desse modo, o corpo mostra-se como um lugar de fascínio, sedução, criação de alianças, via pactos estéticos, que celebram o prazer e a criatividade (VILLAÇA & GÔES, 1998).

Na nossa cultura, várias das características femininas relacionadas à atividade e à sinalização sexual têm sido acentuadas pela moda e pela cirurgia plástica – implantes de silicone, lipoaspiração etc. (QUEIROZ & OTTA, 2000). Essas intervenções corporais foram apontadas pelas informantes como positivas, embora houvesse limites a serem respeitados. Haveria por exemplo, o momento certo para tais práticas, que seriam, geralmente, um recurso último, quando as práticas tidas como “naturais” (a malhação, por exemplo), já não surtisses o efeito desejado:

“Acho que tudo tem seu tempo (...). Tem meninas que, a meu ver, não necessitam de uma lipoaspiração, mas porque têm dinheiro e querem resultados mais rápidos se submetem a cirurgias desnecessárias no momento. Claro que se a pessoa estiver com a barriga grande demais e puder fazer a cirurgia, tudo bem”.

(H., 21 anos).

“Eu não tenho nada contra não... agora, eu acho que, se for no caso de uma lipoaspiração, por exemplo, antes você deve procurar uma reeducação alimentar, procurar fazer um exercício. Mas se com tudo isso você ainda não conseguiu tirar aquele probleminha, e alguma coisa que ‘tá’ lhe incomodando, eu acho que não tem problema nenhum, você deve fazer”.

(M., 30 anos).

“Eu acho que tem outros recursos que você pode utilizar antes de chegar a uma cirurgia plástica. Eu acho que as pessoas hoje em dia fazem por qualquer coisa: se ‘tá’ com uma gordurinha, faz uma lipo... Mas poderia malhar, correr, fazer uma dieta...”.

(C., 48 anos).

Esse tipo de fala foi mais recorrente nas academias de ginástica, embora as informantes das clínicas de estética também demonstrassem cautela quanto ao uso desses recursos.

Buscamos, também, apreender sua opinião quanto à utilização da cirurgia plástica pelos homens. Geralmente elas levavam a questão para o âmbito da “democratização dos cuidados de si”. Ou seja, segundo as entrevistadas, homens e mulheres deveriam ter “direitos iguais” no que concerne à preocupação estética e à busca da satisfação pessoal:

“Acho que independente do sexo, tem mais é que cuidar do corpo, o que faz bem à mente. Então, acho que vale...”.

(E., 37 anos).

“Eu dou valor. Acho que tudo que for para o seu bem, para se sentir melhor, esteticamente, fisicamente, acho válido”.

(L., 28 anos).

“Acho que eles têm os mesmos direitos que as mulheres. Todos nós ‘tamos’ no mesmo direito”.

(R., 24 anos)

“Acho que se for pra eles se realizarem, se sentirem mais à vontade, eu acho que devem fazer”.

(L., 26 anos).

Os cuidados corporais exprimem a tentativa de cada indivíduo sentir-se melhor, mais satisfeito, o que seria, para estas mulheres, um direito que não se limita à vaidade feminina.

2.2 REFLEXOS DO ESPELHO NA SUBJETIVIDADE FEMININA

Goldenberg & Ramos (2002) observam que, no atual contexto social e histórico, profundamente marcado pela instabilidade, os meios tradicionais de produção de identidade, tais como a família, a religião e a política, entre outros, estão perdendo a força de outrora. Dessa

forma, os indivíduos recorrem cada vez mais ao corpo como meio de expressão (ou representação) do eu.

Levando em consideração tudo o que foi argumentado até agora, torna-se evidente a noção de uma identidade individual com ênfase na identidade corporal (SILVA, 1999). Contemporaneamente, os processos de subjetivação passam pela administração do espaço corporal, pela sua ritualização (VILLAÇA, GÓES & KOSOVSKI, 1998). Esta condição opõe-se à antiga teoria do self.

De acordo com Dòmenech, Tirado e Góes (2001), a concepção tradicional de self, pensada em termos puramente psicológicos, limitada ao “eu” e ao que há de mais latente e interiorizado, deve ceder lugar a uma nova abordagem. Desse modo, eles sugerem o abandono da idéia de um sujeito universal, estável, totalizado, utilizando, ao invés disso, o argumento de uma subjetividade socialmente construída, dialógica, descentrada e nômade. Vejamos essa abordagem na fala de uma entrevistada:

“Depois que eu entrei na academia, eu mudei. Mudou tudo. Eu consegui ter outra imagem em relação a mim mesma”.
(H., 21 anos).

Não se pode falar, aqui, de uma identidade estática. Na pós-modernidade, a identidade é cada vez mais flexível (SWEETMAN, 2000). Considerando esses aspectos, acredito, será possível apreender os processos de subjetivação próprios das práticas corporais contemporâneas investigadas neste estudo, as quais são práticas sociais que não podem ser reduzidas à antiga versão do sujeito.

As falas das entrevistadas refletem, em sua maioria, a idéia de uma identidade que depende de agenciamentos:

“Quando seu corpo começa a mudar, e você recebe elogios das pessoas, a auto-estima melhora muito”.

(A., 26 anos).

Alguns autores sugerem, ainda, que há uma tendência em considerar o corpo como aquilo que é mais próximo da identidade do ser. Em outras palavras, hoje é pela aparência física, sobretudo, que se comprova aquilo que cada um quer mostrar de sua subjetividade (SANT’ANNA, 2001). Essa tendência é bem revelada nas palavras de uma das entrevistadas:

“Eu acho que você não consegue dissociar a pessoa do corpo”.

(C., 32 anos).

Pode-se afirmar, com isso, que a busca por uma melhor aparência física corresponde à constante tentativa de elevar suas possibilidades de inclusão nas relações com o outro. E, nesse caso, os atuais movimentos de identificação e representação se dão paradoxalmente por meio da transmutação do corpo (VILLAÇA, GÓES & KOSOVSKI, 1998).

A atualidade lida com *“expressões corporais do self”*.

Quanto a essas novas formas de subjetividade, é interessante mencionar a abordagem de Haraway (2000), sobre a forma pela qual a biotecnologia está construindo nossos corpos: de acordo com a autora, as realidades da vida moderna provocam uma relação tão íntima entre as pessoas e a tecnologia que não é mais possível dizer onde nós acabamos e onde as máquinas começam. Desse modo, já não somos puramente humanos: estamos nos construindo a partir do entrelaçamento da máquina e da carne.

O “eu” na sociedade narcisista atual se constrói, por exemplo, no contato do indivíduo com as próteses de seu corpo, ou com as máquinas da academia de ginástica.

Trata-se de entender a subjetivação como processos de agenciamentos. O “eu” já não é mais intrínseco à mente ou à alma. Agora, ele depende de agenciamentos, ou seja, contém componentes heterogêneos, tanto de ordem biológica, quanto social, maquínica, gnosiológica ou imaginária (VILLAÇA, GÓES & KOSOVSKI, 1998).

O “eu” além da pele significa um estar no mundo, entre tudo e entre todos, onde tudo nos afeta.

Capítulo 3 REFLEXOS NEGATIVOS DO ESPELHO

3.1 O CORPO FEMININO E SEUS CONFLITOS NA CULTURA DE CONSUMO

“É sobre o corpo que as normas da civilidade se exercem com maior rigor”
(FOUCAULT, 1997: 25).

A função de produtor de satisfação pessoal e de sociabilidade, tão atribuída ao corpo pelo mercado da estética, pode trazer, consigo, elementos de conflito.

A história de muitas das entrevistadas explicita o sofrimento como consequência de não se atingir o modelo corporal culturalmente imposto. A dimensão estética, portanto, não é apenas um espaço de poder e de prazer, como a indústria cultural promove. É isso que nos demonstram algumas falas:

“Quando eu estava acima do meu peso, eu preferia nem sair de casa; eu me sentia do tamanho do mundo, ficava mal-humorada e não conseguia me relacionar com ninguém”.

(H., 21 anos).

“Quando eu não estou bem com meu corpo, eu me sinto inferior a determinados tipos de pessoa; me sinto tímida, recalcada para lidar com as pessoas”.

(L., 26 anos).

Ter um corpo fora dos padrões é um grande terror contemporâneo. Não é à toa que doenças como anorexia e bulimia, ambas relacionadas ao afetivo e ao corpo, estão atingindo grandes proporções e recebendo atenção de especialistas, principalmente da área da saúde.

Estas características nos indicam que o processo de liberação do corpo não é algo tão simples para as mulheres, pois há todo um controle social e cultural que interfere na expressão de seu corpo e de suas emoções.

A não-adequação do corpo limita o grau de sociabilidade. O sentimento de inferioridade das “inadequadas” se acirra nessa situação. Nesse caso, o corpo torna-se metáfora da sociedade, encarnando desigualdades sociais (MALYSSE, 2002).

A aparência termina por assegurar na sociedade a dominação de certos grupos ou de certos indivíduos sobre os outros (BRASIL, 1988), influenciando nos modos de sentir dos indivíduos e nos seus modos de apresentar-se fisicamente à sociedade. Portanto, a exibição cada vez mais freqüente dos corpos das mulheres exige uma disciplina ‘civilizadora’, capaz de assegurar que essa maior visibilidade obedeça a códigos da apresentação e do comportamento corporal (SCHPUN, 1997).

O mundo contemporâneo desenvolve uma série de conhecimentos, técnicas e discursos que aparecem não só como operadores, mas também como legitimadores do controle corporal (VAZ, 1999).

Torna-se cada vez mais necessário, para o indivíduo da sociedade da informação, adquirir mais e mais conhecimentos sobre o corpo. Os disperseiros do culto ao corpo lançam essas informações como soluções para uma melhor qualidade de vida, em todos os sentidos que esse termo possa abranger.

No entanto, para além do prazer e da satisfação pessoal, algumas informantes encaravam os tratos corporais como uma necessidade, uma obrigação:

“Depois que você faz atividade física, você sente como se tivesse cuidado mesmo seu corpo. É uma sensação até de dever cumprido. Às vezes a gente ‘tá’ até com um pouco de preguiça, mas sabe que tem que fazer. Depois você sente que fez bem pra você mesma”.
(M., 30 anos).

Este tipo de argumento é bem típico da atual indústria estética, que prega, a todo instante, a responsabilidade que cada indivíduo tem sobre sua própria aparência. Assim, a recompensa pelo esforço é individualista e individualizante; o sucesso ou o fracasso dependerá exclusivamente do empenho solitário do indivíduo em sua prática (SABINO, 2000). Nesses termos, “*o poder econômico parece ter reduzido a exploração direta, voltando-se para um tipo mais sutil de exploração psicológica*” (MERTON & LAZARFELD, 1978: 105).
Percebe-se que,

“paulatinamente no século XX saímos de um controle do corpo via racionalização, repressão, com enfoque no biológico, para um controle via estimulação, enaltecimento do prazer corporal, com enfoque no psicológico” (BRACHT, 1999: 74).

Como conseqüência deste discurso, que atribui a cada um a responsabilidade por sua própria aparência, eu percebi que o fato de não ter um corpo adequado para os laços afetivos e sociais parecia gerar, em algumas informantes, um forte sentimento de culpa:

“Três homens me esculhambaram, disseram que eu ‘tava’ muito gorda. Falaram da minha barriga e eu tomei vergonha na cara e vim fazer exercício para emagrecer”.
(A., 27 anos).

“Agora eu tomei vergonha (risos)... A pessoa tem que se orientar e se cuidar”.
(S., 41 anos).

Pelo visto, quanto mais o ego e o corpo são alvos de explorações comerciais e forçados a ampliarem seu consumo, mais eles ficam carentes de cuidados e afetos (SANT’ANNA, 2001).

DA TV PARA O ESPELHO: A IMAGEM DE ARTISTAS FAMOSAS COMO SONHO DE CONSUMO

As imagens midiáticas são grandes incentivadoras do culto ao corpo feminino atual. Movidos pelos interesses do sistema econômico e social, os meios de comunicação de massa persuadem os espectadores à aceitação de seus valores. Assim, a indústria estética tem, como fortes aliados, os agentes midiáticos.

Além de toda uma publicidade em torno dos cuidados com a aparência, a mídia contribui com elementos de afirmação e aprovação desta prática.

Há uma forte tendência, por parte da mídia, em apresentar as pessoas famosas como modelos de realização, sucesso e felicidade. Esta imagem cada vez mais está sendo atrelada ao corpo que a artista famosa possui. Ou seja, a imagem do corpo traz, consigo, uma mensagem do sucesso de sua proprietária.

Em tempos de supervalorização das imagens (GÓES, 1999), os ídolos midiáticos da corpolatria passam a ocupar grande espaço em novelas, programas de entretenimento, revistas etc., sendo esses meios de comunicação acessados por grande parte das pessoas.

Os corpos de famosos artistas que, diariamente,

“anunciam, na grande imprensa e nos programas de televisão, as transformações que seus corpos sofreram nas mãos mágicas de cirurgiões plásticos, dermatologistas, personal trainers, nutricionistas e outros profissionais do rejuvenescimento e embelezamento” (GOLDENBERG, 2002: 9), tornam-se eficazes na “indução de comportamento, de modas e de valores” (DERZETT, 2001).

Assim, a estrela é imagem de personalidade construída a partir de um físico (LIPOVETSKY, 1989). As celebridades existem não tanto em si mesmas, mas como representantes de tipos de vida coletiva que são sentidos e percebidos através dos meios de comunicação de massa (MCLUHAN, 1978).

O peso que a mídia atribui ao corpo, nos dias de hoje, cria, sem dúvida, fortes expectativas estéticas e afetivas na mulher contemporânea, que incessantemente tem que se deparar com imagens de “corpos perfeitos”. É justamente a veracidade com que as pessoas consomem qualquer informação sobre as estrelas e a veneração com que assistem às suas aparições televisivas (FÈRRES, 1998), que faz com que esses modelos sejam mais facilmente internalizados.

As imagens corporais veiculadas pelos veículos midiáticos, e os estilos de vida que, presumivelmente, estão por trás delas, assumem contornos pedagógicos, uma vez que, as espectadoras, orientadas por modelos estéticos e “modelos de ser”, procuram seguir as “dicas” das “famosas, bonitas, saradas e felizes”. Pela “imitação prestigiosa” (MAUSS, 1974), ou seja, por uma seleção de atos que possam beneficiar quem os reproduz (LIRA, 2002), as *não famosas*, movidas pelo desejo de assemelhar-se àquelas que brilham pelo prestígio e pela posição (LIPOVETSKY, 1989), buscam o êxito afetivo-social que as celebridades demonstram ter. Assim, constantemente, elas tentam fazer de si um aparelho adaptado ao sucesso, correspondendo ao modelo oferecido pela indústria cultural (HORKHEIMER & ADORNO, 1978).

Utilizando-se de mecanismos de poder, a mídia provoca uma espécie de avaliação das mulheres a respeito de si próprias. Neste processo de julgamento, a tendência é o surgimento de frustrações, devido ao fato de seu corpo estar em condições desiguais em relação ao “corpo perfeito” que é exibido na TV ou nas revistas, e valorizado no cotidiano. A publicidade e o bombardeio de imagens embutem, em relação a essas que não se encaixam nos padrões, uma ideologia de fracasso, de impotência em relação ao próprio corpo (DEL PRIORE, 2000). É justamente para aliviar essas insatisfações que entra em cena “a super indústria da boa forma”, oferecendo-se como a solução para adequar os corpos femininos aos parâmetros atuais. Ou seja, ao mesmo tempo em que provoca frustrações estéticas, a mídia incita o consumo voltado para o corpo. É nesse sentido que percebo os agentes midiáticos como fortalecedores do crescimento do mercado estético, uma vez que, ao estipular comportamentos e atitudes geradores de sucesso, impulsiona as mulheres a julgarem a si mesmas e a corrigirem o que lhes desagradam, através da grande quantidade de recursos que o capitalismo da superprodução abrange. De tal modo,

“o novo espectro de fluxos, redes e imagens é destinado a controlar, sobretudo, o cidadão consumidor através da produção incessante de serviços e desejos” (VILLAÇA, GÓES & KOSOVSKI, 1998: 29).

Para milhares de brasileiras, incentivadas pela publicidade e pela indústria cultural, o sentido da vida reduziu-se à produção do corpo (KEHL, 2002), o que seria, sob a ótica de Sodré (1984), uma forma de hegemonia ideológica ou dominação cultural.

Os ídolos midiáticos da corpolatria estão, a todo o momento, “*participando ativamente daquilo que Baudrillard chamou de ‘moralização do corpo feminino’, da passagem de uma estética a uma ética dos corpos femininos*” (MALYSSE, 2002: 88).

A estética das famosas configura-se como um conjunto de signos que funcionam como mercadorias (BAUDRILLARD, 1978), uma vez que fortalecem a idéia de que sua imagem pode ser adquirida por qualquer mulher disposta a investir seu corpo de cuidados, através do consumo.

Os veículos midiáticos terminam por estabelecer novas formas de *pertencer* ao mundo. Trata-se, portanto, da divulgação de novas formas de sociabilidade, realizadas através do corpo e do estilo de vida.

A hipervalorização estética estabelecida pela mídia foi tratada por algumas interlocutoras como uma pressão muito forte em suas vidas:

“A mídia impõe que você esteja malhada... não dá pra fugir”.
(T., 30 anos).

“A gente é muito cobrada. Eu acho que é a mídia que mais cobra isso, que você seja sarada, malhada, sempre bonita. E ninguém quer se sentir feia, gorda”.
(T., 30 anos).

“Eu acho o culto ao corpo uma paranóia. Mas é muito difícil fugir dele hoje, porque a mídia a cada dia mostra uma Adriane Galisteu magérrima, uma Luciana Gimenez todas as noites magérrima... e cultua isso. E nós absorvemos isso, queiramos ou não. É isso que é mostrado e é isso que engolimos. Às vezes a gente não ‘tá’ nem aí pro corpo, mas como todo mundo exige o tempo todo que você seja magra, magra, magra, você termina sendo influenciada”.
(R., 24 anos)

Pelo exposto, essas mulheres, embora reconheçam uma dominação exterior sobre seu corpo, preferem conformar-se à pressão da corpolatria, ao invés de rebelar-se contra ela, e terminam por reproduzir a ordem que impõe controles e cuidados incessantes sobre sua própria aparência.

Durante a coleta de dados, foi recorrente a alusão a artistas famosas:

“Sheila Carvalho, Luíza Brunet... tudo que eu queria ser...”
(C., 32 anos).

“Meu modelo de beleza é Sheila Carvalho. Ela é a perfeição”
(T., 31 anos).

“Ah, se eu fosse uma Luíza Brunet... (risos)... mas, devagarinho, a gente chega lá...”
(S., 41 anos).

Essas referências exprimem o desejo de um “corpo feminino ideal”, materializado na imagem dessas artistas famosas.

É interessante notar que, entre as entrevistadas mais jovens, Sheila Carvalho foi citada como modelo feminino de beleza, sendo, na maior parte das vezes, lembrada como possuidora da “beleza brasileira”:

“Eu acho que Sheila Carvalho é bem o padrão brasileiro de mulher”
(H., 21 anos).

Nesse sentido, o corpo ideal é contextualizado. Assim, Sheila Carvalho é admirada pelo seu corpo e sua beleza, que estão totalmente de acordo com o contexto brasileiro: o moreno e com formas bem definidas, ressaltando as partes do corpo feminino mais valorizadas, tais como

nádegas e pernas. Afinal, vivemos no país do carnaval e de um verão intenso, onde o corpo fica à mostra constantemente. Torná-lo preparado para tais ocasiões é imprescindível:

“Agora, por exemplo, que o carnaval ‘tá’ chegando... a gente fica desesperada, querendo fazer milagre da noite para o dia”.
(C., 32 anos).

Por outro lado, entre as mulheres de mais idade, Vera Fischer foi a mais citada, admirada por sua aparência, resistente aos sinais do tempo, e também pelos cuidados que disponibiliza sobre seu corpo. Ou seja, ao que parece, ela conserva uma característica que parece fundamental e muito valorizada em qualquer mulher, independentemente de sua idade: a vaidade. Vera Fischer torna-se um exemplo para as mulheres. Mais do que isso: parece incorporar as promessas da indústria do corpo. Além disso, sua imagem é uma prova concreta de que, cuidar bem do corpo e da aparência, investi-los de atenção, é uma forte estratégia para continuar sendo admirada e desejada, mesmo depois de uma certa idade, o que provoca um processo de mimese entre as outras mulheres.

Ocorreram depoimentos que defendiam a beleza e o charme de Vera Fischer como superior à de outras mulheres bem mais jovens que ela:

“Uma atriz que eu acho um mulherão é Vera Fischer. Apesar da idade que ela tem, ‘tá’ melhor do que muitas menininhas”.
(N., 42 anos).

Investimentos corporais são recursos para competir de igual para igual com outras mulheres que, a princípio, possa imaginar-se em situação de vantagem. A insatisfação com o

corpo, dessa forma, parece despertar a mulher para novas possibilidades através do consumo. Eis a lógica da indústria estética.

DILEMAS DAS CONSTRUÇÕES CULTURAIS DA FEMINILIDADE

Modelos de feminilidade também são culturalmente impostos, tanto no que concerne à dimensão estética, quanto aos modos de ser e de sentir.

Nas academias de ginástica visitadas, por exemplo, havia uma tendência, entre as mulheres, em acentuar a determinação “*gênero e padrões de corpo*”: as entrevistadas, em grande parte, davam preferência a exercícios que trabalham com regiões inferiores do corpo, tais como nádegas e pernas. É interessante notar que, na cultura brasileira, essas são partes valorizadas e marcantes do corpo feminino. São atributos de feminilidade (MALYSSE, 2002).

“Como toda mulher, ou pelo menos a maioria das mulheres, eu procuro exercitar mais a perna e o bumbum”.

(H., 21 anos).

“Eu trabalho mais o abdômen e a perna, porque eu acho que é o que mais marca uma mulher”.

(A., 26 anos).

Quanto aos atributos afetivos, percebidos tanto nas academias quanto nas clínicas de estética, ao que parece, a mulher bem resolvida, moderna e independente é aquela que está

sempre se cuidando; aquela que não relaxa os cuidados consigo apesar da idade. O aspecto corporal, simultaneamente, contribui para a formação de uma identidade feminina:

“Quando você está satisfeita com seu corpo, a tendência é você se sentir mais mulher, mais feminina, mais desejada”.
(A., 26 anos).

Podemos falar, nesse sentido, do corpo feminino percebido por meio de “*estereótipos afetivo-sexuais*” (GOLDENBERG & RAMOS, 2002).

Frequentar uma academia de ginástica, atitude que está tão em voga em nossos dias, parece estar se tornando cada vez mais uma obrigação para a mulher. Ser feminina é ser vaidosa, porém “sem ser fútil”. Essa parece ser a grande tônica. Cuidar bem do corpo, para si mesma, para o namorado ou marido, e para as outras mulheres, “rivais” em todos os sentidos: na vida afetiva, na vida profissional... Assim, o modismo do corpo malhado e/ ou esculpido vai adquirindo espaço ao misturar-se às necessidades afetivas e sociais das mulheres contemporâneas. Esteticamente falando, exige-se bem mais das mulheres do que dos homens.

As falas a seguir foram colhidas durante entrevista com mulheres que, por sua história, demonstraram um grande investimento de cuidados sobre sua aparência. No entanto, elas próprias apontam para uma exigência menor em relação à estética masculina:

“Eu não sou muito exigente com o sexo oposto... eu sou mais exigente comigo. Então no homem eu olho mais os olhos... a cabeça... o que ele pensa... Não olho muito o corpo masculino não”.
(R., 24 anos).

“Eu acho bonito o Antônio Fagundes... Não tem nada a ver, né, porque eu acho que ele nem é muito malhadão, mas... eu acho ele o máximo”.

(E., 37 anos).

“Eu gosto de Rick Martin, que não é nem muito malhado...”.

(A., 27anos).

A impressão que se tem é que essas mulheres terminam por representar um papel conformista, principalmente em relação aos homens. Exigem bastante de si mesmas, no intuito de conquistarem atributos femininos. Entretanto, pouco cobram da estética masculina. Sendo a beleza culturalmente imposta com maior profusão entre as mulheres, torna-se essencialmente feminina a obrigação dos cuidados com a aparência.

Vista dessa forma, a exaltação da beleza feminina reinstitui na própria lógica do narcisismo uma divisão dos sexos, divisão essa não apenas estética, mas cultural e psicológica (LIPOVETSKY, 1989). Trata-se, portanto, de uma dessimetria de poder por gênero.

Tudo isso nos leva a compreender que,

“por meio da organização e da regulamentação de nossas vidas, nossos corpos são treinados, moldados e marcados pelo cunho das formas históricas predominantes de individualidade, desejo e feminilidade” (BORDO, 1997: 20).

O CORPO ELEITO

“Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nossos corpos da desgraça da rejeição social. Nosso tormento não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho” (DEL PRIORE, 2000).

Para se atingir um corpo “adequado”, adaptado aos padrões do que é “ser feminina”, é necessário submeter-se a um processo que envolve sacrifícios e abdições, tais como muita musculação e uma boa dieta. Segundo Edmonds (2002), esse tipo de prática pode ser entendido através de um termo utilizado por Courtine, o “*puritanismo ostentatório*”, que combina disciplina rigorosa com o desejo de exibir-se, autoprivação ascética com afirmação positiva do eu.

Nesses termos, certamente, a preocupação das entrevistadas não estava direcionada com as graças que poderiam receber em outro mundo (tal como era a das práticas analisadas por Weber através da ética protestante (1985)). Trata-se, sim, de motivações e objetivos profanos. Numa sociedade hedonista, esse comportamento ascético, baseado em sacrifícios e privações, visa a uma recompensa mais próxima. A grande dádiva, neste sentido, seria a conquista de um “corpo ideal”. Os esforços e abdições na busca do prazer proporcionado pelo corpo constituem, dessa forma, um ascetismo hedonista.

Sacrifícios e dores são indícios de uma possibilidade real de se atingir os padrões estéticos socialmente valorizados. Há, portanto, uma certa ambigüidade entre disciplina e prazer nos investimentos corporais (VILLAÇA, GÓES & KOSOVSKI, 1998).

O depoimento de uma informante, que afirmou estar tentando seguir uma dieta alimentar, ilustra bem esse processo de sacrifícios e recompensas através de práticas corporais suscitadas pela cultura consumista:

“Estou tentando fazer dieta. É ruim, porque tudo que te circula são massas, doces; tudo é tentador. Mas quando você vê que está começando a perder peso, isso te estimula a continuar”.

(T., 30 anos).

A “perda de peso”, neste sentido, seria um indício da “salvação” de seu corpo, ou seja, um sinal de que o caminho para se atingir a graça de mantê-lo em forma e torná-lo aceito pelo olhar alheio, era, de fato, aquele que ela estava adotando.

O CORPO FASHION

Em se tratando do corpo submetido a regras, é interessante notar o papel do mercado da moda, que está cada vez mais impulsionando o controle corporal. Ao produzir para um corpo em particular, o corpo magro, a moda materializa as hierarquias estéticas:

“basta observar as tendências atuais da moda, associadas às mudanças nos padrões estéticos ocorridas nas últimas décadas, para verificar que, junto com as barrigas duras, malhadas, sem vestígios de gordura, voltaram à tona as calças femininas de cintura baixa, assim como as camisas masculinas ficaram mais justas e curtas, realçando o corpo musculoso, deixando à mostra bíceps e tríceps conquistados em horas de malhação. Podemos pensar ainda que os piercings no umbigo feminino e as tatuagens nos braços masculinos, que viraram febre nos últimos anos, também surgem como enfeites para valorizar essas partes do corpo” (GOLDENBERG & RAMOS, 2002: 11).

Configura-se, desse modo, mais um tipo de discriminação contra o corpo fora de forma.

Essa pressão da moda foi percebida por algumas mulheres:

“Infelizmente, hoje a moda está voltada para as magras. Então há essa dificuldade que os gordos encontram no mercado”.

(A., 27 anos).

“Eu quero voltar a vestir 44, porque é muito ruim você querer vestir as roupas da moda e não caberem em você”.

(T., 30 anos).

“Eu tenho a perna muito grossa, então, para achar uma calça que entre em mim é um sacrifício. Por isso eu pretendo perder peso e conseqüentemente diminuir minha coxa”.

(M., 17 anos).

“Caber na roupa” não é o suficiente. As atuais tendências da moda sinalizam e criticam a barriga flácida e o “pneuzinho”. O biquíni sinaliza a celulite e as estrias. Utilizar as roupas da vitrine sem estar com o corpo bem cuidado é correr um risco: o de ser ridicularizada. Aliás, o simples fato de “não estar na moda”, seja no que diz respeito às vestimentas ou à moda dos estilos de vida, já é, por si só, capaz de causar bastante constrangimento.

O CORPO MÃE

Ao tratar do caráter mutável do corpo, Sant’Anna (2001) argumenta que a insatisfação dos indivíduos com seu corpo pode, muitas vezes, ser atribuída a tais transformações. Seguindo esta linha de pensamento, percebo que, entre as mulheres ouvidas, foi proeminente um discurso que indicava certo desconforto com o corpo em determinados ciclos de suas vidas. Dentre estes, o período pós-maternidade foi tratado como uma etapa de grande insatisfação estética, provocada pelas seqüelas da gravidez: pele flácida, excesso de gordura, seios deformados etc.

Esse conflito com o próprio corpo muitas vezes torna-se o principal incentivo para procurar os serviços de uma academia ou de uma clínica de estética:

“Depois de uma gravidez, eu engordei bastante, aí depois que eu parei de amamentar, decidi fazer uma dieta e fazer um tratamento mais específico”.

(A., 27 anos).

“Quando eu tive filho, quis voltar rápido ao meu peso antigo. Aí entrei na academia”.

(H., 21 anos).

“Eu tive filho, aí penso em fazer cirurgia nos seios. Já não fiz antes por causa de verba”. (L., 29 anos).

Mesmo aquelas mulheres que ainda não passaram por transformações corporais resultantes da gravidez, já demonstram alguma preocupação quanto a isso, e já planejam atitudes para resolver tais “problemas”:

“Depois que eu tiver filhos, com certeza farei (cirurgia plástica)... vou botar silicone nos seios, levantá-los para ficar bem direitinho (risos), e uma lipoaspiração no culote e na barriga”.

(R., 24 anos)

Desse modo, para essas mulheres, as preocupações de uma gravidez não se limitam à saúde do bebê e nem à sua própria saúde. A forma do corpo também se torna um cuidado a ser tomado durante o período da gestação, e no período posterior a este. Numa cultura narcisista, a mulher se sente na obrigação de cuidar mais de si, cuidar mais de sua aparência, na fase pós-

maternidade. Afinal, a vida continua. E sua condição estética continuará tendo grande peso em sua rotina.

Mais uma vez, o mercado da aparência oferece diversas estratégias para o bem-estar físico, mental e social das mulheres.

ADEUS CORPO VELHO

“Contra a velhice o homem sempre lutou, e o elixir da imortalidade é uma fantasia que, hoje, mais do que nunca, é vendida em terapias genéticas, tratamentos dermatológicos, cirurgias plásticas, reposições hormonais, vitaminas...”
(GOLDENBERG & RAMOS, 2002: 25).

A velhice é uma categoria cuja representação está fortemente associada a estigmas socialmente ligados à decadência física (PEIXOTO, 2000). Por tudo isso, acredito ser importante abordá-la, partindo do pressuposto que o envelhecimento levanta questões

importantes com relação à construção social do corpo humano (FEATHERSTONE & HEPWORTH, 2000).

Configurando-se como um terror gerado pela sociedade narcisista egocêntrica, a velhice foi uma outra etapa da vida feminina tratada como conflituosa nos depoimentos colhidos. A inquietação quanto ao futuro revelou-se, principalmente, na tentativa das consumidoras de viverem uma velhice bem-sucedida (BALTES, 1995).

Ao se falar de uma “velhice tranqüila”, vários aspectos tornam-se relevantes. As principais preocupações, pelo que pude perceber, giram em torno da estética, evidentemente, mas, também, destaca-se o desejo de evitar doenças, debilidade física e mental, impotência e dependência em relação às outras pessoas:

“No meu futuro quero ter uma velhice bastante tranqüila, e ter uma vida sempre ativa. Não estar em cima de uma cama, não ter um derrame, um infarto... qualquer tipo de doença”

(R., 24 anos)

Essas necessidades, a meu ver, demonstram que o “corpo velho” sofre, não só em relação à dimensão estética, mas também no que diz respeito à ausência da possibilidade de localizar-se socialmente. Principalmente porque, para os interesses de uma sociedade capitalistas, o corpo debilitado é “inútil”, pois nada produz, e, portanto, “quando os trabalhadores envelhecem, a sociedade afasta-se deles, como uma espécie estranha” (BEAUVOIR, 1990: 266). Essas concepções reforçam a idéia de que o “corpo velho” é desajustado, inadequado.

“Ao desvalorizar a experiência e dar muito valor à força física, destreza, adaptabilidade (...), a sociedade define a produtividade em modos que automaticamente excluem os ‘cidadãos mais velhos’. O conhecido culto da juventude enfraquece ainda mais a posição social dos que não são mais jovens” (LASCH, 1983: 253).

Por todos esses aspectos, essa fase da vida feminina parece estar culturalmente relacionada a perdas, em todos os sentidos de sua existência.

Simultaneamente, a cultura de consumo pretende levar as pessoas a crerem que a velhice é uma fase da vida na qual sua juventude, vitalidade e atratividade podem ser mantidas (FEATHERSTONE, 1994). Cria-se, em torno do consumo, uma possibilidade de atenuar os resultados inerentes a esse ciclo da vida. Afinal, numa cultura hedonista, não pode ser o tempo o delimitador do prazer. E, ao que parece, esse discursos vem conquistando cada vez mais adeptas, provocando um não conformismo, por parte das mulheres, diante da insatisfação com seu corpo, que é uma consequência do seu processo de envelhecimento. Desse modo, ao mesmo tempo em que rejeita claramente a velhice, transformando-a numa categoria opressora, a indústria da estética procura elaborar novas visões, ou seja, pretende

“mudar as concepções sobre o envelhecimento como um processo melancólico, decadente, para uma visão de vida na qual o período que vai da meia-idade até o fim do curso da vida seja enriquecido com possibilidades distintivamente criativas” (FEATHERSTONE & HEPWORTH, 2000: 112).

O mercado, dessa forma, planeja interferir no curso da vida; seu projeto maior é romper fronteiras antes estabelecidas e tidas como sagradas. Em suma, a indústria do corpo desestabiliza o natural.

Algumas mulheres, muito jovens, na faixa dos vinte anos, já demonstravam preocupações quanto aos sinais físicos característicos do processo de envelhecimento do corpo:

“Senti necessidade de cuidar do meu corpo porque ‘tava’ envelhecendo. A idade vai chegando, e você sente que sua barriga não é mais igual; a pele não é mais tão elástica”.
(L., 26 anos).

Essa apreensão torna claro que, ao contrário do argumento de Lasch (1983), o narcisismo não se contrapõe a um projeto futuro, ou seja, ele não se restringe a recompensas imediatas, no presente. O atual culto ao corpo enxerga muito além, visando à possibilidade de fazer do corpo um projeto de vida.

4. CORPO, SAÚDE E SIGNIFICADOS

Na cena contemporânea, a abordagem da corpolatria parece indicar uma nova tendência: a busca pela saúde perfeita. Trata-se de uma “utopia em formação” (SFEZ, 1996).

É principalmente o saber médico, apoiado pela divulgação via mídia, que sustenta a saúde como o grande objetivo.

Utilizado por muitos indivíduos na tentativa de dissociarem suas práticas corporais da vaidade, o discurso de uma vida saudável adquire ares de paradigma em nossos dias. A prática de esportes, principalmente, torna-se elemento de um estilo de vida muito valorizado.

O “corpo malhado”, trabalhado, ganha maior prestígio por sugerir que, por trás da sua imagem, está a dedicação e os hábitos saudáveis de seu proprietário: dietas, caminhadas, exercícios, visitas ao médico... Tudo conforme a prescrição dos especialistas no trato com o corpo. O aspecto estético não é valorizado por si só, mas também por concretizar as práticas benéficas de quem o possui. Trata-se, portanto, da idéia da saúde visível através do corpo.

Contrariamente, o corpo obeso torna-se perigoso. Condenado e estereotipado como aquele que não segue as orientações do saber especializado, o corpo “gordo” é associado a riscos de saúde. Ele é totalmente subversivo ao sistema que impõe, na busca da melhor qualidade de vida, o controle dos apetites, das pulsões e da fraqueza (DEL PRIORE, 2000).

Em tempos de lipofobia, o excesso de gordura torna-se uma ameaça à saúde perfeita:

“Eu acho que a gordura realmente é um sintoma de que problemas virão. É um fator que quer dizer: ‘opa... tá chegando um problema”. (R., 24 anos).

Atualmente, a possibilidade de um corpo saudável está sendo fortemente relacionada a práticas e estratégias. Em outras palavras, a saúde satisfatória exige *“disciplina, controle, conhecimento de si, acompanhamento médico freqüente, monitoração e consumo variado. (...) A monitoração permanente se torna um imperativo; o indivíduo deve ter o máximo conhecimento do seu corpo”* (LIRA, 2002: 41).

Aderir a tais práticas significa estar seguindo o caminho certo na vida:

“Para mim, a idéia de um corpo saudável significa você praticar um esporte com frequência, regularmente. (...) Se você pratica esporte, se você cuida do seu corpo, eu acho que você já ‘tá’ com um corpo saudável”.

(M., 30 anos).

Os atuais modelos de saúde também enfatizam a manutenção da performance do corpo:

“Um corpo saudável, pra mim, é o corpo daquela pessoa que anda sem sentir dor, ser reclamar... é você fazer determinadas atividades e não se sentir cansada”.

(L., 26 anos).

“O corpo saudável é um corpo que, depois de ter passado por uma avaliação médica, esteja com bons níveis de flexibilidade, resistência física, e também com as taxas normais”.

(H., 21 anos).

“Antes de tudo, saudável é um corpo que tem liberdade de movimentação, flexibilidade, e que não tenha, digamos, excesso de gordura”. (C., 48 anos).

Em suma, muitas mulheres, ao tratarem de sua saúde, mostraram-se preocupadas em manter a performance do corpo, ou seja, sua locomoção, flexibilidade e bom condicionamento físico; e, quanto mais leve o corpo, mais fácil será atingir esse desempenho. Acredito que isto seja conseqüência da imposição dos preceitos da cultura capitalista, para a qual a lentidão e a perda de tempo são elementos intolerantes, pois dificultam a produtividade.

A agilidade e o dinamismo, portanto, são fundamentais em nosso cotidiano. E o corpo magro paira na mente das pessoas como aquele mais ativo e eficiente, e, portanto, mais

adequado. Em contrapartida, o corpo que não se encaixa nos parâmetros e performance pode ser marginalizado socialmente, inclusive na relação de mercado de trabalho (LIRA, 2002).

Na tentativa de ser “saudável e feliz”, só nos resta seguir as recomendações, culturalmente legitimadas, dos profissionais da saúde. Os conselhos para conseguir um corpo saudável estão por toda parte: nas revistas de beleza, revistas de conhecimentos gerais, programas de TV, sites da internet etc.

A grande quantidade de informações sobre o corpo, divulgadas entre a população através dos meios de comunicação parece cada vez mais legitimar essa necessidade de se controlar o corpo.

Em virtude de reforçar esse controle sobre o corpo, os médicos fazem “*um culto do exame geral periódico, (...) e implantam em seus clientes a noção de que a saúde depende da eterna vigilância*” (LASCH, 1983: 75). A forma de poder, nesses termos, é bio-política.

O sentido da saúde do corpo feminino está fortemente atrelado à sua imagem, à sua disposição e à sua performance. São estes os elementos que parecem representar bem o que é ser saudável nos dias de hoje. É mais um método empreendido pela indústria da estética, na tentativa de alertar aos indivíduos sobre a necessidade de investimentos em função de melhores condições de vida. Assim, consumir para o corpo torna-se sinônimo de “viver bem”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na cena contemporânea, o corpo proporciona novas formas para a existência feminina. Em todos os segmentos da vida, ele permeia com intensidade.

Pode-se dizer que a aparência corporal tornou-se uma dimensão essencial da subjetividade e sociabilidade femininas.

O grande investimento das mulheres sobre seu corpo, como forma de alcançar prestígio nas mais diversas esferas da vida, poderia nos levar a pensar que, através dele, as mulheres estão vivenciando uma nova feminilidade, já que, hoje, são mais livres em relação às mulheres de gerações passadas: estão pensando mais em si, sentem-se preocupadas com sua auto-estima, sendo que o corpo é um território onde tais conquistas parecem evidenciadas.

São indiscutíveis as grandes conquistas adquiridas pelas mulheres na esfera econômica, política e sexual.

Nunca, como agora, a mulher pôde concentrar-se tanto sobre o destino que deseja para seu corpo. Hoje ela é livre para metamorfosear-se: pode muito bem rejeitar algumas características genéticas que lhes causem desconforto, e assim por diante.

Nas relações sociais, sua condição estética pode lhe proporcionar uma situação confortável, ou, ao menos, condições de igualdade para com as demais mulheres, e também para com os homens, tal como vem ocorrendo no campo profissional em que são exigidos corpos com boa aparência, dinâmicos e ágeis. A estética corporal é, dessa forma, um elemento da intervenção feminina em seu mundo.

No entanto, os dados coletados nos apontam que elas sofrem, ao mesmo tempo, o efeito de orientações moralizadoras, uma vez que se esforçam em trabalhar seu corpo de modo que ele expresse a imagem de feminilidade vigente. Os dados obtidos também apontam para o aumento do descontentamento e do sofrimento durante o curso da vida feminina: o período pós-maternidade e a velhice são intensamente marcados pela insatisfação com o corpo. É nesse sentido que percebo elementos de conflito por trás da tão propalada liberação do corpo feminino. Quanto a isto, concordo com a abordagem de Del Priore (2000):

“Trocamos a dominação de nossos pais, maridos e patrões por outra, invisível e, por isso mesmo, mais perigosa: a dominação da mídia e da publicidade. (...) Diariamente enfrentamos a tarefa de ter que ser eternamente jovens, belas e sadia” (DEL PRIORE, 2000: 99).

O mercado da estética estabelece um jogo que termina por influenciar até mesmo os modos de sentir dessas mulheres, punindo-as com constrangimentos e frustrações, quando elas percebem que seu corpo não é admirado. E, ao mesmo tempo, “enxuga suas lágrimas”,

recompensando-as com satisfação e prazer, caso sigam suas recomendações e consumam seus produtos.

Por tudo isso, percebo que o processo de liberação do corpo feminino não é algo tão simples. Há todo um controle que interfere na expressão de seu corpo e de suas emoções. Trata-se de um processo simultâneo de liberações e restrições da feminilidade.

Por toda parte, presenciamos uma padronização estética. Todo o ambiente à nossa volta nos lembra da necessidade de cuidar de nosso corpo. Nas ruas, nas praias, nas vitrines das lojas, nas próprias academias, torna-se cada vez mais explícita a noção do corpo valorizado atualmente.

A proliferação de academias de ginástica por todos os lugares, até mesmo nos mais pobres, poderia indicar uma “democratização” do direito de cuidar de si. Entretanto, mais do que isso, o grande crescimento de espaços ligados a práticas corporais esconde, na realidade, a disseminação dos mecanismos de poder da indústria da forma. O que ocorre é que, cada vez mais, essa indústria conquista mais consumidoras, ou, ao menos, admiradoras.

O trato do corpo tornou-se uma obrigação para a mulher contemporânea: a mulher que deve estar sempre procurando sua perfeição, esforçando-se ao máximo na tentativa de conservar sua feminilidade, melhor percebida esteticamente.

Chega a ser cruel o modo como o culto ao corpo impõe seus valores. Rejeita-se completamente a possibilidade de ser feliz acima do peso, ou de conviver bem com celulites e flacidez. Mais: não é permitido envelhecer. Afinal, torna-se difícil adaptar-se ao curso da vida, quando imagens de corpos jovens, rígidos e dispostos são constantemente impostas e

reverenciadas. O culto da juventude deteriora a posição social dos cidadãos mais velhos, o que contribui para a percepção da velhice como um grande terror contemporâneo.

A cultura da hipervalorização do corpo destitui de sentido tudo aquilo que pareça contradizer suas promessas. Até mesmo a noção de corpo saudável passa pela sua retórica, tornando-se problemática. O corpo gordo, que parece não aderir aos seus mandamentos, termina sendo inferiorizado e relacionado ao perigo. Faz-se crer que ele é completamente relapso, e, conseqüentemente, é portador de sérios problemas, como altas taxas de colesterol e complicações cardíacas. Como conseqüência de tudo isso, passa a ser visto como possível causador de prejuízos às seguradoras e aos empregadores, que preferem não arriscar em ter que empregar funcionários cuja aparência sugere problemas como baixa produtividade, faltas ao trabalho, etc.

Por tudo isso, suas chances no mercado de trabalho diminuem, pois marcado pelo estereótipo do perigo e da improdutividade, tem poucas chances ao concorrer com corpos magros e leves.

Embora reconheça que os tratos do corpo, difundidos pela corpolatria, possam trazer efeitos de satisfação às mulheres, acredito que até mesmo esse prazer é delimitado exteriormente. O prazer prometido pelo mercado da estética depende da aprovação social.

A satisfação pessoal é construída socialmente. É o olhar do outro que vai definir se aquele corpo é digno de aprovação, ou se é preciso submetê-lo a mais sacrifícios e abdições no intuito de adequá-lo aos padrões culturalmente elaborados.

Ao invés de mero desejo, estar bem com o corpo está se tornando uma busca desesperada, uma ânsia infinita, expressa na eterna busca do “corpo ideal”.

Por tudo o que foi discutido, torna-se evidente que a indústria da aparência exerce seu poder para além do corpo destas mulheres, já que influencia, também, suas experiências afetivas.

BIBLIOGRAFIA

ARIÈS, Phillipe (1995). *História da Vida Privada*. São Paulo, Companhia das Letras, vol.III.

- BALTES, P. B. (1995). “Prefácio”, in A. L. Néri (org.), *Psicologia do Envelhecimento*. Campinas, Papyrus.
- BAUDRILLARD, Jean (1978). “Significação da Publicidade”, in L. C. Costa (org.), *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- BORDO, Susan R.(1997). “O Corpo e a Reprodução da Feminilidade: Uma Apropriação Feminista de Foucault”, in A. Jacar & S. Bordo (orgs.), *Gênero, Corpo e Conhecimento*. Rio de Janeiro, Record.
- BRACHT, Valter (1999). “A Constituição das Teorias Pedagógicas da Educação Física”. *Caderno Cedes*, XIX, 48: 69-88.
- BRASIL, Circe N. V. (1988). *O Jogo e a Construção do Sujeito na Dialética Social*. Rio de Janeiro, Forense-Universitária.
- BEAUVOIR, Simone de (1990). *A Velhice*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- DEL PRIORE, Mary (2000). *Corpo a Corpo Com a Mulher: Pequena História das Transformações do Corpo Feminino no Brasil*. São Paulo, SENAC.
- DERZETT, Miila (2001). “O que é que ela tem que eu não tenho? Ensaio sobre o Narcisismo das misses e o mito das estrelas”. *FAMECOS/PUCRS*, n 6, Porto Alegre.
- DOMÈNECH, Miguel; TIRADO, Francisco & GÓMEZ, Lucía (2001). “A Dobra: Psicologia e Subjetivação”, in T.Tadeu da Silva (org), *Nunca Fomos Humanos nos Rastros do Sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, p.111-136.
- DOMINGUES, José M. (2001). *Teorias Sociológicas no Século XX*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- EDMONDS, Alexander (2002). “No Universo da Beleza: Notas de Campo Sobre Cirurgia Plástica no Rio de Janeiro”, in M. Goldenberg (org), *Nu & Vestido: Dez Antropólogos Revelam a Cultura do Corpo Carioca*. Rio de Janeiro, Record, p. 189-261.
- ELIAS, Nobert (1993). *O Processo Civilizador*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- FEATHERSTONE, Mike & HEPWORTH, Mike (2000). “Envelhecimento, Tecnologia e o Curso da Vida Incorporado”, in G. G. Debert & D. M. Goldstein (orgs.), *Políticas do Corpo e o Curso da Vida*. São Paulo: Sumaré, p. 109-132.
- FERRÈS, Joan (1998). “Televisão Subliminar”. Porto Alegre: Artemed
- FOUCAULT, Michel (1997). *Vigiar e Punir: Nascimento da Prisão*. Petrópolis, Vozes.
- FREITAS, Ricardo (1998). “Corpo e Consumo: A Estética Carioca”, in N. Villaça, F. Góes & E. Kosovski (orgs), *Que Corpo é Esse? Novas Perspectivas*. Rio de Janeiro, Mauad.
- GIDDENS, Anthony (1991). *As Conseqüências da Modernidade*. São Paulo, UNESP.
- _____ (1993). *A Transformação da Intimidade: Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas*. São Paulo, UNESP.
- GOÉS, Fred (1999). “Do Body Building ao Body Modification – Paraíso ou Perdição”, in N. Villaça, F. Góes & E. Kosovski (orgs), *Que Corpo é Esse? Novas Perspectivas*. Rio de Janeiro, Mauad.

- GOLDENBEG, Mirian & RAMOS, Marcelo S. (2002). “A Civilização das Formas: O Corpo Como Valor”, in M. Goldenberg (org), *Nu & Vestido: Dez Antropólogos Revelam a Cultura do Corpo Carioca*. Rio de Janeiro, Record, p. 19-40.
- GUATTARI, Felix (1992). *Caosmose: Um Novo Paradigma Estético*. São Paulo, Editora 34.
- HARAWAY, Donna (2000). “Manifesto Ciborgue: Ciência, Tecnologia e Feminismo-Socialista no Final do Século XX”, in D. Haraway, H. Kunzru, T. Tadeu da Silva (orgs), *Antropologia do Ciborgue*. Belo Horizonte, Autêntica.
- HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor (1978). “A Indústria Cultural – O Iluminismo como Mistificação das Massas”, in L. C. Costa (org.), *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- KEHL, Maria Rita. “Com que corpo eu vou?” *Folha de São Paulo, Mais*, 30 de junho de 2002.
- LARAIA, Roque B. (1986). “Cultura: Um Conceito Antropológico”. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- LASCH, Christopher (1983). *A Cultura do Narcisismo: A Vida Americana Numa Era de Esperanças em Declínio*. Rio de Janeiro, Imago.
- LE BRETON, D. (1985). *Corps et Sociétés*. Paris: Librairie des Méridiens.
- LE GOFF, Jacques (1989). “A História do Cotidiano”, in G. Duby et al, *História e Nova História*. Lisboa, Teorema.
- LIPOVETSKY, Gilles (1989). *O Império do Efêmero: A Moda e Seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo, Companhia das Letras.
- MALYSSE, Stéphane (2002). “Em busca dos (H)alteres-ego: Olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca”, in M. Goldenberg (org), *Nu & Vestido: Dez Antropólogos Revelam a Cultura do Corpo Carioca*. Rio de Janeiro, Record, p. 79-137.
- MAUSS, Marcel (1974). *Sociologia e Antropologia*. São Paulo, Edusp.
- MCLUHAN, Marshall (1978). “Visão, Som e Fúria”, in L. C. Costa (org.), *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- MERTON, Robert K. & LAZARFELD (1978). “Comunicação de Massa, Gosto Popular e a Organização da Ação Social”, in L. C. Costa (org.), *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- PEIXOTO, Clarice E. (2000). “História das Mulheres, e Envelhecimento e Sexualidade”, in G. G. Debert & D. M. Goldstein (orgs.), *Políticas do Corpo e o Curso da Vida*. São Paulo: Sumaré, p. 293-300.
- QUEIROZ, Renato S. & OTTA, Emma (2000). “A Beleza em Foco: Condicionantes Culturais e Psicológicos na Definição da Estética Corporal”, in R. S. Queiroz (org.), *O Corpo do Brasileiro: Estudos de Estética e Beleza*. São Paulo, SENAC.
- SABINO, Cesar (2000). “Musculação: Expansão e Manutenção da Masculinidade”, in M. Goldenberg (org), *Os Novos Desejos: Das Academias de Musculação às Agências de Encontros*. Rio de Janeiro, Record.
- SANT’ANNA, Denise B. (2001). “É Possível Realizar uma História do Corpo?”, in C. L. Soares (org), *Corpo e História*. Campinas, Autores Associados.
- _____ (2001). *Corpos de Passagem*. São Paulo: Estação Liberdade.

- SCHPUN, Mônica R. (1997). “Códigos Sexuados e Vida Urbana: As Práticas Esportivas da Oligarquia Paulista nos Anos Vinte”, in M. R. Schpun (org.), *Gênero Sem Fronteiras: Oito Olhares Sobre Mulheres e Relações de Gênero*. Florianópolis: Editora Mulheres.
- SILVA, Ana M. (1999). “Elementos Para Compreender a Modernidade do Corpo Numa Sociedade Racional”. p. 7-29.
- SFEZ, Lucien (1996). *A saúde Perfeita. Crítica de Uma Nova Utopia*. São Paulo, Loyola.
- SOARES, Carmen L. (1999). “Apresentação”. *Caderno Cedes*, XIX 48.
- SODRÉ, Muniz (1984). “O Monopólio da Fala; Função e Linguagem da Televisão no Brasil”. 5ª ed., Petrópolis, Vozes.
- SWEETMAN, Paul (2000). “Anchoring the (postmodern) self? Body Modification, Fashion and Identity”, in M. Featherstone, *Body Modification*. London, Sage, p. 51-76.
- VAZ, Alexandre F. (1999). “Treinar o Corpo, Dominar a Natureza: Notas Para Uma Análise do Esporte com Base no Treinamento Corporal”. *Caderno Cedes*, XIX, p. 89-108.
- VAZ, Paulo (1998). “Corpo e Risco”, in N. Villaça, F. Góes & E. Kosovski (orgs), *Que Corpo é Esse? Novas Perspectivas*. Rio de Janeiro, Mauad.
- VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred & KOSOVSKI, Ester (1998). *Que Corpo é Esse? Novas Perspectivas*. Rio de Janeiro, Mauad.
- WEBER, Max (1985). *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. São Paulo, Pioneira.