

A “CELEBRIZAÇÃO” DA IMAGEM A PARTIR DE UM CORPO PERFEITO.

Vanessa Machado¹

As celebridades nutrem um apreço bastante especial por suas aparências, afinal a representação de suas imagens enquanto corpo é a comunicação primeira que estabelecem com o público através das mídias que atuam em nossa sociedade. Porém, a proposta apresentada através da visualidade de seus corpos pode ser tão semelhante que acaba por instituir um “estilo” como tendência que se afirma através da repetição frenética de tais imagens. Ainda que a multiplicidade de referências estéticas seja uma característica presente na contemporaneidade, o excesso dessas imagens acaba por determinar o “tipo” de corpo ideal que atua como sustentação para uma identidade que se constrói a partir da aparência.

Apresentação

Não é de hoje que os meios de comunicação voltam sua atenção para um assunto de interesse comum: as celebridades. Porém parece recente o papel que suas imagens assumiram na contemporaneidade. Com suas histórias pessoais sempre em evidência e reproduzidas em massa, as celebridades acabam por instituir um padrão desejável de vida e aparência.

Atualmente, celebridades são alvo de insistente observação, visto que, através da espetacularização das notícias que as cercam, suas imagens são a representação de uma vida repleta de emoções. Tanto sucesso, riqueza, *glamour* e incansável beleza, que acaba inspirando a todos a possibilidade de conquistar seus “quinze minutos de fama”. Independente das condições sociais, locais ou de gênero, o que vemos são pessoas cada vez mais curiosas por tudo que acontece na intimidade dos famosos.

¹ Vanessa Machado é bacharel em Desenho Industrial pela Puc-Rio e pós-graduanda em Jornalismo de Moda e Estilo de Vida pela Universidade Anhembi Morumbi.

Por sua vez, a mídia especializada aproveita esse interesse por parte do público e com sensacionalismo transforma em notícia tudo que corresponde ao universo dos ídolos, a ponto de tornar próximo o que estaria distante despertando, assim, imediata identificação por parte do indivíduo que se reconhece naquele “outro” e acredita ser possível construir uma história espelhada nessa “realidade” que lhe serve de referência para a constituição de sua própria identidade.

Dentro desse processo, o corpo representa o suporte ideal para uma autoconstrução a partir de transformações externas que visam suprir o intenso desejo de renovação. Não apenas a moda-roupa auxilia na manipulação direta através da aparência, mas também outras modas que representam modificações mais profundas como as cirurgias estéticas (plásticas, lipoaspiração, implantes, *lifting* facial, *peeling*, aplicação de silicone, botox...) e outras intervenções corporais (tatuagem, *piercing*, *bodybuilding*, escarificação...) que muitas vezes são irreversíveis, porém atuam como aceleradores e multiplicadores de identidades.

Até que ponto tais transformações corporais encontram reflexo na subjetividade? Possivelmente a necessidade de um imediatismo nas mudanças em busca de uma imagem condizente com os padrões correntes faz com que esse sujeito, descentrado em meio aos excessos cotidianos, encontre vantagens em manipular a superfície de seu corpo como forma de “fazer sentido” no mundo contemporâneo.

Nesse contexto é pertinente apontar a contribuição da mídia como elemento disseminador e, portando, afirmador de tais padrões. Este fato se confirma pelo número crescente de narrativas biográficas²; reportagens, notícias e matérias sobre a vida das celebridades; e diversos programas (*reality shows* de intervenção) veiculados pela televisão que mostram pessoas dispostas a se submeter as mais variadas alterações físicas para obter uma aparência mais próxima a de seu “ídolo”.

² Mais detalhes sobre a questão do *biográfico* na contemporaneidade ver Hershmann & Pereira (org.). *Mídia, memória & celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade*.

A construção biográfica ganha, portanto, uma dimensão fundamental no mundo contemporâneo, especialmente, porque sua articulação com diferentes media torna-se crucial para a atribuição de sentido à “realidade”, num mundo marcado pelas mudanças cada vez mais velozes (Rondelli & Hershmann, 2005: 76).

Com isso, a autonomia conquistada com o auxílio, inclusive, dos meios de comunicação de massa, nos aprisiona pela força que a visualidade ganha no cotidiano contemporâneo. E mesmo que o “poder” da imagem não seja o único, mas um dos fatores que nos mantém dependentes de valores que desejamos agregar a nossa história pessoal em busca de satisfação, bem-estar e reconhecimento social, vale lembrar que ele se faz atuante e, portanto, nos induz a desejar o que nos foge por natureza.

Sendo assim, quais seriam os demais fatores que levam a uma normatização da identidade a partir de uma estética institucionalizada, principalmente pela mídia, na atual sociedade?

De um lado temos indivíduos em busca de diferenciação através de aparências manipuladas com total liberdade e, de outro, encontramos indivíduos desejosos de pertencer e, portanto, de se identificar com valores estético-sociais pré-estabelecidos que lhes “concedem, no máximo, o direito de escolher entre coisas idênticas”³. E transpassando todo esse paradoxo, lá está o corpo como estratégia de convencimento através de seu apelo visual objetivo e imediato.

É através do corpo que se estabelece tal movimento. O corpo enquanto vínculo de referência consigo mesmo e com o outro. O corpo enquanto suporte de comunicação com toda a sua maleabilidade e limite. Um corpo pronto para assumir aparências tão variáveis quanto as subjetividades que o conduz. Um corpo que constitui e que reformula sua visualidade a partir de imagens multiplicadas e distribuídas por meios de comunicação cada vez mais intensos e complexos.

³ Aqui peço emprestada a colocação de Galeano (in: Moraes, 2006: 149).

O que nos dizem esses corpos?

“Os padrões de beleza são tão imperiosamente obedecidos que, por mais que variem as mulheres fotografadas, nas imagens, todos os corpos se parecem”.

Lúcia Santaella

Segundo Garcia & Miranda, (2005: 18), a aparência dos corpos “funciona como uma camuflagem, ou maneira superficial de se apresentar publicamente, parecendo verdadeira, porém ocultando a essência do ser sob essa camada externa”. No entanto ainda é possível propor uma leitura das camadas externas e materiais na tentativa de melhor compreender esses corpos que “aparentam” e, assim, sugerem algumas referências mais subjetivas por parte do sujeito. Para tal usarei o conjunto de três imagens que, por oferecerem discursos visuais recorrentes, acabam por ditar seus valores como tendência de beleza e comportamento na atual sociedade.



Não é difícil olhar para estas imagens e perceber as semelhanças que lhes proporcionam uma unidade estética a partir da leitura que podemos fazer através de seus corpos. São musas⁴ do pop internacional, com origens e histórias pessoais completamente distintas, mas que a partir de suas aparências e comportamentos se tornam semelhantes a ponto de apresentarem o mesmo estilo oferecendo, assim, um panorama de “*existências transformadas em produtos*”.⁵

⁴ Respectivamente: Britney Spears, Gwen Stefani e Beyoncé.

⁵ Mais detalhes ver Cristiane Mesquita “Roupa – Território da Existência” in: Revista *Fashion Theory*, volume 1, número 2, p. 117.

O fato do corpo representar um rico campo de comunicação que relaciona o gestual a sua expressão visual é o que possibilita a sua análise enquanto modo de interação com o mundo a partir de categorias referentes as suas imagens.

1. Roupas

É possível notar a conformidade das vestimentas que cobrem estes corpos. Reduzidas ao mínimo necessário para que não apareça as partes consideradas íntimas (seios e órgãos sexuais), essas roupas são usadas para que a superfície de seus corpos sejam exibidas ao máximo, demonstrando todo o cuidado e o investimento que demandam. “O que é bonito é pra se mostrar” e aqui o valor está diretamente associado à exposição das formas e volumes ideais para uma mulher dentro dos padrões estéticos atuais.

A parte superior das roupas que compõem os *looks*⁶ apresentados se resume a modelos de biquíni ou sutiã bastante parecidos, ou seja, somente o pedaço de tecido necessário para que os seios não fiquem expostos, o que poderia soar inadequado. Embaixo, independente do comprimento, as peças usadas (short e calça) têm modelagens extremamente justas que marcam por completo a silhueta de um corpo bem contornado e, por começarem muito abaixo da cintura, exibem a sensualidade do quadril feminino.

As peças de roupa em si não apresentam uma expressão significativa enquanto proposta de criação de moda em suas formas, texturas e combinações, apenas as cores indicam uma relação com o estilo (no caso de Gwen Stefany o preto sugere uma atitude mais “rock”) ou com a composição visual da imagem como um todo (Beyoncé tece uma harmonia da estampa do biquíni com o fundo da foto).

...vestir o corpo humano é o ato de fazer escolhas com o objetivo de alterar sua exterioridade em vários pareceres, pondo tais opções em uso de maneira a

⁶ Segundo Garcia & Miranda (2005: 33), “a combinação de duas linguagens, a moda e a gestualidade, caracterizam o *look* como uma manifestação sincrética”.

imprimir nesse corpo marcas que vão, ao longo da história, edificar uma identidade...(Garcia & Miranda, 2005: 19-20).

Assim percebe-se que nestas imagens, a roupa contribui mais para a valorização e exposição do corpo e menos para definir um estilo pessoal autêntico, já que compartilham dos mesmos valores e geram sentidos que refletem uma tendência de consumo de aparências.

2. Acessórios

Os acessórios, assim como todo ornamento corporal, atuam como importante indicador estético e contribuem para a identificação do sujeito dentro de um contexto coletivo. Sua presença no *look* auxilia, de certa maneira, na construção da aparência e oferece algumas “dicas” sobre o possível estilo de cada pessoa.

No caso dessas imagens, os acessórios estão sempre presentes, embora utilizados de forma diferente por cada celebridade: na primeira foto encontra-se apenas um cinto preto colocado sobre um *look* todo branco, criando um contraste de cores e uma imagem “limpa”; a segunda foto é a que mais utiliza o recurso e através da sobreposição de braceletes, pulseiras, colares e cintos em preto, metal e pedras, sugere um estilo mais “rock” (inclusive a palavra aparece escrita em um dos acessórios); a terceira imagem também é bastante “limpa” e a cantora usa um *piercing* em pingente de metal e um cinto fino também em metal maleável que pende por cima da coxa dando idéia de balanço quando em movimento e na mão segura um fone de ouvido (desses utilizados em estúdio ou por profissionais da música) fazendo referência a sua área de atuação profissional.

3. Pele

As peles que revestem esses corpos são lisas, macias, jovens e de cor saudável, como se recebessem a quantidade ideal de sol. Nem muito bronzeadas (o excesso de sol é prejudicial), nem muito anêmicas (a falta de sol também é prejudicial), elas contêm a dose certa de energia que captam da luz solar. Esse

tom saudável de pele sugere uma mulher consciente de seus limites e ao mesmo tempo com disponibilidade de se expor a quantidades razoáveis de sol, seja por métodos de bronzeamento artificial ou por momentos de lazer à beira do mar ou de uma piscina.

Santaella (2004: 129), ao discorrer sobre a perfeição das texturas das peles que nos são apresentadas através de imagens construídas pela publicidade e pelas mídias, traça uma comparação com a aparência dos corpos dos *self-built-men*, onde “seus corpos são tão perfeitos que parecem cobertos de verniz, de uma película transparente que vitrifica o corpo, um corpo sem poros, sem exsudação, nem excreção, funcionalizado como um revestimento de celofane, exibindo a imortal juventude da simulação”.

Quando olhamos para estes corpos através das imagens acima, a sensação que nos é despertada é a de um corpo que não parece real ao mesmo tempo em que se apresenta como realidade enquanto objetivo de consumo para muitos. Nessas imagens fica evidente o ideal de perfeição dos corpos ali representados. Corpos fortes, com musculaturas trabalhadas, curvas sensuais, volumes proporcionais, belos, femininos e rígidos. Elementos que sugerem a enorme valorização de um corpo construído por atividades físicas intensas, restrições alimentares e possíveis interferências estéticas.

4. Abdômen

Em nossa cultura, o abdômen se impõe enquanto importante símbolo do universo feminino. Nele reside toda a representação de generosidade e sedução através da possibilidade de gestar e perpetuar a vida a partir do ato sexual e assim, assume papel fundamental na construção da aparência de mulheres fortes e femininas. Os abdomens malhados e definidos passam a sugerir uma mulher muito mais voltada para a manutenção de seu próprio corpo do que de sua própria espécie, afinal a flexibilidade dessa parte do corpo atende a certos limites e costuma ganhar um novo tônus muscular após passar pela gravidez. Na atualidade, o abdômen conforma em sua expressão tanto a rigidez muscular de

uma mulher enérgica, quanto a sensualidade decorrente de suas curvas definidas e expostas sem pudor.

5. Gestualidade

Apesar das imagens aqui trabalhadas serem bidimensionais, é possível perceber a intenção de movimentos, mesmo que pousados, que conferem a esses corpos alguma gestualidade. A projeção da parte superior do corpo para frente faz aumentar o volume dos seios e seu leve desvio para um dos lados ajuda a acentuar as curvas, principalmente a da cintura, contribuindo para quebrar a rigidez de sua perfeição e lhe conferindo uma maleabilidade mais característica a um corpo feminino. Essa postura projetada para frente e ligeiramente arqueada para o lado, representada em todas as imagens, possibilita uma melhor contração dos músculos e faz o corpo parecer mais exercitado. A maneira como o corpo é colocado diante das câmeras para ser registrado também busca uma valorização das suas formas perfeitas como modelo ideal de beleza.

Outra característica da gestualidade presente nas imagens citadas é o posicionamento das mãos como quem está tirando a peça inferior do vestuário (calça, short) para mostrar aquilo que lhe é mais íntimo. Essa atitude ousada, apesar da imagem ser estática, nos passa a impressão de que o sexo está sendo oferecido gratuitamente ao público em geral. “Trata-se do auge da perfeição e da perversão” (Santaella, 2005: 130), onde o corpo encontra-se erotizado através de uma imagem sexualizada da mulher como objeto de um consumo simbólico.

Após essa breve análise, me questiono sobre quem são essas mulheres dentro de um contexto real e se as expressões e extensões de seus corpos correspondem também as de seus interiores. Essas imagens mais parecem uma superexpressão visual diante de uma inexpressão identitária, onde corpos são produzidos para gerar sentidos condizentes com uma demanda mercadológica.

Portanto, os elementos que compõem a imagem dessas celebridades não necessitam corresponder a individualidade alguma, mas sim, necessitam edificar suas aparências enquanto produtos de um intenso e concorrido mercado cultural. É preciso vender e para isso deve haver um estilo de vida que sustente os mais

diversificados produtos e tais estilos quem promove são as celebridades enquanto modelo e referência de imagem. Nas palavras de Baudrillard (2005: 143)

Importa que o indivíduo se tome a si mesmo como objeto, como o mais belo dos objetos e como o material de troca mais precioso, para que, ao nível do corpo desconstruído, da sexualidade desconstruída, venha a instituir-se um processo econômico de rentabilidade.

O discurso dessas imagens é esclarecedor quanto à extrema valorização do exterior sobre o interior do sujeito que se apresenta como conseqüência de uma alta exibição e *glorificação* do corpo no contemporâneo como forma de possível restauração de identidades despedaçadas (cf. Santaella, 2004: 126). É a vitória do “parecer” sobre o “ser”, em uma cultura que tende a dar valor ao que é visível e, assim, o indivíduo se encontra em uma situação onde “quanto mais se quer expor, mostrar, tornar visível, tanto mais se consegue apenas aparentar, esconder, simular ou ofuscar” (Baitello, 2005: 21).

No entanto, o que vem ocorrendo, é a transformação dos corpos em imagens segundo uma nova lógica de produção (cf. Baitello, 2005: 20), onde a reprodutibilidade se encarrega de extrair toda a profundidade de uma existência corpórea complexa ao enaltecer sua condição enquanto superfície.

Ao discorrer sobre a valorização do olhar na contemporaneidade, Baitello nos atenta sobre o caráter de distância atribuído à visão, diferentemente de outros sentidos que sugerem proximidade como o olfato, o paladar e o tato. O autor nos alerta sobre o papel que a visualidade assumiu em uma sociedade repleta de imagens:

...a visão não requer a presença, possibilitando as substituições pelas imagens, enquanto que os sentidos de proximidade exigem a presença física, a corporeidade. E quando se privilegiam a distância e as imagens visuais, só o que pode ser visto assume o status de valor (Baitello, 2005: 30).

Segundo Baitello (*op.cit.*: 14), vivemos um momento de “crise da visibilidade”, que já não mais representa “uma crise das imagens, mas uma rarefação de sua capacidade de apelo”, onde a reprodução descontrolada dessas imagens esvazia seu conteúdo histórico e a torna limitada a sua camada exterior, sua aparência enquanto imagem. Instala-se assim, um certo cansaço visual, cuja consequência é a exigência de corpos-imagem cada vez mais exagerados em sua plasticidade e perfeição.

Essa imagem perfeita é facilmente encontrada na representação dos corpos das celebridades, que costumam se mostrar dotados de aparência lisa, consistência rígida, formas bem delineadas e proporcionais. Esse é o padrão de uma imagem desejável atualmente. Um corpo magro, forte e erotizado parece ser um objetivo a ser alcançado por muitos enquanto realização pessoal. Essa plasticidade “sem defeitos” do corpo é instigada por um *ideal narcísico* (cf. Santaella, 2004: 130) que leva o indivíduo a, inevitavelmente, amar e investir em si mesmo em prol de padrões socialmente prescritos.

Entre os cobiçados modelos exibidos e o corpo vivo – corpo sujeito à fadiga, ao suor, ao cheiro, aos entreveros do cotidiano, à dor, aos circuitos incompreensíveis das pulsões, aos solavancos das paixões e à opacidade do desejo – abre-se um fosso do qual emerge o corpo como sintoma da cultura (Santaella, op.cit.: 131).

O que se mostra preocupante passa a ser não exatamente o fato de o indivíduo moldar sua aparência a partir de modelos provenientes de imagens referentes às celebridades, mas sim o fato de essas imagens muitas vezes não corresponderem a uma realidade plausível, já que os recursos utilizados são infinitos. Ou seja, querer copiar tais padrões estéticos não significa alcançar uma imagem semelhante, visto que este processo envolve diferentes tipos de manipulação. Santaella (2004: 129) nos apresenta apenas uma das possibilidades

Com a manipulação da imagem fotográfica hoje permitida pela computação gráfica, corpos podem ser transformados a bel prazer, defeitos apagados, corrigidos, a anos luz de distância dos tradicionais valores da fidelidade fotográfica.

Além da manipulação por computação gráfica, muitas vezes esses corpos são submetidos a inúmeras intervenções estéticas, ganhando uma aparência perfeita que destoia de sua condição natural. Ao desejar um corpo dentro dos parâmetros de perfeição vigentes na atualidade o indivíduo inicia a construção de uma auto-imagem que parece nunca se realizar, pois está calcada em uma aparência edificada enquanto produto. Para não enveredar por sentimentos como baixa auto-estima e eterno descontentamento consigo mesmo, é preciso que este indivíduo também exponha seu corpo à funcionalidade necessária para que alcance tal objetivo: um corpo que fale mais alto que a sua própria subjetividade.

Referências bibliográficas.

BAITELLO, Norval. *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 2005.

GARCIA, Carol; **MIRANDA**, Ana Paula de. *Moda e comunicação: experiências, memórias, vínculos*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

HERSCHMANN, Micael; **PEREIRA**, Carlos Alberto Messeder (orgs.). *Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade*. 2ª ed. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

MESQUITA, Cristiane. "Roupa – Território da Existência". In: *Fashion Theory: a revista da moda, corpo e cultura*. São Paulo: Anhembi Morumbi / Berg, v.1, n. 2, pp. 115-129, 2002.

MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

RONDELLI, Elizabeth; **HERSHMANN**, Micael. “Os *media* e a construção do biográfico”, pp. 73-100. In: **HERSCHMANN**, Micael; **PEREIRA**, Carlos Alberto Messeder (orgs.). *Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade*. 2ª ed. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

SANTAELLA, Lucia. *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.