

## AS CAMADAS DO ESPELHO

### THE MIRROR LAYERS

Otoni, Valéria de Souza Oliveira; M.A.; Moda (CESUMAR)

#### Resumo

O ano é 2012, e o espelho voltou a figurar nas estantes literárias e nas grandes telas. Escritores, médicos, sociólogos, cineastas, curiosos e, especialmente, ex-vítimas de tristes patologias sociais não param de pensar nele. Afinal, qual é o perigo para as adolescentes, se o “Espelho, espelho meu, ainda insiste em tentar provar a relevância de ter, ou não, alguém que seja mais bela do que eu”?

**Palavras Chave:** adolescência; corpo; beleza.

#### Abstract

The year is 2012, and the mirror again appears on the literary shelves and on the large screens. Writers, doctors, sociologists, curious, and especially, former victims, of sad social pathologies, never stop thinking about him. After all, what is the danger to teens, if “Mirror, mirror, still insists on trying to prove the relevance of having, or not, someone more beautiful than me”?

**Keywords:** adolescence; body; beauty.

#### Beleza, Adolescência e Corpo.

Em 2008, o artigo “Transtornos alimentares na adolescência: em busca do corpo ideal”<sup>1</sup>, já alertava sobre os perigos de uma possível epidemia de culto ao corpo, entre adolescentes. Segundo os autores, numa sociedade em que tudo virava mercadoria, o corpo havia se tornado um objeto que representaria a imagem do adolescente, emergindo, então, uma ambígua obsessão pelo corpo magro, aliada ao pavor de engordar. Na época, tais adolescentes criam que modelos, artistas de cinema e de televisão fossem protótipos para cópia. A partir daí, seriam lançados, então, esforços para a obtenção do perfil estético estabelecido, o que resultaria em um quadro propício para a emergência da anorexia e bulimia. Mas, será que hoje

---

<sup>1</sup> Sara Lopes Fonseca e Luiz Carlos Castelo Branco Rena. Mosaico: estudos em psicologia. Belo Horizonte - MG. 2008. Vol. II. nº 1. p. 9-15.

algo mudou no pensamento das adolescentes brasileiras com relação a esse assunto? Será que ainda existe um abismo entre o padrão de beleza conhecido, e a imagem que essas meninas encontram refletida em seus espelhos?

Em 1999, a cientista e psicóloga Nancy Etcoff em seu livro *A Lei do Mais Belo*, já postulava que a beleza não é um mito. Para a autora, a busca da beleza não é nem uma construção cultural, nem uma intervenção dos grandes centros de moda. Assim, de forma consciente, ou não, em algum momento, a maioria das pessoas que vive no mundo globalizado, nas mais diversas sociedades modernas, talvez pela necessidade de reconhecimento (“o *status* de se parecer com uma supermodelo”), acaba por se tornar refém do massacre emocional das ditaduras da beleza. Infelizmente, isso acontece de forma mais agressiva ainda, com as adolescentes.

*“(...) Manter a magreza extrema das modelos exige um bocado de esforço. É difícil ser tão magra sem algum artifício (drogas, fumo, distúrbios de alimentação) e várias pessoas magras realmente usam artifícios. Requer dinheiro, tempo ocioso e uma concentração obsessiva. (...) É claro que dietas de matar de fome e as muitas horas na academia de ginástica valem a pena para os modelos femininos e masculinos. Para eles, a recompensa potencial é enorme e a diferença entre conseguir e quase conseguir é a mesma que entre uma grande fortuna e a obscuridade total. (...) o mercado de modelos é do tipo o vencedor-leva-tudo – há poucas pessoas competindo pelos melhores prêmios. (...) ganhar milhões versus ganhar quase nada. Ser modelo é uma profissão bem paga somente para os poucos que atingem o topo. (...) As modelos se tornarão mais altas e mais magras enquanto a recompensa for muito grande, e vantagens mínimas podem fazer a diferença. Qual é a vantagem das muitas pessoas que imitam as modelos? O status de se parecer com uma supermodelo.” (ETCOFF, 1999, p.261 a 262).*

Os modelos de valor, de beleza, de felicidade, são absorvidos desde a mais tenra infância, e confundidos com algo que seria natural. O impacto desses modelos é principalmente intenso na adolescência. Para corroborar com esta idéia, cabe aqui destacar uma ação da empresa *Unilever/Dove*, ao lançar o “Programa pela Autoestima”, baseado na pesquisa “Além dos Estereótipos”, realizada em 2005 e 2006. O estudo entrevistou mais 3.300 mulheres de dez países, incluindo meninas de 15 a 17 anos. Como resultado, a empresa obteve dados alarmantes: 97% achavam que poderiam melhorar a autoestima mudando alguma coisa na aparência

e 72% delas já haviam deixado de fazer alguma coisa – como ir à praia, festa ou até entrevista de emprego – por não estarem satisfeitas com o próprio corpo<sup>2</sup>.

Nos mais diversos meios de comunicação social são frequentes os relatos de meninas, cada vez mais jovens, que revelam sua insatisfação e sofrimento decorrentes de problemas relativos à aparência: elas não se acham bonitas, e mesmo magras, se consideram acima do peso. Esses dados, talvez, revelem uma forma de fragmentação do corpo decorrente da dificuldade de enxergar-se de uma maneira mais inteira e real. Sem um apoio social consistente – ao se defrontarem com ícones de beleza, geralmente, fora dos padrões de normalidade (e, até mesmo, de saúde) –, essas adolescentes (as quais já têm que lidar com as dificuldades inerentes de possuir um corpo em transformação) tendem a sofrer mais um ataque a sua autoestima.

Augusto Cury, em seu romance: *A Ditadura da Beleza e a Revolução das Mulheres* – uma ficção que foi escrita tomando por base dados reais – afirmava que cerca de 600 milhões de mulheres já se sentiam escravas de uma masmorra psíquica resultante da busca por um padrão inatingível de beleza, amplamente difundido na TV, nas revistas, no cinema, nos desfiles e nos comerciais. Padrão este que penetrou no inconsciente coletivo das pessoas e as aprisionou no único lugar em que, segundo o autor, “não é admissível ser prisioneiro: dentro de si mesmas.”.

*“Tenho bem nítida na mente a imagem de jovens modelos que, apesar de supervalorizadas, odiavam seu corpo e pensavam em desistir da vida. Recordo-me de pessoas brilhantes e de grande qualidade humana que não queriam frequentar lugares públicos, pois, se sentiam excluídas e rejeitadas por causa da anatomia do seu corpo. Recordo-me dos portadores de anorexia nervosa que tratei. Embora magérrimos, reduzidos a pele e ossos, controlavam os alimentos que ingeriam para não “engordar”. Como não ficar perplexo ao descobrir que há dezenas de milhões de pessoas nas sociedades abastadas que, apesar de terem uma mesa farta, estão morrendo de fome, pois bloquearam o apetite devido à intensa rejeição por sua autoimagem?” (CURY, 2005, p.6).*

Naquela época, Augusto Cury afirmava alarmado que até crianças e adolescentes já eram vítimas dessa ditadura que assassina a autoestima, asfixia o

---

<sup>2</sup> Disponível em: [http://www.unilever.com.br/Images/Dove\\_tcm95-106355.pdf](http://www.unilever.com.br/Images/Dove_tcm95-106355.pdf). [Acessado em 30 de abril de 2012]

prazer de viver, produz uma guerra contra o espelho e gera uma autorrejeição profunda: “Com vergonha da sua imagem, angustiados, consomem cada vez mais produtos em busca de fagulhas superficiais de prazer. A cada segundo destrói-se a infância de uma criança no mundo e se assassina os sonhos de um adolescente.” Isso acontece, segundo Cury, pois, “qualquer imposição de um padrão de beleza estereotipado para alicerçar a autoestima e o prazer diante da autoimagem produz um desastre no inconsciente, um grave adoecimento emocional.”.

Qual seria, então, o antídoto para todo esse veneno? Como convencer às adolescentes que, independentemente do padrão corporal divulgado pela mídia como “ideal”, elas devem entender que esse padrão talvez seja o “mais adequado”, apenas, para determinados segmentos, como a passarela, por exemplo?

Marília Coutinho, em seu livro: “Estética e saúde: a linha tênue entre beleza e saúde”, de certa forma, traz uma solução emergencial para o problema. A autora afirma que seria essencial, em primeiro lugar, acabar com a irresponsabilidade social, e definir melhor quais seriam os limites éticos da publicidade de moda. Segundo ela, deveria ser pensada uma forma de tentar impedir (ou, ao menos, minimizar) a exposição de modelos anoréxicas em atitudes vencedoras, como exemplos de sucesso a serem seguidos (COUTINHO, 2011, p.147).

No entanto, em prol de um resultado mais eficaz, talvez fosse necessário ir um pouco mais além. Por que não se criar espaços para ampla divulgação dos mais diversos tipos de corpos saudáveis, e provar como são belos? Afinal, por que corpos têm que ser padronizados em ideais estéticos inadequados, até mesmo, para a indústria da moda?

### **O Tipo Físico da Brasileira e a Ilusão da Imagem Projetada nas Passarelas**

Fruto de intensa miscigenação, o corpo típico da mulher brasileira deveria ressaltar uma mistura bem equilibrada das diversas raças e culturas que passaram pelo Brasil. Como ressaltado por Darcy Ribeiro, brancos, índios, negros e amarelos, em diferentes matrizes raciais, se misturaram para dar início a um “novo povo”:

*“[...] novo porque surge como uma etnia nacional, diferenciada culturalmente de suas matrizes formadoras, fortemente mestiçada, dinamizada por uma cultura sincrética e singularizada pela redefinição de traços culturais delas oriundos. [...] é visto como uma gente nova, um novo gênero humano diferente de quantos existam [...]”.* (RIBEIRO, 1995, p.19).

Segundo a historiadora Mary Del Priore, em 1500, as índias pardas e corpulentas (com o padrão brasileiro de peles morenas, cabelos pretos e longos, nudez inocente num corpo forte), contrastavam com o modelo europeu de pele e cabelos claros e bochechas largas (DEL PRIORE, 2000, p.18). Para os primeiros portugueses que ao Brasil chegaram, essa visão, apesar de talvez tê-los chocado, certamente, também, foi motivo de fascinação.

Também a psicóloga e especialista em mídia Rachel Moreno, em seu livro *A Beleza Impossível*, destaca que a mulher brasileira é resultante de uma mescla de raças e etnias, cuja beleza vem justamente dessa diversidade.

Assim sendo, ainda que as adolescentes verdadeiramente brasileiras (em almas e corpos) pudessem, como conseguiriam atingir, de uma forma natural, o padrão extremamente magro das modelos das passarelas mais famosas do mundo? Como se espelhar em *Giseles Bündchens*, se a própria, apesar da sua nacionalidade, nunca poderia ser enquadrada nos padrões naturais do corpo da brasileira, devido as suas características genéticas peculiares da sua descendência? Ainda é relevante, nos dias de hoje, apontar os culpados pela conservação e disseminação de uma cultura que transforma a “quase inanição voluntária” em uma forma de “beleza” e integração social? Ou seria mais coerente tentar entender como funciona a dinâmica dos processos que levam uma grande massa de adolescentes (dos mais diversos meios, crenças e classes sociais), normalmente tão revolucionária e cheia de si, a obedecerem cegamente (de forma totalmente passiva, sem nenhum tipo de questionamento) a uma lógica tão escancarada, tão simples, tão transparente de dominação social?

Marília Coutinho afirma que são os padrões de beleza, e não a moda, que realmente complicam a situação em torno das estruturas do discurso dominante.

*“Todas – sem exceção – as instituições sociais constroem e desconstroem padrões estéticos, incluindo os de beleza corporal feminina [...]. Os fatores que levam à valorização da magreza de forma ampla (pouca massa corporal total) envolvem desde uma nova cultura reprodutiva, a infantilização do corpo feminino e outros elementos. Todos obedecem a uma lógica de dominação, sem dúvida. Mas esta é uma sociedade estratificada, onde imperam os conflitos de relações de poder (entre classes, entre gêneros e entre etnias).”*. (COUTINHO, 2011, p.154).

A autora conclui esse assunto alegando que, hoje, o conceito de culpa deu lugar ao de condicionante social. E, sendo assim, em sua opinião, olhando-se o problema de uma forma um pouco menos simplista, fica mais fácil tentar intervir sobre ele com políticas públicas adequadas e atitudes individuais mais responsáveis. Em sua frase: “atitudes individuais mais responsáveis”, a autora, talvez, tenha dito tudo aquilo que, no momento, deveria ser feito. Afinal, para mudar um comportamento coletivo, é necessário que, antes, o primeiro passo seja dado de forma individual.

### **As camadas do espelho**

Os espelhos são feitos em três camadas: uma principal, de metal, superpolida (que reflete muito bem a luz e fica no meio do espelho); por trás dela, outra, escura, normalmente de tinta preta, que absorve a luz que vem de trás do espelho e impede que ela "vaze" pela parte refletora de metal; e por fim, na frente do metal, fica uma camada de vidro, que dá solidez ao espelho e protege a película metálica contra riscos que distorçam a reflexão dos raios de luz.

Segundo especialistas, um bom espelho deverá refletir noventa por cento dos raios de luz que incidirem sobre ele. Talvez, por isso sejam mágicos: afinal, eles refletem a luz, a luz interior das pessoas “que se arriscam” em contemplar-se através deles.

### **Espelho, espelho meu... O espelho do Narciso**

Segundo a lenda, Eco era uma ninfa famosa por sua tagarelice. Certa vez ela tentou desviar a atenção de Hera, esposa de Zeus, para que a mesma não descobrisse que ele, verdadeiro atleta de alcova, estava entre as ninfas em mais

uma de suas muitas aventuras extraconjugais. Porém a deusa descobriu o estratagema de Eco e, por vingança, condenou-a a nunca iniciar um diálogo, apenas repetir as últimas palavras de seu interlocutor. Ocorre que Eco se apaixonou por Narciso, belo jovem que vivia sendo assediado pelas ninfas sem nunca comprometer-se com nenhuma delas. Perdido dos amigos numa caçada, Narciso se viu sozinho num bosque. Foi quando Eco surgiu, sempre a repetir-lhe as últimas palavras. Na tentativa de aproximar-se de Narciso, foi rejeitada por ele. Diante do desdém do jovem, ela se refugiou nas rochas e nas cavernas, onde seu corpo se decompôs e se transformou em rocha, restando apenas sua voz, que repetia sempre as últimas palavras de alguém. Iradas, as ninfas pediram à deusa da vingança, Nêmesis, que condenasse o belo moço a algum tipo de amor impossível. Então, certo dia, Narciso debruçou-se sobre um lago para matar a sede, no que fora flechado por Eros, acabando por se apaixonar pela própria imagem refletida nas águas. Cada gesto seu era repetido pela bela criatura que habitava as águas e suas palavras finais eram repetidas pela voz de Eco, que já habitava os rochedos. Ficou ali até definhar completamente. No lugar onde perecera surgiu uma flor que leva seu nome. Dizem que no Hades a alma de Narciso procura ver sua imagem refletida nas escuras águas do Estige<sup>3</sup>.

A perdição (destruição) de Narciso foi um espelho d'água. O Narciso da lenda nunca conseguiu se apaixonar por ninguém, exceto por si mesmo. Ele se isolou na autocontemplação, até que seu corpo se desfizesse junto às águas. Mas enfim, não é isso mesmo que as adolescentes contemporâneas estão fazendo ao viverem em uma busca frenética pela satisfação pessoal, pela aceitação, e reverência coletiva? O que significa, afinal, ser bela? Que poder é esse que envolve a beleza?

*“Belo é o que agrada “sem nenhum interesse”, já dizia Kant em uma de suas definições do juízo-de-gosto. Schopenhauer assimila esta definição e diz que belo é aquilo que agrada sem nenhum motivo (interesse), isto é, nega a Vontade”. (SHOPENHAUER 2003, p.18).*

---

<sup>3</sup> Por Cleber Sérgio de Seixas. Disponível em: <http://observadoressociais.blogspot.com/2009/04/o-espelho-de-narciso.html> [Acessado em 30 de abril de 2012].

Eduardo Ribeiro da Fonseca afirma que, para Schopenhauer (2003), o belo é uma porta de acesso direto ao equilíbrio e à serenidade, pois, possibilita a visão objetiva da unidade dentro da pluralidade. Já Etcoff (1999, p.11), alega que a beleza é composta de partes iguais de carne e imaginação, porém, ainda, impregnada pelos sonhos dos sujeitos, e saturada pelos seus anseios. Ela prossegue dizendo que, por outro lado, a reverência à beleza é, simplesmente, uma fuga da realidade, como se fosse um eterno adolescente presente no íntimo dos indivíduos, recusando-se a aceitar o mundo falho.

Qual seria a ligação de tais observações com o visível mal do qual sofrem as adolescentes contemporâneas? Certamente, em se tratando de “um mundo falho”, talvez o melhor fosse escolher “o tudo, ou o nada”. Ou seja, possivelmente para as adolescentes, é preferível morrer na tentativa de emagrecer (ou seja, arriscar tudo) para ser reconhecida como “bela” (atendendo, assim, aos apelos da sociedade), do que ser tida como “gorda” (numa sociedade de magras) e ser descartada do convívio coletivo (o que seria, para elas, “um outro tipo de morte”, até bem mais cruel e dolorosa).

Em 2005, no livro a “História da Beleza”, Vigarello postulava que não se podia compreender a magreza da época sem as referências ao universo dos movimentos, dos ritmos, e dos sons daquela cultura, os quais colocavam em jogo a erotização e a funcionalidade através de corpos mais sensíveis, mais ativos. Ele afirmava que a fascinação da escolha é tão forte que se impõe ainda quando a norma parece mais premente e mais coletiva, o que daria uma coloração bem mais precisa à cultura estética da época.

*“Emagrecer é uma obrigação rigorosa, generalizada: no entanto, nada há de mais individual e personalizado. Os instrumentos emagrecedores, dos mais simples aos mais sofisticados, multiplicam-se ao infinito, como se multiplicam as técnicas [...], todas supostamente criadas para modelar a silhueta mais afuselada”. [...] Cada um é responsável por seu estado físico, e até por sua beleza; alusão transparente às expectativas de nossa sociedade: o recuo relativo das instituições reforça a obrigação de “ser o autor e o responsável por sua vida”, também responsável por sua aparência, até no detalhe dos próprios contornos. [...] O emagrecimento é “prova”, como são simplesmente provas as normas sociais”. (VIGARELLO 2005, p.188-190).*

Voltando ao conceito de belo, Sallet (2005, p.184) comenta que no dicionário, a definição de belo diz respeito a tudo aquilo que tem beleza, é formoso e lindo; ou ainda apresenta caráter ou natureza do que é belo. Todavia, a autora se preocupa em separar o belo do perfeito, do inatingível. Ela faz a seguinte, e essencial, ressalva:

*“Numa sociedade de consumo, controlada pela mídia, a busca pelo corpo ideal ultrapassa barreiras e rompe obstáculos. Não escolhe credo, raça, faixa etária ou classe social. Todos, sem exceção de um único grupo, sofrem com um discurso que ora prega a estética, ora se reocupa com a questão da saúde”. (SALLET, 2005, p.184).*

A autora prossegue afirmando que não foi somente *Hollywood* que ajudou a criar novos padrões estéticos, ao idealizar e reafirmar a beleza moldada. As revistas e os programas de televisão contribuem muito para isso quando publicam os “segredos das estrelas para a perfeição física”, e até mesmo, as mais variadas técnicas que podem ser usadas “para corrigir todas as imperfeições”.

*“Desde o final do século XX, continuando no início deste, o culto ao corpo está intrinsecamente relacionado à glorificação da imagem da juventude. Perde-se muitas vezes as noções de saúde, vitalidade e equilíbrio para literalmente fabricar um corpo perfeito. Na verdade, precisamos evitar que as pressões sociais nos influenciem e nos tornem escravos do próprio corpo”. (SALLET, 2005, p.184).*

De volta às adolescentes, muito provavelmente, estas se encontram bastante assustadas com a idéia de serem “descartadas” no convívio coletivo pelo fator “estar fora dos padrões”. Sendo assim, cabe aqui ressaltar a necessidade de divulgar em seus meios que, ainda que estejam verdadeiramente em desacordo com os seus grupos sociais, se conseguirem manter as condições necessárias de saúde física e mental, conseguirão chegar tão longe o quanto desejarem. Portanto, devem ter cuidado com o sedutor e fatal “espelho de Narciso”: com seus próprios egos e desejos de alcançar uma perfeição irreal.

### **Espelho, espelho meu... O espelho da Barbie**

Para algumas adolescentes (vítimas da vida em sociedade), basta pensar na *Barbie* que já surge um incontável desejo de parar de comer e sair correndo para

a academia. Talvez um dos mais cruéis espelhos não seja o da “Madrasta malvada da Branca de Neve” (um espelho que, de mágico, não tem nada, posto que, fala toda a verdade, como todos os outros), e sim, o espelho da boneca Barbie! Esse sim é terrivelmente assustador, a partir do momento que reflete um ideal insano de beleza, absolutamente inatingível de maneira natural e saudável.

Não é preciso ser especialista para observar que, desde muito cedo, algumas meninas aprendem que devem manter um incrível autocontrole e jejuns intermináveis, para conseguirem se manter dentro das esferas da admiração. Ou seja, para poderem ser comparadas à boneca em questão, no mínimo, as adolescentes precisam parar de comer (ou comer quase nada) e passar horas se exercitando.

Esta atitude, certamente irá transformá-las em “bonecas vivas”, porém, “totalmente sem vida”. Não é raro encontrar meninas bem jovens, internadas em hospitais, vítimas de sérias patologias, as quais, infelizmente, poderão levá-las à morte.

*“Diante de uma mulher anoréxica não há como deixar de olhar para seu corpo com espanto. Este mesmo corpo está posto para figurar uma linguagem que não encontra expressão na fala. A anoréxica “modela” sua imagem para anunciar a sua questão com a feminilidade. O vocábulo desencarnar, segundo nos ensina o “Aurélio”, significa “deixar a carne, passar para o mundo espiritual”. O corpo emagrecido, sem forma feminina, funciona como “um protesto”, palavras de uma paciente minha. Protesto?, pergunto-lhe. “Protesto contra crescer”, ela explica. Conta-me uma cena marcante de sua vida, quando brincava de “Barbie” e viu-se sozinha, sem suas amigas de uma infância que não queria abandonar. Curiosa imagem que mescla os valores ditados pela sociedade moderna, que têm na boneca um modelo de mulher (magra, atlética, consumista, etc) e o medo de despregar-se de um mundo infantil, imaginativo. A boneca representa tanto aquilo que ela deseja, quanto o que quer recusar”. (GORGATI, 1999).*

Conforme publicado no *blog* “Identidade de Tv”<sup>4</sup>, “esse corpo, com o qual a publicidade dialoga é convidado a tudo querer e, em abundância, comprar. Exibir o máximo de mercadorias em si e, ao mesmo tempo, mostrar o mínimo de si

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.identidadetv.com.br/index.php/blog-identidade/43-sindrome-de-barbie> [Acessado em 30 de março de 2012].

(nenhuma gordura, nenhum vício, pouca fome, nada de rugas, celulite ou estria...). O que vale é ser um esqueleto frágil para servir de suporte às etiquetas e aos mais variados acessórios da moda.

O *blog* afirma que a Barbie (com suas medidas perfeitas, seu corpo magro e rígido) pode ser usada como “musa inspiradora” para célebres estilistas. A boneca, diferentemente de outras que são feitas para brincar ou ninar, tem seu visual constantemente reconfigurado. Ou seja, ela está sempre atualizada. Afinal, não pode refletir a imagem de simples boneca, e sim, de uma pessoa real.

Desta forma, o “espelho da Barbie”, para as meninas adolescentes, refletirá uma imagem carregada de conceitos mentirosos de beleza, mais uma vez, inatingível e insuperável, e o pior: apenas física!

No prefácio do livro “Toda mulher pode ser bonita”, Tomie Ohtake destaca que “antes de ser bonita, a mulher deve procurar fazer de si mesma um exemplo de caráter, generosidade, tolerância e humildade, atitudes cuja prática comprova também que toda mulher pode ser única” (YUFON, 1998).

E depois de tudo isso que aqui foi tratado, qual será a imagem refletida no espelho das adolescentes contemporâneas? Será que seus reflexos permanecem aprisionados em reproduções do mágico e cruel espelho da Madrasta da Branca de Neve? E o espelho da Barbie, será que continua sendo ainda tão relevante, mesmo numa sociedade que anuncia, aos gritos, seus novos interesses, afirmando que, em meio à competitividade globalizada e andrógina, o valor intrínseco feminino tem sido prioritário para a sobrevivência das mais fortes? Ou será que o espelho de Narciso prosseguirá levando às adolescentes à morte.

A finalidade deste artigo foi tentar conseguir que, por um momento, você leitor parasse e refletisse e, quem sabe, se sensibilizasse na tentativa de mudar algo nesta sociedade atual, no seu mundo, com as suas adolescentes (filhas, sobrinhas, amigas, vizinhas, irmãs). Chamo, agora, à sua responsabilidade um mover adiante em prol de uma luta injusta – por já parecer perdida – contra signos sociais repletos

de interesses pessoais, de grupos, que tentam roubar essências, e matar meninas de fome, em “um país em que se plantando tudo dá”.

Ao observar o espelho, e suas partes, qual a camada você escolhe para as meninas do Brasil: a cruel, mentirosa, de metal superpolida. Aquela que refletirá aquilo que nunca poderão ser? Ou será a sombria e negra, que aprisionará seus sonhos, impedindo-as de ver aquilo que talvez tenham de melhor e único: a luz interior? Talvez fosse melhor que ficassem com a de vidro. Se essa for a sua escolha, saiba que ela não impedirá a visão, e as protegerá de si mesmas, impedindo que os riscos da vida distorçam seus reflexos Divinos!

A vida é delas, mas, escolha é sua!

## Referências Bibliográficas

COUTINHO, Marília. **Estética e Saúde – A Linha Tênu e entre Beleza e Saúde**. São Paulo: Phorte Editora, 2011.

CURY, Augusto Jorge. **A Ditadura da Beleza e a Revolução das Mulheres**. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

ETCOFF, Nancy. **A Lei do Mais Belo**. Tradução de *Survival of the Prettiest*, por Ana Luiza Borges de Barros. Rio de Janeiro: Editora Objetiva Ltda., 1999.

FONSECA, L. S.; RENA, L. C. C. B.. **Mosaico: Estudos em Psicologia**. Belo Horizonte-MG, 2008. Vol. II, nº 1, p.9-15.

MORENO, Rachel. **A Beleza Impossível: Mulher, Mídia e Consumo**. São Paulo: Editora Ágora, 2008.

RIBEIRO, Darcy. **O Povo Brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SALLET, Dra. Carla Góes. **Belíssima aos 40, 50, 60, 70...** São Paulo: Conex, 2005.

SCHOPENHAUER, Arthur. **A Metafísica do Belo**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza: O Corpo e a Arte de Se Embelezar, do Renascimento aos Dias de Hoje**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

YUFON, Christine. **Toda Mulher Pode Ser Bonita: Guia de Valorização Pessoal**. São Paulo: Editora Gente, 1998.

Programa Pela Autoestima, baseado na Pesquisa Além dos Estereótipos, 2005. Disponível em: [http://www.unilever.com.br/Images/Dove\\_tcm95-106355.pdf](http://www.unilever.com.br/Images/Dove_tcm95-106355.pdf). [Acessado em 30 de abril de 2012]

O Espelho de Narciso. Por Cleber Sérgio de Seixas. Disponível em: <http://observadoressociais.blogspot.com/2009/04/o-espelho-de-narciso.html> [Acessado em 30 de abril de 2012].

Síndrome de Barbie. Disponível em: <http://www.identidadetv.com.br/index.php/blog-identidade/43-sindrome-de-barbie> [Acessado em 30 de março de 2012].

Corpos Desencarnados: Um Histórico da Anorexia, por Soraia Bento Gorgati. Junho de 1999 – Vol.4 – Nº 6. Disponível em: <http://www.polbr.med.br/ano99/anrx699.php> [Acessado em 30 de março de 2012].