

## **Recriando o Corpo Feminino: Sedução, Fantasia e Ideal de Beleza**

Recreating a Feminine Body: Seduction, Fantasy and Ideal of Beauty

Iracema Tatiana Ribeiro Leite<sup>1</sup>; Marcondes Lima<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo propõe uma reflexão sobre o corpo feminino e sua relação com a moda e a subjetividade. O objeto de análise aqui proposto é o corpo feminino e sua sacralização como “belo sexo”. Serão relatados aspectos ligados às diferenças sexuais em relação à plasticidade da moda e às diversas modificações corporais. As questões pertinentes ao corpo, aqui abordadas, partem da constatação de que ele funciona como meio e/ou suporte para os experimentos de moda e a “constituição do moderno”. Considerando os fatores corpo e design, vale ressaltar que o produto de moda possibilita a experimentação coletiva de emoções: a essência da vida social. O designer absorve os traços da contemporaneidade agregando valor funcional e estético- simbólico ao produto.

Palavras-chave: Corpo, reconstrução, subjetividade.

### **Abstract**

The present article proposes a reflection about the feminine body and its fashion and subjectivity relation. The object of analysis proposed here is the feminine body and its sacralisation as “beautiful sex”. Aspects related to sexual differences will be described in relation to the fashion plasticity and to the several corporal modifications. The pertinent body questions boarded here starts on the constataction that it works as a mediate and/or support for the fashion experiments and the “constitution of the modern”. Considering the factors body and design, to be valid emphasize that the fashion product makes possible the collective experimentation of emotions: the essence of the social life. The designer absorbs the traces of the contemporaneity aggregating functional value and symbolic-esthetic to the product.

Keywords: Body, reconstruction, subjectivity.

<sup>1</sup>Designer, Especialista em Design de Moda pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

<sup>2</sup>Mestre em Artes Cênicas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e docente do Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Design de Moda da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

## **1. Introdução**

O século XXI está marcado pela valorização demasiada do corpo. Tal fenômeno é considerado traço característico das sociedades contemporâneas. A mulher, cada vez mais está procurando reafirmar sua identidade, seja através da padronização ou diferenciação, na busca eterna do ideal de beleza e da juventude, buscando a sua individualidade também para ser vista aos olhos do outro.

A reconstrução do corpo é, em parte, motivada por certa insatisfação diante das características naturais do corpo anatômico. O culto da beleza feminina que ao longo do século XX tornou-se acessível às massas e ocupou um lugar no cotidiano das pessoas é mostrado diariamente nas revistas de moda e de saúde. Valoriza-se o corpo magro, musculoso, firme e bem cuidado com os mais diversos cosméticos e tratamentos estéticos. O parecer jovem é hoje um novo ideal de beleza.

A roupa e a moda encontram-se entre os principais recursos de remodelagem do corpo. Qualquer transformação possível sobre o corpo é geradora de significações. Parte da necessidade própria dos indivíduos em constituir sua identidade e mesmo de gerar significação para si e para o outro. Sendo assim, é possível afirmar que o designer, levando em conta critérios projetuais, tem sido um elemento ativo na reconstrução do corpo através da moda e, conseqüentemente, influenciando as construções simbólicas referentes à corporeidade.

## **2. O corpo feminino**

Ao longo da história o corpo feminino era visto com leviandade e armadilha. A partir do ideal humanista da Renascença passou a ser idolatrado e a beleza feminina foi assim divinizada, consolidando-se a idéia do “belo sexo”.

A simbologia para ambos os sexos em relação à aparência são diferentes. Os homens, em geral, ligam a exibição de sua aparência à virilidade e a certos papéis sociais e de poder. Já com as mulheres está mais associado à sedução. Sempre ligado à sexualidade, o corpo feminino foi modificado fisicamente pelos espartilhos até início do século XX, e estava de acordo com o comportamento e a cultura vigente, era uma forma de aceitação da mulher na sociedade.

Embora a mídia divulgue e propague o ideal de beleza: corpo magro e jovem, paradoxalmente campanhas de certos produtos como, por exemplo, os da marca Dove<sup>®</sup>,

apresentam mulheres auto-suficientes, que se aceitam e valorizam seus atributos físicos naturais. Essa é uma outra tendência que começa a ganhar espaço na contemporaneidade, quando as diferenças e traços étnicos passaram também a ser valorizados. No entanto, o culto ao corpo é uma preocupação geral, que atinge indistintamente varias faixas etárias, sociais e sexuais.

### **3. A contemplação do belo**

A sociedade contemporânea vive de paradoxos. Um deles refere-se à auto-imagem que se constitui peça fundamental para a constituição do ser. Esse jogo de aparências é o que move o individuo, ora voltando-se para diferenciação ora para aceitação, Maffesoli (1996, p.39) descreve um narcisismo coletivo, sem deixar de ser individual. Um o narcisismo que é causa e efeito de uma mitologia comum (história familiar, história de grupo).

Sobre o discurso a respeito da busca do belo e a necessidade de distinção e de ser notado, o caráter erótico: o olhar atrativo sexual sobre corpo, observa Maffesoli (1996, p.168): “(...) Pintar-se, tatuar-se, enfeitar-se com adereços, em suma, “cosmetizar-se”, tudo isso tem um papel sacramental: tornar visível essa graça invisível que é estar junto”.

O vestuário, através de suas técnicas de reconstrução, transforma o corpo. Acentuando ou disfarçando suas formas, o corpo feminino vem sofrendo deformações, obedecendo ao ideal de beleza de cada época e segundo o momento sócio-cultural correspondente.

A valorização da auto-imagem reforça a necessidade do sujeito em querer significar, buscando novos sentidos para a reconstrução do corpo, criando processos de identidade, e os estados de conjunção ou disjunção de acordo com os valores pertencentes a sua cultura.

O corpo feminino também está relacionado ao imaginário masculino que vem sendo alimentado através dos séculos, apoiando-se nas mais diversas simbologias. No oriente, observam-se os anéis que alongam o pescoço das mulheres na Birmânia, e a compressão dos pés das chinesas. Um corpo que, por si só, seduz. Mas são as mulheres as que mais estão insatisfeitas com seus corpos e os experimentam em prol da beleza e do prazer estético.

Os meios de comunicação de massa, detentores de grande poder, na atualidade, manipulam o que G. Durand e H. Corbin (*apud* MAFESSOLI, 1996, p.132) chamam de “mundo imaginal” um mundo composto pelo conjunto de imagens, símbolos que constroem a vida social. Considerando a moda como objeto de luxo e de apreciação, a forma (objeto, imagem ou corpo) dos objetos de consumo de moda é resultado da mediação entre o eu e o mundo natural e social.

#### 4. Ideal de beleza

O ideal de beleza do corpo feminino passou por várias mudanças: das figuras colunares gregas, à fragilidade da mulher medieval, às formas roliças do renascimento, chegasse ao corpo magro e atlético contemporâneo.

O século XX foi decisivo para definições do novo modelo do “belo”. A década de 20, com as imagens cinematográficas das atrizes, o avanço da indústria dos cosméticos, da moda e publicidade. Nos anos 50 e 60 as atividades ao ar livre, as formas de lazer, fortaleceram ainda mais a imagem do corpo esportista e o cuidado com a beleza. A década de 60, agitada pelos movimentos de contra-cultura, revolução sexual e movimento feminista contribuiu para a exposição da corporeidade.

A temática do direito sobre o corpo e individualização foi bastante difundida. As estrelas de Hollywood, as *pin ups*, as *top model*. E a partir dos anos 80 destaca-se através da proliferação das academias de ginástica, cosméticos e tratamentos estéticos.

Refletindo sobre o papel da mídia para a propagação do ideal de beleza e da capitalização do culto do corpo, como tendência e comportamento Santaella (2000, p.125) afirma: “(...) nas mídias, aquilo que dá suporte às ilusões do eu são, sobretudo, as imagens do corpo, o corpo retificado, fetichizado, modelizado como ideal a ser atingido em consonância como o cumprimento de promessa de uma felicidade sem máculas.”

Os imperativos sobre o corpo magro e jovem reforçaram a exigência das mulheres por terem domínio sobre suas próprias formas, tornando-se protagonistas de si mesmas. Lipovetsky (2003, p.76) afirma: “A paixão pela magreza traduz, no plano estético, a recusa da identificação do corpo feminino com a maternidade, bem como uma exigência de controle de si, do que se recebeu das mãos da natureza”.

#### 5. Transformações corporais

A partir do século XX, com o avanço da tecnologia, e o conseqüente progresso da ciência, o corpo está sendo modificado com novos experimentos, e essa busca é incessante. As categorias de transformação citada no presente artigo constituem: o vestuário e as técnicas *body building* e o *body modification*. A essa abdicação do corpo natural pode ser acrescida a recusa de deixar o tempo agir sobre seu corpo. É uma forma de lutar contra o relaxamento e a velhice.

A roupa apresenta vários artifícios de alteração corporal. A modelagem proporciona novas formas, ajustam e transformam o corpo. Pode-se aumentar o busto através de um decote gracioso ou enchimentos no sutiã, alongar o corpo, esconder uma parte que incomoda.

O *body Building* e o *body modification* trazem à tona a teatralidade sobre o corpo, sendo constituído para ser visto e apresentado num “espetáculo”. O primeiro está mais relacionado com a aparência e imagem corporal, já o segundo é uma transformação real do corpo.

Algumas formas de *body building* e *body modification*, apresentam-se fora dos padrões aceitos pela sociedade, alguns teóricos afirmam serem maneiras únicas de exercer a individualidade, uma forma de negação da cultura. Exemplos disso são o homem com “corpo de lagarto” e a “mulher-vaca”, entre outros. Já o implante de silicone e tratamentos estéticos em geral, não são vistos de maneira negativa, pois obedecem aos imperativos da moda e ajustam-se aos padrões de beleza em voga.

As questões pertinentes ao corpo, aqui abordadas, partem da constatação de que ele funciona como sistema de interações e experimentos de moda e as conseqüentes construções estético-simbólicas relacionado ao que é produzido pelo designer de moda.

## **6. Conclusão**

“A constatação da presença do “outro” faz com que o corpo se reconstrua, se revestindo de características culturais, e adquirindo, portanto, uma noção de identidade de sujeito de um discurso.” (CASTILHO, 2005, p.104).

Analisando o passar da historia da humanidade observam-se várias transformações corporais, trazendo diferentes significados. O simbólico sempre agiu de forma a motivar tais decorações corpóreas, as fantasias têm um significado para quem as possui e para quem as vê. Essa necessidade de experimentar, de sentir é a base de tantos experimentos corporais e através deles se busca o ideal de beleza e perfeição. Alcançar o corpo almejado é uma tendência de comportamento contemporâneo.

A desilusão com a vida social e diante disto os valores apregoados pela mídia são grandes impulsionadores da eterna busca da beleza, concluindo ao que alguns teóricos afirmam o corpo como “sintoma da cultura.”

O designer, entre tantos profissionais, deve estar atento para identificar os traços desse perfil, no intuito de aproximar-se, compreender e satisfazer esse ser narcisista contemporâneo que utiliza o corpo para as mais diversas modificações e buscar, nessa

subjetividade, respostas para as infinitas criações e resoluções de problemas desta cultura massificada e consumista. Está cada vez mais evidente que esse profissional encontra-se envolvido na construção da imagem e de um estilo de vida feminino.

## 7. Referências Bibliográficas

ARAUJO, M. L. A mulher e o corpo ideal na contemporaneidade: uma questão entre o desejo e o gozo. [www.usp.br/ip/lvida/coloquios/amulher.htm](http://www.usp.br/ip/lvida/coloquios/amulher.htm), capturado em 12 de abril de 2006.

CASTILHO, K. Moda e linguagem. São Paulo. Anhembi Morumbi. 2004.

CASTILHO, K.; MARTINS, M. M. Discursos de moda: semiótica, design e corpo. São Paulo. Anhembi Morumbi. 2005.

CASTRO, A. L. Culto ao corpo, modernidade e mídia.

[http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21/texto\\_link](http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21/texto_link), capturado em 15 de março de 2006.

CÉSAR, J. B. É transgressão ou é arte?

[www.unicamp.br/unicamp/unicamp\\_hoje/ju/dez2001/unihoje\\_ju169pag04.html](http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/dez2001/unihoje_ju169pag04.html), capturado em 12 de abril de 2006.

FLÜGEL, J. C. A psicologia das roupas. São Paulo. Mestre Jou. 1966.

GIACOMINI, S. M. O corpo como cultura e a cultura do corpo: uma explosão de significados. [www.scielo.br/pdf/physis/v14n2/v14n2a14.pdf](http://www.scielo.br/pdf/physis/v14n2/v14n2a14.pdf), capturado em 8 de março de 2006.

LIPOVETSKY, G. A terceira mulher.: Permanência e revolução do feminino. São Paulo. Companhia das letras. 2000.

MAFFESOLI, M. No fundo das aparências. Petrópolis. Vozes. 1996.

MESQUITA, C. Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo. Anhembi Morumbi. 2004.

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

ROHDEN, F. O corpo fazendo a diferença. <http://www.scielo.br/pdf/mana/v4n2/2415.pdf>, capturado em 10 de março de 2006.

Iracema Tatiana Ribeiro Leite

Bacharel em Desenho Industrial- Projeto do Produto - UFPE - 2004

Especialização em Design de Moda - UFPE – 2006| Aluna especial do mestrado em Antropologia - Antropologia do Imaginário e Sistemas simbólicos - UFPE – 2007

E-mail: [tat\\_rleite@hotmail.com](mailto:tat_rleite@hotmail.com)