



O CORPO NA MODA

Muryllo Rhafael Lorensoni
mlorensoni@hotmail.com
UFMT – UNIRONDON

Renata Carvalho Oliveira Zambom
recaroli@gmail.com
UFMT

Naiara Rocha
nanairocha@gmail.com
UFMT

ISSN 2316-6479

Resumo

Seguindo uma lógica contemporânea o corpo ganha cada vez mais espaço no meio social como uma matéria prima a ser moldada, um simples suporte da pessoa onde percebemos uma forte valorização das imagens corporais, e a cada dia encontramos situações em que o corpo e suas reproduções e modificações determinam o fator de aceitação social na vida dos sujeitos. Assim o corpo passa a ser objeto de desejo carregado de significados, muitas vezes fonte de renda e ainda campo de estudos. A encenações propostas pelo mercado da moda aliadas a mídia vendem seus produtos através da influência de um corpo produzido, um corpo acessório de moda, um corpo cabide.

Palavras chave: corpo, produção simbólica, moda.


Abstract

Following a contemporary logic the body becomes more and more space in the social environment as a raw material to be molded, a single support person where we see a strong appreciation of body image, and each day we find situations in which the body and reproductions changes and determine the social acceptance factor in subjects' lives. Thus the body becomes the object of desire laden with meaning, often a source of income and further field studies. The scenarios proposed by the fashion market coupled with the media sell their products through the influence of a body produced a body fashion accessory, a body hanger.

Keywords: body, symbolic production, fashion.

O corpo

A superação do limite da materialidade humana e a valorização do corpo em um momento social no qual percebemos enormes investimentos em novas tecnologias e ciência que aspiram à concretização do chamado homem-máquina é um dos paradoxos presentes no mundo contemporâneo. Essa busca frenética e desenfreada pela perfeição da performance humana, ressignifica o corpo e sua essência através da produção e de representações de práticas sociais alimentadas pela veiculação de ideais e teorias sobre a potencialidade da atuação científica sobre o corpo humano e seus limites permeiam a sociedade de forma a criar a idéia de que o ser humano pode e deve buscar a perfeição. A idéia de perfeição está completamente relacionada àquilo que é veiculado na



mídia, ou passa a ser entendido como tendência, ou seja, o corpo perfeito de hoje, muito diferente do corpo perfeito de décadas anteriores é ditado por um mercado estético que por sua vez é conduzido por novas tecnologias e novas possibilidades. A cada descoberta da ciência e a cada nova possibilidade de alteração corporal um novo nicho de mercado se abre, cirurgias plásticas de alto risco são realizadas rotineiramente e muitas vezes recebem o nome de cirurgia de correção, se entendermos corrigir como o ato de suprimir erros, com base em que podemos discernir o que está errado e carece de correção? Na sociedade de consumo, percebemos que o corpo se tornou produto, o qual existe variadas maneiras de consumi-lo, comprá-lo ou vendê-lo. O corpo é submetido a um paradoxo em sua realidade, pois percebemos por parte da sociedade um culto ao corpo, assim também, como um desprezo.


Refletir em torno da corporeidade se faz necessário e adquire ainda mais valor quando enfatiza inúmeros indícios crescentes de uma preocupação obsessiva pelo corpo nas sociedades contemporâneas. Percebemos ao longo dos anos uma ascensão do corpo que é compreendida através das mudanças de hábitos e costumes sugeridos pela cultura e educação e influenciados pela mídia com a apresentação do ideal de um corpo belo e saudável. Nesse contexto, para Le Breton,

A relação do indivíduo com seu corpo ocorre sob a égide do domínio de si. O homem contemporâneo é convidado a construir o corpo, conservar a forma, modelar sua aparência, ocultar o envelhecimento ou a fragilidade, manter sua “saúde potencial”. O corpo é hoje um motivo de apresentação de si (Le Breton, 2003, p.30).

Compreendemos então que o corpo assim como afirma Trinca:

Reina e padece diariamente. Propagam-se as “deficiências” e os limites corporais, desvalorizam-se as singularidades e potencialidades dos sujeitos e os tornam desnecessários, descartáveis, sem sentido, e, simultaneamente, o aclamam, fazendo do corpo o mais sublime objeto de adoração. A TV, o cinema, a medicina, a publicidade, a moda, os esportes asseguram seu sucesso, sua valorização, e colocam a aparência corporal como núcleo do glamour, da prosperidade, da saúde e da felicidade humana. (TRINCA, 2008, p.4).

O “corpo da vez”, expressão utilizada para designar a tendência corporal que está em voga, é apresentado ao grande público através da mídia massiva por meio de celebridades que usam e abusam naturalmente dos avanços do mercado da estética corporal. Um padrão imposto, algo a ser seguido, ou muitas vezes as intervenções e transformações corporais seguem um caminho inverso, assim, o anônimo com o intuito de alcançar fama transforma bruscamente seu



corpo afim de chamar atenção dos holofotes, utilizando o corpo como ferramenta de ascensão. A maneira com que os homens utilizam de seus corpos é entendida por Mauss como técnicas corporais, para ele a relação homem x corpo é diferente em cada sociedade. Cada corpo é ensinado e adestrado de acordo com sua cultura, esse corpo construído se constitui por uma relação entre o biológico e o sociológico excluindo ou deixando irrestrito o campo psicológico esse por sua vez, age como estímulo da imitação do outro.

A criança, como o adulto, imitam hábitos que obtiveram êxitos e que ele viu ser bem sucedidos em pessoas em que confia e que têm autoridade sobre ela. O ato impõe-se de fora, do alto, ainda que seja um ato exclusivamente biológico e concernente ao corpo. O indivíduo toma emprestado a série de movimentos de que ele se compõe do ato executado à sua frente ou com ele pelos outros. (MAUSS, 1974, p.215)

A idealização do corpo para Tucherman pode ser relacionada à imagem do corpo grego que até hoje nos é atraente, um corpo radicalmente idealizado. Um estereótipo traçado a fim de ditar, sugerir um ideal que deveria ser seguido por cada cidadão, ou seja, cada corpo singular sendo moldado a partir de exercícios e meditações. O corpo exposto era entendido como objeto de admiração, não muito diferente da atualidade onde corpos são comumente expostos e são alvos cada vez mais freqüentes da mídia. Tucherman (1999, pg.39) nos alerta: “Cabe sempre lembrar que imagens ideais do corpo humano levam sempre à repressão mútua e à insensibilidade, especialmente entre os que estão fora do padrão”.

Assim, esta exposição traz reflexos no mercado, como algo que deve ser seguido, desta maneira, como conseqüência, afim de atender uma demanda que se preocupa e necessita de cuidados ocorre um vertiginoso crescimento das áreas profissionais relacionadas a estética corporal. Nutricionistas, cirurgiões plásticos, massagistas, *personal trainers*, dermatologistas, *personal stylist*, terapeutas uma gama de profissionais preparados desde em cursos técnicos até em especializações, um mercado milionário.

O corpo passa a ter significados que ultrapassam a sua materialidade, ter um corpo condizente com os valores em voga, parâmetros esses baseados nos grupos sociais a que pertencemos ou pretendemos pertencer, se caracteriza como auto-superação, ou até mesmo auto-realização, uma celebração do “eu”, para muitos significa a própria aceitação social e a felicidade, neste contexto o corpo recebe nas sociedades contemporâneas o mesmo status da cultura.



A moda e o Corpo


A moda no seu sentido mais puro mantém uma relação intrínseca com o corpo, não seria possível existir moda se não existisse um corpo que a carregasse, tudo na moda é pensado e metodicamente analisado afim de atender a diversas necessidades humanas. Para os que pensam e fazem à moda o corpo é um rascunho, uma forma passível de diversas possibilidades, possibilidades essas que são testadas a cada nova coleção lançada, um misto de criatividade, sensibilidade, ergonomia e até mesmo anatomia, porém, em caráter comercial.

A moda, ainda que mantenha os mais estreitos vínculos com o vestuário, não mais se limita à função de apenas vestir, cobrir um corpo. É óbvio que a moda e seus ciclos de releitura e inovação paradoxais e perpétuos agregam as roupas diversos valores subjetivos. Ao entendermos moda não somente como roupas e sim como um conjunto de elementos que constroem um estilo, percebemos que sua relação com o corpo é ainda mais explícita. A cor e corte do cabelo, maquiagem, tatuagem, *piercing*, uma infinidade de acessórios que compõem um estilo ao corpo e são muitas vezes itens de um modismo fugaz e até mesmo inverso a um padrão, ainda assim são entendidos como elementos de moda, vejamos o exemplo da cultura punk citado por Le Breton:

Nos anos 70, os punks, em sua vontade de irrisão das convenções sociais de aparência física e de vestimentas, transpassam muitas vezes o corpo com alfinetes, engancham cruzeiros gamadas, símbolos religiosos, todas as espécies de objetos heteróclitos na própria pele. O corpo é queimado, mutilado, varado, talhado, entravado em trajes impróprios (...). A cultura punk entra, contudo, no circuito do consumo, desviada, transformada em estilo. As marcas corporais mudam radicalmente de status, engolidas pela moda, pelo esporte, pela cultura nascente e múltipla de jovens gerações. (Le Breton, 2003, p. 34)

Este estereótipo traçado por atitudes e elementos de moda, pode ser entendido como um selo, como propõe Mauss. Os selos são imagens forjadas afim de que seja reconhecido como tal, na sociedade contemporânea o jogo dos selos sociais é uma ferramenta de hierarquia e de ideologia. Nesse contexto o corpo sofre muitas vezes intervenções irreversíveis por um modismo efêmero, assim entendemos o corpo como algo dominado por um ser e por diversos outros fatores externos que nesse sentido exercem o papel de dominantes.

A imagem que as pessoas têm de si próprias e que se transforma, no jogo da moda e do corpo, está completamente relacionada a atribuir e reconhecer o valor e significado daquilo que está consumindo, o que expressa juízos feitos dos demais grupos sociais com os quais existe algum envolvimento, e deste modo que não deliberadamente, os juízos de valor do grupo que atua. Assim




entendemos que o corpo passa a ser um reflexo, pois ele suporta sua aparência e a evidencia. O espelho, item indispensável no culto ao corpo nos revela mesmo que não em totalidade, nos apresenta o presente, o visível e oferece ao espectador a possibilidade de vigiar e nos observar em um mundo visível.

O espelho é, em relação ao mundo, poderoso mas também específico. E parece que, desde a primeira possibilidade técnica do reflexo nas águas, a que o mito de Narciso faz menção, a grande aposta da tradição ocidental foi a de se constituir como o reino da visibilidade universal: ver é conhecer e a aposta é que uma pedagogia do olhar se constrói a nossa relação com o mundo (TUCHERMAN, 1999,p.19)

Nesse mundo visível é cada vez mais comum se atentar as formas visuais, afinal, elas agregam sentimentos e poética ao cotidiano, a exemplo disso temos a moda como algo que tem como premissa básica utilizar-se da visualidade para se compor agregando significados e refletindo no espelho “quem sou eu” ou “quem eu quero que pensem quem sou”.

Muitas vezes a imagem refletida é regida, pois percebe-se uma notável valorização do que está nos meios de comunicação e não apenas o que sai dos ateliês de renomados estilistas. É possível entender esta estética como artificialmente forjada pela indústria e imposta pela mídia. Vitrines bonitas, lindas imagens, belas modelos, superproduções e desfiles são alguns apelos utilizados por este segmento para atrair olhares e aguçar desejos. Nos é apresentado um corpo idealizado, não um corpo real.

As aproximações entre moda e corpo e as reflexões sobre são inúmeras, aqui busco discutir sobre um corpo submisso a moda, o qual é moldado para a moda e pela moda. Algumas peças de roupa agridem demasiadamente o corpo se utilizadas em excesso, como por exemplo, o jeans cintura baixa, os *corsets* e até mesmo os saltos, porém para seus adeptos o corpo está em segundo plano, mesmo sabendo que a utilização poderá ser nociva esta é contínua obedecendo uma ditadura não imposta pela moda mas pelo próprio sujeito. A moda por sua vez oferta diversas possibilidades de estilos e *shapes* diferenciados, o consumidor tem direito de escolha e é ele quem decide o que irá eleger como seu estilo pessoal, ou, seguirá o que foi escolhido pela grande maioria. Assim não é correto afirmar que a moda impõe algo, ela dá sugestões e pode até discriminar, porém, não entendemos com imposição, já que o consumidor quem a escolhe. A moda por sua vez não é em sua totalidade a vilã, ela também se transforma para um corpo transformado, procura atender a diferentes públicos com diferentes necessidades. Um corpo moldado nos padrões atual, não é o mesmo corpo de antigamente, as mulheres, por exemplo, exibem próteses de



silicone corriqueiramente, bem diferente das mulheres da década de 60 que propositalmente escondiam seus seios, a moda se atenta a essas modificações corporais e cada vez mais se dedica ao estudo das formas e das tendências corporais.

O Corpo Acessório de Moda

O corpo não se opõe mais ao espírito ou a alma, mas sim ao próprio sujeito e na atualidade não o entendemos como um produto final e sim como um processo, o corpo passa a ser matéria-prima a se definir segundo o design do momento, deixou de ser uma identidade um destino e passa a ser um conjunto de partes descartáveis, flexíveis e moldáveis, passível de manipulações pelo próprio indivíduo, uma identidade provisória.

Todas essas condutas isolam o corpo como uma matéria à parte que fornece um estado do sujeito. O corpo é o suporte da geometria variável de uma identidade escolhida e sempre revogável, uma proclamação momentânea de si. Se não é possível mudar suas condições de existência, pode-se pelo menos mudar o corpo de múltiplas maneiras. (LE BRETON, 2003, p.28)

As relações de mutações do corpo como acessório de moda são inúmeras, vão desde “eu preciso emagrecer para entrar naquele vestido” até as modelos esqueléticas que atuam no mercado da moda. A roupa muitas vezes possui mais importância que a própria saúde, um indivíduo qualquer que esteja acima de seu peso tem inúmeros motivos para emagrecer, talvez o mais banal deles seja “entrar em um vestido”, surgem aí dietas milagrosas, massagens corporais, remédios, cirurgias, uma gana de possibilidades para que o corpo nesse caso meramente “massa de modelar” mais uma vez seja moldado e claro, se for um biquíni o processo é ainda mais complexo. Este processo de transformação corporal é inesgotável e pode ser feito quantas vezes necessário ou quantas vezes o indivíduo queira e os riscos destes muitas vezes não assustam ou simplesmente são ignorados.

As tatuagens, *piercings*, entendidos como *body arte*, como já foram citados, também são entendidos como elementos de moda, muitas vezes um vício. Mudar a cor dos cabelos ou o uso diário de maquiagem são mudanças sutis e completamente aceitáveis na sociedade contemporânea, porém não deixam de ser uma intervenção no corpo, uma modificação afim de atender uma necessidade, muitas vezes por não aceitar o que está sendo refletido no espelho, ou até mesmo por modismos. Porém, nada é tão impactante e até mesmo horrorizante quanto citamos o corpo como acessório de moda do que quando nos deparamos


com modelos esqueléticas, exemplos de anorexia que carregam peças de renomados estilistas em famosas semanas de moda, como se toda aquela encenação fosse natural e se o corpo ali desprezado, não tivesse importância alguma. Em crítica, o fotógrafo italiano Oliviero Toscani apresenta uma mulher nua esquelética em dois grandes outdoors é a última provocação mediática do fotógrafo o mesmo autor das provocantes publicidades da Benetton. Renega o rótulo de publicitário considerando-se um artista. A campanha desenvolvida com um orçamento pequeno foi produzida para ser veiculada apenas na Itália, porém, rodou e chocou o mundo todo.



Fonte: <http://www.comunicamos.org/publicidade/oliviero-toscani-anorexia-nao> - acessado em 07-11-2011 às 10h32

Em entrevista para o blog comunicamos em 31 de Janeiro de 2008, o fotógrafo diz: *“Eu não diria chocante, mas a arte tem de provocar as pessoas. Aliás, não percebo por que é que as pessoas estão chocadas! Eu, por exemplo, fico chocado todos os dias com o que vejo na televisão. As pessoas que se consideram chocadas com esta campanha são anormais! Não são as imagens que nos chocam, é a realidade!”* (Oliviero Toscani)

A imagem feminina idealizada o tempo todo pela mídia e pela moda, reforça a idéia de magreza e juventude e podemos entender isso como uma violação dos direitos humanos, pois se trata de uma forma de violência psicológica, gera angústia, insegurança, sensação de inadequação e discriminação na maioria das mulheres, prejudicando a sua vida social. Além disso, prejudica o pleno desenvolvimento infantil ao exigir maior atenção das meninas à estética que a outras formas de realização pessoal e a necessidade de se adaptar um padrão de beleza único e irreal para ser feliz. A moda, importante para a economia, fundamental para a identidade visual e fortalecimento de grupos sociais, mas daí a defender que modelos tão magros sejam “cabides” de roupas é um absurdo completo um flagelo ao corpo.



A vida de modelo apresenta-se para muitas adolescentes como o cúmulo da felicidade: beleza, fama, êxito e dinheiro. O problema reside no fato de estes cânones vigentes na atualidade serem bastante inacessíveis. A magreza extrema constitui a causa principal de uma enfermidade que ganha cada vez mais importância na adolescência: a anorexia, uma perturbação psíquica que leva a uma distorção, a uma falsa percepção de si mesmo. Na verdade, neste tipo de patologia é mais fácil surgirem várias perturbações (psicológicas ou mesmo alimentares) numa sociedade na qual as aparências triunfam. A adolescente que, por natureza, costuma ser facilmente manipulável e bastante insegura, é alvo fácil. Muitas modelos, vítimas de um padrão mórbido de beleza, não devem ser vistas como um exemplo de beleza ou glamour e aceitar esse padrão é uma omissão da sociedade.

Nesse sentido, a análise que se segue, baseia-se no fato de que o corpo contemporâneo assume, muitas vezes, o papel da vestimenta, estando cada vez mais exposto ao olhar e ao julgamento do outro, o que se confirma nas palavras de Goldenberg:

Pode-se pensar, neste sentido, que, além de o corpo ser muito mais importante do que a roupa, ele é a verdadeira roupa: é o corpo que deve ser exibido, moldado, manipulado, trabalhado, costurado, enfeitado, escolhido, construído, produzido, imitado. É o corpo que entra e sai da moda. A roupa, neste caso, é apenas um acessório para a valorização e a exposição deste corpo da moda. (GOLDENBERG 2010, p. 47)

A verdadeira importância da moda se insere no contexto das metamorfoses corporais como um veículo, através do qual o indivíduo é identificado. A metáfora proposta por Queiroz (2009, p.42), ilustra bem esse fato: “todo herói tem sua vestimenta especial, que lhe confere “poderes” quando vestida. A roupa surge como uma facilitadora da troca de identidade, o que nos leva a deduzir que ela tem o poder de nos tornar heróis”.

A moda se torna uma extensão do corpo no que se refere ao seu significado para a sociedade e quando constrói uma identidade, desta maneira é possível a entendermos como uma prótese corporal onde suas mutações e transformações são as mais variadas. Para Villaça:

Assistimos à multiplicação e à mutação do corpo em paradoxais metáforas identitárias que, ora levam a moda enquanto prótese corporal aos limites da desconstrução de uma imagem, ora atuam sobre o próprio corpo por meio de toda sorte de artifícios, ora produzem virtualizações por meio da tecnociência, exigindo mesmo um repensar dos padrões éticos (1998, p. 28).



Considerações Finais

A diversidade cultural e a pluralidade das identidades sociais são uma realidade na contemporaneidade. Fato é, que corpo e moda muitas vezes são percebidos de maneira conjunta, não havendo clareza em suas linhas de separação. O resgate às origens históricas evidenciam o fato de que as identidades não são fixas e imutáveis, pelo contrário, se transformam ao longo do tempo, adequando-se às suas exigências. Serve também, para mostrar as mudanças das identidades e como estas se adaptaram às modificações culturais e de que maneira passam a lidar com a linguagem da moda contemporânea.

Na contemporaneidade, encontramos então, indivíduos cada vez mais abertos e cambiantes, socialmente independentes. Contudo essa volatilidade, como afirma Lipovetsky (2004, p.83), significa muito mais a desestabilização do eu, do que a afirmação de um indivíduo que é senhor de si mesmo. Pois há uma construção e constante desconstrução das identidades a partir das construções e desconstruções corporais, fazendo com que esses indivíduos possam se perder de si mesmos. Pois ainda me referindo aos estudos de Lipovetsky (2004, p. 55), percebemos uma contradição gritante onde: “de um lado, os indivíduos, mais do que nunca, cuidam do corpo, são fanáticos por higiene e saúde, obedecem a determinações médicas e sanitárias. De outro lado, proliferam as patologias individuais, o consumo anômico, a anarquia comportamental.”

Com isso o corpo fica submetido aos valores e “verdades” construídos e propagados pela indústria cultural, através da moda, mídia, medicina, Educação Física e diversas áreas de conhecimento.

Referências Bibliográficas


CASTILHO, Kathia. *Moda e Linguagem*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

GOLDENBERG, Mirian. *O corpo como capital. Estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira*. Estação das Letras, 2007.

LE BRETON, David. *Adeus ao corpo; Antropologia e Sociedade*, Papyrus, 5 ed. 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MAUSS, Marcel. *As técnicas do corpo, Sociologia e Antropologia*. São Paulo, 1974.



QUEIROZ, Mario. *O herói desmascarado: a imagem do homem na moda*. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.

TRINCA, Tatiane. P. *O corpo-imagem na “cultura do consumo”: uma análise histórico-social sobre a supremacia da aparência no capitalismo avançado*. Marília, 2008.

TUCHERMAN, Ieda. *Breve história do corpo e de seus monstros*. Lisboa: Veja, 1999.

VILLAÇA, Nízia. ; GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

Minicurrículos

Muryllo Rhafael Lorensoni é mestrando do programa de Estudos da Cultura Contemporânea ECCO - UFMT. Especialista em Gestão de Moda pela Universidade Paranaense. Possui Licenciatura Plena em Letras - Português e Inglês pela Universidade Anhanguera Uniderp (2010) e graduação em Comunicação Social Hab. Publicidade e Propaganda pela Universidade Paranaense (2008). Atualmente é professor do curso de Comunicação Social do Centro Acadêmico Cândido Rondon e professor substituto da Universidade Federal de Mato Grosso.

Renata Carvalho Oliveira Zambom – Universidade Federal de Mato Grosso – Mestranda Aluna do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea – ECCo, pesquisadora do Grupo de pesquisa Estudos de Mídia e Cultura – EmiC e professora do departamento de Artes da Universidade Federal de Mato Grosso.

Naiara Rocha é mestranda do programa de Estudos da Cultura Contemporânea ECCO - UFMT. Graduação em Comunicação Social Hab. Radio e TV pela Universidade Federal de Mato Grosso.