

**BELEZA E DISCIPLINA – PANOPTISMO, PRODUÇÃO E CONTROLE DO CORPO DE  
MODELOS PROFISSIONAIS**

Maria Dolores de Brito Mota<sup>12</sup>

**RESUMO**

Este trabalho reflete a beleza como técnica disciplinar com base nas práticas e aprendizados desenvolvidos por jovens mulheres que trabalham como modelos configurando-se como uma produção do corpo e da imagem corporal mediada pela cultura. Na sociedade do presente, a beleza feminina é instituída como um atributo e condição para o sucesso, o amor e a felicidade, sendo produzida através de investimentos financeiros e técnicas que tornam o corpo maleável para sua adequação às formas da moda e à submissão a normas sociais correspondentes aos padrões dominantes de beleza. Esses padrões são imagens criadas a partir de corpos de celebridades ou *top models*, resultando em formas construídas por meio de artifícios que projetam *modelos* ideais a serem alcançados. Assim, o ajustamento a tais padrões institui-se como um mecanismo panóptico acionador de técnicas de visibilização e disciplinamento das mulheres, que desenvolvem dispositivos pelos quais exercem permanente vigilância e autocontrole em busca da beleza.

**PALAVRAS CHAVE:** Beleza, Corpo, Panoptismo, Disciplina, Mulher.

---

<sup>12</sup> Maria Dolores de Brito Mota: socióloga, Doutora em Sociologia, professora do curso de Design de Moda da Universidade Federal do Ceará, coordena o Núcleo de Estudos e pesquisas sobre Gênero, Idade e Família – Negif, realiza estudos na área de gênero, corpo violência e moda, organizou com outras autoras o livro *Linhas da Moda* e é co-autora de *Feminicídio e Feminino*; <http://lattes.cnpq.br/9262063602399799> E-mail: [domota@uol.com.br](mailto:domota@uol.com.br)

## **THE BEAUTY AS A DISCIPLINARY DEVICE – THE PRODUCTION AND CONTROL OF PROFESSIONAL MODELS BODIES**

### **ABSTRACT**

This work reflects the beauty as a disciplinary device on the practices and learning experiences of young women who work as professional models. The idea and the meaning of beauty are linked to social values configured as a production of body and its image measured by culture. In this society, the women beauty is established as an attribute and condition for success, love and happiness, being produced by financial investments and techniques that make the body malleable to their suitability to the fashion forms and the submission to the social rules corresponding to the dominant standards of the beauty. These standards are images created from the celebrities or top models bodies, resulting in shapes built through devices that project ideal models to be achieved. Therefore, the adjustment to such standards establish itself as a trigger panoptic mechanism techniques of visualization and disciplining of women, who develop devices which exert permanent vigilance and self-control in pursuit of beauty.

**KEY-WORDS:** Beauty, Body, Panoptism, Disciplinary, Women.

## **O CORPO – IMAGEM: REFLETINDO A ASCENSÃO E DISSIMULAÇÃO DA CORPOREIDADE**

O corpo humano não pode ser visto apenas como um sistema biológico, configurando-se também como um artefato social, segundo o entendimento de Mauss (1974), que demonstrou uma bela e articulada teoria da produção social dos corpos, em seu famoso texto *As Técnicas Corporais* escrito em 1934. A partir dessa visão maussiana é possível investigar como as diferentes sociedades, em diferentes épocas construíram os corpos de seus indivíduos com práticas peculiares, que incluem ações e significados culturais. Ao longo da história o corpo foi se transmutando de objeto de celebração e exibição como na antiguidade clássica, a renegado e recluso na idade média, chegando à modernidade como objeto manipulável e de valor.

A experiência humana no mundo atual reivindica uma centralidade nas sensações e expressões corporais. Durante todo o período da modernidade até os dias presentes, da primeira década do terceiro milênio, foi se acentuando a importância das vivências materiais, corpóreas, em detrimento das vivências espirituais. Há uma tradição no imaginário social que institui uma diferença entre o exterior – corpo, matéria – e o interior – alma, espírito – dos sujeitos, distinção, que nos dias presentes, enrodilha uma contradição. De um lado cada vez mais a aparência se aproxima da subjetividade dos sujeitos, ou “parecer é ser”; de outro lado a aparência pode assumir inúmeras formas e significados imaginados e provisórios. São aspectos da sociedade do presente, que pode ser entendida como o império da hiper-realidade, em que a imagem impõe-se como a realidade mais concreta, consolidando o *simulacro* sobre o objeto a partir do qual foi construído. Baudrillard (1991) propõe entender esse fenômeno como o fim do imaginário, porque sinaliza uma fusão do real com o imaginário, fazendo emergir o simulacro, hiper-real, em que o objeto real é apenas um alibi do modelo construído.

Assim, as imagens corporais, que são criadas como padrões, tendo como referência corpos vivos, de celebridades ou *top models*, resultam em uma situação construída por meio de muitos artifícios imediatos para alcançar uma forma projetada, de modo que vale mais o

que se pode fazer com o corpo real, o efeito final de um conjunto de intervenções e recursos, do que o próprio corpo, que se torna apenas uma justificativa. Um exemplo pode ser as modelos de um desfile de moda que passam os últimos dias que antecedem a sua aparição neste evento, intensificando as dietas e as técnicas para apresentarem o corpo com o formato e as medidas requeridas para aquela situação. De tal modo que apresentam uma aparência que não corresponde ao que efetivamente conseguem ser em sua rotina ordinária, por mais controle e cuidados que desenvolvam com o próprio corpo.

Quando as imagens são apresentadas por meio de outros recursos, produzidas analogicamente ou digitalmente, pela publicidade ou em fotografias impressas ou eletrônicas utilizam-se ferramentas como o *photoshop* que produzem sobre um corpo real um modelo ideal e aperfeiçoado. Embora a *photoshopagem* seja uma técnica conhecida e criticada, muitas vezes por um uso exagerado que cria ilusões ou formas inexistentes, a imagem construída (exagerada ou não) se impõe com força de realidade e mobiliza desejos e investimentos para ser alcançada pelas pessoas, mesmo que de modos e graus diferentes, independente de gênero, raça, classe social, cultura, religião. No entanto se dirige preferencialmente às mulheres, especialmente as jovens, que se tornam o público mais afetado e pressionado para fazer de si réplicas dessas imagens simulacros.

A vivência dessa produção de si, em que um corpo hiper-real faz-se engendramento de um corpo real, foi descrita por Baudrillard (1991, p. 8) ao afirmar que:

A simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem, nem realidade: hiper-real. O território já não precede o mapa, nem lhe sobrevive. É agora o mapa que precede o território – precessão dos simulacros – é ele que engendra o território cujos fragmentos apodrecem lentamente sob a exaustão do mapa.

Emergem algumas questões que merecem ser consideradas. A primeira a diz respeito ao fato de que na perspectiva atual de viver, o corpo é o lugar essencial, prioritário, da experiência humana. Tudo deve passar pelo corpo de modo a mobilizar todos os sentidos do modo mais intenso e radical possível. Desde técnicas de despertar capacidades sensitivas e emotivas a técnicas de intensificação dessas sensações e emoções. O corpo vai sendo construído como corpo de possibilidades e desejos quase ilimitados a ponto dessa construção ultrapassar o próprio corpo. Essa modalidade de construção corporal torna-se maior que o corpo, transcende-o e sobrevive a ele quando tal construção resulta ou provoca a morte do corpo, manifestando um corpo excedido. Tal corpo excedido e o corpo exaurido, estendido para além de suas possibilidades físicas por possibilidades pretendidas por uma imagem idealizada.

O corpo instituído como espaço privilegiado da existência é objetificado como propriedade de si mesmo, deslocado de sua própria consciência que muitas vezes se conduz à situações de morte. É o que parece ocorrer com atletas que exaurem seus corpos para alcançar desempenhos fantásticos, mesmo que isso os mate ou lesionem gravemente. As modelos de passarelas de moda ou aspirantes, em busca da magreza e de formas excepcionais estabelecidas pelos padrões de beleza dominantes, se submetem a procedimentos e a um estilo de vida que pode lhes custar a própria vida.

Em escalas menos visíveis, mas não menos dramáticas e radicais, jovens são protagonistas de histórias similares em que morrem ou se lesionam gravemente por excederem em atividades físicas ou dietas para atingirem certa forma corporal, fazem uso de anabolizantes veterinários, silicone industrial, fórmulas desconhecidas para emagrecer ou adquirir massa corporal, frequentemente desenvolvendo patologias somáticas, físicas ou emocionais como vigorexia, anorexia, bulimia, depressão entre outras. Tal dissociação entre consciência e corpo exprime que tipo de existência? A vivência corpórea é o modo de o corpo estar no mundo experimentando o tempo e o espaço, o que torna o corpo a expressão de ser-no-mundo, como entende Merleau - Ponty (1999), então, que corporeidade é

possível quando a consciência não está encarnada, está cindida, em conflito com o corpo por não se reconhecer nele e não formar uma unidade? A consciência que submete o próprio corpo, porque entende que este lhe pertence e pode “fazer dele o que quiser”, abdicando de um cuidado e proteção desse corpo (ou seja, de si mesma) não está dissociada, apartada de si?

Um aspecto a ser considerado é que a possibilidade da consciência transcender o corpo supõe um sujeito que não está prisioneiro ou condenado nem ao divino nem ao biológico, constituindo uma conquista e uma característica do sujeito moderno. Mas, a questão agora colocada gira em torno de um sujeito que não se põe em sua finitude ou porque não a reconhece (pensa-se eterno) ou porque não vê validade em existir fora das formas prescritas socialmente (a vida só tem validade se coincidir com o desejo).

### **BELEZA NÃO É NATUREZA: QUERO, POSSO E/OU DEVO SER BELA?**

As práticas existenciais, envolvendo o jeito de andar, de trabalhar, de comunicar, de festejar, incluindo o cuidado e o preparo da aparência por ambos os sexos, garantem que cada qual esteja adequado à forma de vida e às expectativas da sociedade e dos grupos sociais aos quais pertencem, e aos papéis que lhes são atribuídos, em diferentes fases como nascimento, iniciação, casamento e morte. No entender de Duarte Jr. (2003), a “beleza” é uma relação entre sujeito e objeto, consistindo sempre num conceito ideal, uma utopia. A beleza resulta de uma produção dos corpos mediada pela cultura, que define as qualidades que são consideradas belas e seus significados, afirma Wolf (1992).

Vale lembrar uma reflexão desenvolvida anteriormente<sup>13</sup> que compreende que a beleza concebida e praticada em cada época expressa e reproduz relações de gênero e as posições sociais de cada sexo. Da era clássica a idade moderna, diferentes padrões de beleza predominaram em cada época distinta, deslocando o referente do homem para a

---

<sup>13</sup> MOTA, Maria Dolores de B. De Venus a Kate Moss: reflexões sobre corpo, beleza e relações de gênero. **Actas de Diseño**, n.5, a. III, v.5, mar 2008, Buenos Aires, Argentina. p. 100 – 104.

mulher. Assim, na Grécia clássica a beleza exaltada era a masculina, estando relacionada com a idéia e a vivência de política concebida como atribuição dos homens - o modelo de beleza era o corpo do homem, o cidadão sábio e guerreiro.

Na idade média a beleza era vista como atributo divino, envolvendo o físico e a espírito e as suas virtudes; as mulheres consideradas bonitas tinham formas volumosas mas quando era tinha uma sensualidade marcante e atraia o desejo masculino era concebido como corpo do demônio.

O renascimento vai apresentar outra significação da beleza retomando as idéias de proporção e simetria. A mulher já assume um lugar de imagem da beleza. Conforme Lipovetsky (2000) – a mulher bonita é então vista como uma obra de Deus, dissociando-se a beleza do pecado, relacionando-se com a virtude. O corpo feminino surgia nu em representações artísticas sem formas exuberantes, e sim delicadas.

O deslocamento do referente da beleza do homem para a mulher vai se consolidando, fazendo surgir a expressão “o belo sexo”, com base na idéia que as mulheres devem ser belas (os homens devem ser inteligentes e trabalhadores).

Essa breve mirada no percurso histórico da beleza, é sugestivo da instauração de disposições sociais dos gêneros e de seus, que podemos entender como uma divisão sexual da estética, com distribuição de papéis e lugares para a construção da beleza entre homens e mulheres. Divisão essa que será acentuada com o surgimento da moda na segunda metade do século XIV, resultando numa intensificação da diferenciação da aparência de homens e mulheres com roupas e acessórios específicos para cada um a partir do século XVIII.

No entanto, “o triunfo estético do feminino não subverteu em nada as relações hierárquicas reais que subordinam o feminino ao masculino”, afirma Lipovetsky (id. p.124), reforçando o estereótipo da mulher frágil, passiva e dependente. Esse autor afirma que a idolatria do belo sexo, até o primeiro quartel do século XX, era vivida nas classes ricas, excluindo-se das camadas mais pobres as práticas estéticas e a valorização poética das

mulheres. Após a primeira guerra mundial e por todo o século passado, o culto à beleza da mulher insere-se na era e nas formas da sociedade de consumo e da moda. As revistas femininas, a publicidade, o cinema, a fotografia de moda, tornam-se difusores de imagens belas e ideais de mulheres, instituindo padrões a serem perseguidos pela maioria das mulheres. A intensificação de processos sociais como a indústria cultural e tecnológica, a generalização da moda, a renovação acelerada de mercadorias, a subjetivação das necessidades, posicionaram a mulher, seu corpo e sua beleza no centro da dinâmica do mercado. A redução do custo de inúmeros produtos voltados para a construção da beleza feminina, desde intervenções cirúrgicas, passando por cremes embelezadores ou corretores e cosméticos em geral, favorece uma popularização e acessibilidade de mulheres de todas as camadas sociais. Se a popularização de práticas e produtos de embelezamento pode ser considerada democratizante, não se pode negar que há uma qualidade diferenciada desses produtos e práticas que produz e reproduz uma estratificação social e uma distinção entre os diversos padrões de beleza que decorrem de diferentes formas de investimento e de consumo. Uma coisa é aumentar a mama com prótese de silicone, outra é usar uma injeção de silicone líquido, são práticas que representam níveis econômicos e riscos diferentes.

A beleza feminina, do iluminismo à sociedade de consumo, passou de uma atribuição relacionada à conduta moral, “oposta à definição atual de beleza, uma caracterização física, um valor dissociado de qualquer teor moral”, conforme exprime Mendonça (2006, p. 14) para quem a mulher ao longo desses séculos, teve seu corpo sujeitado às prescrições sociais, que transformaram sua imagem conforme os valores dos grupos sociais aos quais pertencia. Esta beleza feminina tem sido produzida com sacrifícios, relacionando-se a adequações, modificações e montagens de uma figura para a sedução. Nos tempos presentes, a beleza é instituída como um atributo feminino, uma condição para o sucesso, o amor e a felicidade. Mas, essa beleza feminina não aparece voltada apenas para a sedução e o deleite do masculino, está diretamente ligada a uma norma social, que envolve um investimento financeiro e manipulações corporais quase ilimitadas.

A beleza, que já foi experimentada de inúmeros modos ao longo das civilizações (ECO, 2004), como qualidade, valor, dom divino, condição natural, magia, emerge na pós modernidade como resultado de um conjunto de práticas de consumo e de disciplinas que demandam significativos gastos financeiros e vão desde hábitos de cuidados corporais como fazer unhas, depilar sobrancelhas, depilação corporal, passando pelo uso de cosméticos, perfumes, cirurgias plásticas, dietas alimentares, atividades físicas. A importância crescente destes gastos é revelada na Pesquisa de Orçamento Familiar de 2009, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística<sup>14</sup> (IBGE) que indica um gasto maior com salão de beleza, perfumes e sapatos (R\$78, 58) do que com educação (R\$64,81) para uma despesa média de R\$ 2.626,31. A produção de técnicas, produtos, serviços e cosméticos biotecnológicos acompanham o avanço da ciência, oferecendo uma enorme variedade e estímulos de compra e uso de recursos de cuidados, embelezamento e antienvhecimento.

Os padrões de beleza divulgados pelos *mass média* seguem “os ideais de beleza propostos pelo consumo comercial”, declara Eco (2004, p. 418). As mulheres continuam sendo o grupo mais vulnerável e focado por essas engrenagens de mercado e de publicidade, por um emaranhado de relações de gênero que fazem do corpo e da beleza um mecanismo de controle das mulheres. Wolf (1992, p. 12 - 13) entende que “À medida que as mulheres se liberaram da mística feminina de domesticidade, o mito da beleza invadiu esse terreno perdido, expandindo-se enquanto a mística definhava, para assumir sua tarefa de controle social”. A relação com esses padrões de beleza e as técnicas de embelezamento tem uma dimensão de classe, raça, gênero, etnia que submete de modo mais ou menos intenso as pessoas a esses padrões e regula o acesso aos recursos de embelezamento.

No Brasil, é possível identificarmos a existência de dois padrões de beleza predominantes. O padrão da mulher “gostosa”, que está vinculada ao senso comum da cultura nacional, caracterizado pelo corpo bem delineado, curvas definidas e quadris bem

---

<sup>14</sup> IBGE. Pesquisa de Orçamento Familiar 2009. Brasília, 2010.

marcados. E o padrão vinculado à moda, baseado na magreza, no corpo longilíneo e sem formas muito marcadas. A convivência desses dois padrões não é isenta de conflito e as mulheres podem sentir pressão em relação aos dois, se é muito magra ou se é mais avantajada. Observa-se que nos estratos sociais mais altos prevalece o padrão da moda e nos estratos mais populares o padrão cultural, da mulher gostosa (com “carne”). Fischler (1995, p. 77) destaca que “a distribuição social da gordura, nos países desenvolvidos mudou totalmente... o *popolo grasso* ocupava os estratos superiores, e *popolo magro*, as camadas mais baixas da hierarquia social”. De modo que hoje os ricos que são magros e os pobres são gordos.

Embora o discurso da beleza se estenda a todos os sujeitos sociais, dirige-se especialmente às mulheres, sendo produzido intensamente pela publicidade e pela moda. Desse modo, esse discurso se constitui de estratégias e de jogos de força entre os movimentos emancipatórios das mulheres e os dispositivos disciplinares de controle (sujeição) do feminino. Lipovetsky (2000, p.129) faz referência a vários aspectos ligados à composição de um novo ciclo histórico para a beleza e os gêneros “baseado na profissionalização do ideal estético (estrelas e manequins) e no consumo de massa de imagens e de produtos de beleza”.

Em todo o mundo meninas já na primeira infância são estimuladas a serem modelos e crescem construindo com as famílias esse sonho, como um meio de ficarem ricas, famosas, amadas e bem sucedidas, de modo rápido e garantido. Porém, esse é um caminho difícil e sofrido que não é revelado no glamour das imagens publicadas nas revistas e desfiladas nas passarelas. A experiência de modelos profissionais é permeada de expressões de mecanismos panópticos que agem na sujeição das mulheres e elaboração de um corpo feminino dócil e manipulável.

## **“TEM QUE VIVER PRA MODA, PRA MODELAR” – PANOPTISMO E BELEZA CONSUMADA**

O panoptismo foi pensado por Foucault (1997), com base no panóptico de Bentham, para tratar de mecanismos de vigilância que se desenvolveram no século XVII, a partir de mudanças em engrenagens sociais em que muitos vigiavam poucos, para atividades de vigilância modernas, nas quais poucos vigiam muitos. A lógica do panóptico seria de continuamente ver sem ser visto e de ser visto sem ver, cujo efeito é induzir um “estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder”, nas palavras de Foucault (1997, p.177), o que levaria a um estado constante de auto-vigilância pelo saber-se vigiado. Esse “aparelho arquitetural” seria “uma máquina de criar e sustentar uma relação de poder independente daquele que o exerce” (FOUCAULT,1997, p. 178).

Tal poder deve ser adquirir instrumentos capazes de gerar uma vigilância permanente, onipresente, tornando tudo visível ao tempo em que se faz invisível, criando uma rede disciplinar que age nos espaços não disciplinares que as instituições fechadas e com disciplinas explícitas não abarcam.

Desse modo a disciplina é entendida como um poder e seu modo de exercê-lo e não se confunde com uma instituição. Essa é a idéia suporte de uma sociedade disciplinar, formada por instituições disciplinares fechadas (hospitais, fábricas, escolas, exército etc.) e por “mecanismo indefinidamente generalizável do *panoptismo*” (FOUCAULT, 1997, p.189). A mídia, a moda, a indústria de embelezamento e a ciência estética compõem um mecanismo que funciona como uma forma de dispositivo panóptico que aciona técnicas de visibilização e disciplinamento das mulheres. Esse panoptismo é identificado na vivência de modelos profissionais que encarnam os padrões de beleza dominante na medida em que são capazes de se dotarem de autocontrole permanente para estarem condizentes com tais padrões. Esse panoptismo vai se configurando em momentos que compõem o processo da construção da profissionalização das entrevistadas: a definição do desejo, a preparação e a atuação

para ser modelo. Foram entrevistadas duas modelos. Uma tem 23 anos, é estudante universitária, mora e trabalha em fortaleza, mas passou um ano morando em São Paulo, tentando carreira nacional, mas retornou por ter ficado doente. A outra entrevistada tem 21 anos, também é estudante universitária, mora e trabalha em Fortaleza e passou cerca de quatro meses em São Paulo, onde, apesar de ter sido aceita por uma agência, nunca conseguiu realizar qualquer trabalho e retornou para iniciar o curso de graduação.

O decurso inicial da definição do desejo de ser modelo das duas modelos entrevistadas revela que foi entre os dez e aos onze anos que a vontade de ser modelo foi se tornando mais clara e manifesta. Sobre como começou a pensar em ser modelo, relata M. (23 anos) :

Foi assim: mais ou menos quando eu tinha uns 10 anos eu já gostava muito de foto, tipo filmagem, caseira mesmo, eu queria aparecer na filmagem, aquela coisa de criança [...] aí minha mãe foi percebendo assim, e eu era bem alta e magra e a minha mãe pensou em me colocar num curso de modelo pra ver no que dava, porque eu já gostava, já tinha pedido mas eu ainda era muito pequena e tal. Quando eu fiz uns treze anos, que eu já estava com o corpo mais definidinho ela me levou. Aí eu fiz o curso de modelo, acho que dos 13 aos 14 anos, pronto. Quando eu saí, comecei a trabalhar. Mas quem incentivou foi minha mãe mesmo, mas eu já queria muito.

O depoimento de R. (21 anos) contém elementos similares:

Desde criança realmente eu sempre tive muita vontade de ser modelo, nem lembro bem por que, mas de alguma forma eu tenho fotos com quatro anos de idade fazendo pose de modelo, eu ficava com a mochilinha do colégio, aquela coisa bem sonho de criança mesmo. E aí com onze anos eu já era bem grande, já tinha 1,75m, mais ou menos, magra e tal, e aí eu conheci uma menina que era modelo e essa menina me indicou um concurso de modelo

que tava acontecendo na cidade, pra que eu tentasse ingressar. Aí eu fui atrás, fiz a inscrição, participei do concurso, não ganhei esse concurso, mas ganhei um contrato com a agência e um book e aí foi o pontapé inicial mesmo, pra começar a carreira... Não ganhei, mas fui agenciada e fiz um curso de modelo com doze, treze anos.

Os mecanismos condicionantes em destaque na construção do desejo de ser modelo são expressos num jeito de ser que desde criança se evidencia por trejeitos e gostos como de fazer poses, se exhibir, se fazer fotografada e filmada, bem como pelo formato de um corpo alto e magro. Esses elementos vão formando na menina e em seus familiares identificações desta com a imagem de modelo. Desse modo vão se formando os primeiros mecanismos controladores tanto na menina como no público, pois para se tornar de fato uma modelo esses trejeitos e gostos expressos em brincadeiras devem se tornar atributos exigidos para o exercício dessa profissão. O desejo de ser modelo desse modo, vai se instituindo numa prática disciplinar que encaminha as meninas para fazer cursos em escolas de modelo onde vão aprender a "modelar"<sup>15</sup>. Essa prática disciplinar, inicialmente identificadas nos trejeitos e expressões de criança, certamente decorrem de influências e aprendizados automáticos, experimentados num contexto social cultural que valoriza e espetaculariza o sistema de moda e seus agentes entre os quais as estrelas são as *top models*, que ocupam um lugar de *modelo*, de padrão de ser e de viver.

Nas escolas de modelo as práticas disciplinares se encarnam nas técnicas, treinamentos e hábitos que compõem os ensinamentos prescritos pelas escolas de modelo.

[...] a gente teve umas aulas de maquiagem, umas aulas muito básicas, o foco realmente era passarela e foto a gente também teve uma noção. O mais importante era o cuidado

---

<sup>15</sup> Ambas as entrevistas se referiram ao exercício das atividades realizadas por modelos como "modelar", quais sejam participar de castings, desfilas, fotografar. Segundo o Houaiss Eletrônico modelar significa "dar forma a, segundo um modelo", e também "fazer o molde".

com a pele, o cuidado com o cabelo, com algumas outras coisas que favoreceriam na hora da foto... e a gente recebeu também aulas, por exemplo, de guarda-roupa, como o que uma modelo não poderia deixar de ter, de como deveria ser a maquiagem de uma modelo em dias de casting, de como deveria ser a maquiagem de casting de passarela ou casting de foto. A questão do cuidado com a pele, de usar protetor solar, essas coisas. Que tinha que saber andar de salto alto, etc. (R. 21 anos)

O curso de modelo é um treinamento para as atividades a serem realizadas por uma modelo, envolvendo a apreensão de saberes, comportamentos, hábitos, gostos, relação com o próprio corpo, que vão além de desfilhar e ser fotografada. Para chegar a ser selecionada em casting e chegar às passarelas é necessário estar em conformidade com as normas e condicionantes que demarcam o campo da moda. Tal qual Foucault (1997, p. 185) afirma sobre as disciplinas operando numa lógica panóptica, aumentam a utilidade dos indivíduos modelando os comportamentos para fazer seus corpos entrarem numa máquina.

Então, eram todos os dias de segunda a sábado, era muito tempo, de segunda a sábado, acho que de 7 as 9, minha mãe me levava quando ela saía do trabalho. Aí pronto, tinha uma pessoa que ensinava tudo, como a gente devia desfilhar, fazia a gente ficar desfilando várias vezes, dizia o jeito que tava certo ou não, ensinava também parte tipo de VT, ângulos, tipo do rosto, como se deve se comportar, foto também, toda essa coisa de postura, essa coisa assim tipo elegância e tal, pra desfilhar. (M. 23 anos)

Não se trata, pois, apenas de uma maquinação do corpo, mas de uma assimilação, como se pode observar no depoimento abaixo, em que a entrevistada utiliza mesmo essa palavra para expressar como foi internalizando novos gostos e atitudes.

Era muito engraçado, eu queria ser modelo, mas não era vaidosa, então a primeira vez que me maquiaram e acho que foi uma amiga minha que me maquiou, eu me senti uma palhaça, eu odiei. E a primeira vez que eu fui à agência fazer a minha seção, eu só passei batom, não usei salto alto, não queria me arrumar, não queria fazer nada. Eu ia de cara limpa, minha mãe que me obrigou a passar batom. Então eu fui *assimilando* (grifo nosso) dentro da moda essa noção de que eu precisava ser mais vaidosa, até porque eu tinha uma imagem pra vender e essa imagem tinha que ser a melhor possível, eu tinha que me valer dos recursos que eu tinha. E aí foi quando eu comecei a fazer sobancelha, eu odiava fazer sobancelha, enfim, essas coisas. (R. 21 anos)

O exercício da carreira de modelo segue emaranhando-se no código de beleza prevalecente e exercitado no âmbito do sistema de moda. Todas as condições para ascender na carreira de modelo, até chegar a *top model* é apresentar qualidades, habilidades, capacidades que vão integrando e excluindo. Sair de Fortaleza, ir para São Paulo, ser aceita por agências de caráter internacional, estar disponível para os inúmeros castings, ter o corpo nos padrões exigidos, e ter as atitudes também que são valorizadas no momento.

A (agência) tem um padrão de modelo muito magra, internacional, então quando eu fui pra lá eles gostaram de mim, passaram cerca de duas semanas ainda avaliando, porque eram treze bookers que iam decidir e o empecilho que eles colocaram pra mim é que queriam meu quadril com 88cm e meu quadril era 90cm, eu tava muito magra nessa época. Quando eu fui pra São Paulo tive um problema de adaptação e acabei emagrecendo mais, então eu tava seca, completamente esquelética e mesmo assim eles ainda queriam que eu emagrecesse mais 2 cm de quadril. (R. 21 anos)

[...] como eu já era muito alta e magra, eu não tive que fazer muitas coisas pra ficar no padrão, por que já era mais ou menos, né. Sendo que quando eu tinha 13 anos eu tinha

acho que 1 metro e 70 ainda, e é baixa, porque eles querem 1,75 m pra passarela, né. Então minha mãe me levou no médico que ele tipo acelerava o crescimento, negócio dos ossos e tal, e tomava tipo um hormônio pra ver se você ainda podia crescer mais, tinham uns alongamentos também... também comecei a ir no nutricionista, porque como eu sabia que ia haver uma mudança do corpo, então eu já ficava meio preocupada, ah, mas eu não posso bunda, não posso ter peito, nada assim [...] em São Paulo, quando eu tinha 15 anos, eu morei lá por 1 ano e pouquinho. Então lá as meninas eram muito magras, eu queria também estar nesse padrão, era dia e noite na academia pra emagrecer, e comia muito pouco. Nessa época eu fiquei bem centrada nisso, acho que tava até ficando um pouco doente. Por isso que eu voltei, minha mãe ficou muito preocupada, assim aquela coisa de comer e ficar contando calorias, de quanto eu gastei, quanto eu corria, essas coisas assim, acho que tava ficando doente. (M. 23 anos)

Os depoimentos mostram que o ajuste corporal vai desde corresponder a altura, peso, medidas, até a buscar meios de manter um controle sobre processos biológicos para que o corpo não se desvie dos padrões. Wolf (1992, p. 15) entende que “ao atribuir valor às mulheres numa hierarquia vertical de acordo com um padrão físico imposto culturalmente, ele expressa relações de poder segundo as quais as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriaram”. Na experiência relatada pelas entrevistadas, a vigilância incorporada expressa que não apenas os corpos, mas subjetividades são formatadas e controladas.

Eu acredito que mesmo depois que eu não seja mais modelo, eu ainda sempre vou ter essa preocupação, porque se eu engordar um quilo ou dois, eu me acho feia. Se alguém disser que eu estou bonita eu fico com raiva, se a pessoa disser, “ah, engordou um pouquinho, tá linda”, eu fico com ódio, porque eu acho feio. Eu acho bonito uma mulher magra e eu acho que é de tanto eu viver com esse povo e só ver isso, eu acho que não consigo mais, mesmo

que eu veja uma mulher bem feita, eu penso assim "ah é bonita, mas não, não queria", eu gosto de mulher alta, magra, acho elegante, tipo assim. Mas eu estou mais tranqüila em relação a isso, porque eu consegui mais ou menos ficar no peso que eu preciso. (M. 23 anos)

Dentre todas as exigências, a magreza é o aspecto mais destacado e comentado. Wolf em seu estudo publicado originalmente em 1990, informa que "o peso das modelos de moda desceu 23% abaixo do peso das mulheres normais". Em 20 de janeiro de 2010, o jornal Folha de São Paulo, publicou na Ilustrada, durante realização de semana de moda São Paulo Fashion Week-SPFW, duas matérias tratando do assunto. Uma com o título "Hipermagreza domina nas passarelas da SPFW", com o depoimento de uma modelo brasileira que mora em Nova York : "Três coleções atrás, no auge do pânico antianorexia, as pessoas pesavam as modelos no backstage para ver se elas estavam saudáveis. Agora, a poeira baixou. Se você engorda um pouco, todo mundo está ali pra te julgar. Se você emagrece, falam que você está linda." A outra notícia, "De tão magras, modelos chegam a andar com dificuldade", apresenta uma polêmica em que os estilistas declaram as agências só dispõem de meninas magérrimas e as agências revelam que apenas "seguem os parâmetros de beleza determinados pelo 'mercado' internacional. A correspondência a esses parâmetros institui um campo de competitividade que modelos também tem que se capacitar a vivenciar. Ser capaz de lidar com as rejeições e com as comparações constantemente é uma habilidade para sobreviver e para ter sucesso.

[...] esse ambiente de moda é bem complicado. Assim, hoje em dia eu, às vezes quando saio de casa pra ir ao trabalho, às vezes eu vou meio que à força. Porque eu gosto do trabalho, mas as pessoas que trabalham com isso são bem complicadas. Tipo assim, porque exigem muito de você, querem você sempre linda, sempre magra, independente do que esteja acontecendo. Eu já vi meninas que estavam doentes e o pessoal encontra e diz, " ah,

mas tu tá muito gorda”, tipo assim, “tem que emagrecer”[...] sabe? É complicado esse clima da moda. É sempre o pessoal falando de estar magra, de dieta. “Vamos comer tal coisa? Não tô de dieta.” É sempre esse clima, às vezes é ruim... Tipo assim, você tá numa prova de roupa e de repente uma roupa não dá em alguém, a pessoa ficar feliz porque sabe que dá em você e você vai pegar o trabalho, tem muita competição. Muuuita mesmo, entre as modelos. (M. 23 anos)

[...] em São Paulo a concorrência é tão grande, tem tantas meninas que você é obrigada a ir toda semana, de preferência, às agências pra você ser lembrado. Você faz um *casting* primeiro pra entrar na agência, aí você entra na agência mas você tem que ficar indo lá pra ser lembrado, senão você simplesmente não fica [...] chegou uma hora que eu comecei a não ir mais (para casting de fotos), porque me fazia mal ir e não passar, então eu resolvi começar a focar naquilo que normalmente eu me dou bem, que é a passarela, que é a questão do vídeo [...] porque eu faço um perfil mais diferente, eu não faço o perfil comercial, é um perfil mais exótico, então muita gente por mais que me ache bonita, prefere colocar uma loira do olho azul, de cabelo grande, do que uma menina com traços indígenas, com cabelo curto, morena (R. 21 anos)

Uma das entrevistadas declarou que “tem que viver da moda pra modelar”, no sentido de que para ser modelo tem que de dedicar totalmente à moda, o que faz do modelar (atuar como modelo), um continuo modelar-se. Mas, os parâmetros de beleza sustentados por uma articulação entre moda, mídias e mercado, invadem o cotidiano de todas as mulheres e abrange uma “indústria de beleza”, responsável por um mecanismo de submissão feminina, nas palavras de Wolf (1992, p . 13)

De imediato, as indústrias da dieta e dos cosméticos passaram a ser os novos censores culturais do espaço intelectual das mulheres. Em conseqüências das suas pressões, a

modelo jovem e esquelética tomou o lugar da feliz dona de casa, parâmetro da feminilidade bem sucedida”

O padrão de beleza vigente é norteado por parâmetros instituídos por uma ampla e vigorosa engrenagem social de produção e difusão de imagens de beleza e práticas para atingi-lo resultando num tipo de consumo em que a beleza que cada sujeito fabrica em si é o efeito de um gasto monetário e corporal bem como a aplicação e uso de recursos variados. Nesse processo, somos todas e todos consumidos e consumidores de beleza, mas as mulheres são os sujeitos mais atingidos por esse padrão de beleza consumada que nos fazer seguir uma permanente busca por formas inalcançáveis. Essa é a peculiaridade da beleza consumada - sermos consumidos por uma forma de consumir.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- DUARTE JR. João - Francisco. *O que é beleza*. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- FISCHLER, Claude. Obeso Benigno, Obeso Maligno. In: SANT’ANNA, Denize B. (org.) *Políticas do Corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Ed. 15. Petrópolis-RJ: Vozes, 1997.
- MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: EPU-Edusp: 1974.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *Fenomenologia da Percepção*. São Paulo: Martins Fontes, 1999, p. 114.
- MOTA, Maria Dolores de Brito. De Vênus a Kate Moss: reflexões sobre corpo, beleza e relações de gênero. In: *Actas de Diseño*, n.5, a. III, v.5, mar 2008, Buenos Aires, Argentina. p. 100 – 104.
- WOLF, Naomi. *O Mito da Beleza*. Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

## **JORNAIS CONSULTADOS**

MENA, Fernanda; LEMOS, Nina. Hipermagreza domina nas passarelas da SPFW. *Folha de São Paulo*. Ilustrada. 20 jan. 2010. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u682197.shtml>>.

LEITE NETO, Alcin; WHITEMAN, Vivian. De tão magras, modelos chegam a andar com dificuldade. *Folha de São Paulo*. Ilustrada. 20 jan. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u682199.shtml>>.