



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

O BOOM DA LIPO HD E AS INFLUENCIADORAS DIGITAIS – BELEZA E PERTENCIMENTO

NASCIMENTO, Amanda Neuman Monte Rocha, mestra, Universidade
Federal de Sergipe; amandaneuman.an@gmail.com¹

Resumo: Este trabalho busca entender de que maneira as modificações corporais, em especial a Lipo LAD – lipoaspiração de alta definição –, dão ao indivíduo a possibilidade de se sentir satisfeito consigo mesmo e com seu corpo, tendo como base o conteúdo compartilhado por três influenciadoras digitais em suas páginas pessoais nas mídias sociais no que diz respeito às suas experiências com tal procedimento.

Palavras chave: Corpo; lipoaspiração; influenciadoras digitais.


Abstract: This article seeks to understand how bodily modifications, especially Lipo LAD - high definition liposuction - give individuals the possibility of feeling satisfied with themselves and their bodies, based on the content combined by three digital influencers in their personal pages on social media regarding their experiences with such a procedure.

Keywords: Body; liposuction; digital influencers.

Introdução

Os debates e as discussões a respeito da relação que existe entre o corpo, o ser humano e a sociedade têm se tornado essenciais nos mais diferentes espaços sociais. Isto acontece porque o corpo se apresenta como um objeto que desperta não apenas o interesse científico, mas também o interesse social quando se insere no discurso que prioriza o entendimento do corpo como algo que se apoia basicamente numa materialidade física, uma espécie de mercadoria. Le Breton (2006) considera o corpo como um fenômeno social, cultural e biológico, seria ele um eixo de ligação entre o homem e o mundo, o fundamento da sua existência individual e coletiva. Considerando as inúmeras dimensões possíveis de serem exploradas, pode-se afirmar que pensar o corpo não é uma missão simples. Além de ele ser o lugar físico do ser humano e marcar a sua forma de existir na

¹ Jornalista, mestra em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, doutoranda em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da mesma universidade e pesquisadora na área de redes sociais e influenciadores digitais.





16º

COLÓQUIO
DE MODA


EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

terra, o corpo envolve as maneiras que o indivíduo têm de se relacionar, refletir a respeito do mundo e interagir. Dessa forma, o corpo ocupa o lugar mais significativo para o indivíduo.

Como objeto de estudo sociológico, as explorações analíticas permeiam as noções de pessoa, identidade, interações sociais e subjetividade. Todos esses aspectos se relacionam à singularidade do sujeito enquanto detentor do seu desejo inerente de pertencer. Nesse contexto, este trabalho tem como objetivo entender de que maneira as modificações corporais, em especial a Lipo LAD – lipoaspiração de alta definição –, dão ao indivíduo a possibilidade de se sentir satisfeito consigo mesmo e com seu corpo, tendo como base o conteúdo compartilhado por três influenciadoras digitais em suas páginas pessoais nas mídias sociais no que diz respeito às suas experiências com tal procedimento.

O trabalho se desenvolveu mediante a análise de publicações feitas pela influenciadora digital, atriz e youtuber, Virgínia Fonseca, em seu canal no youtube, pela influenciadora digital, atriz, cantora e modelo, Giovanna Chaves, em seus stories do Instagram, e pela influenciadora digital, cantora e ex-participante do reality show Big Brother Brasil, Flay, em seu perfil no Instagram. Nos três casos, as criadoras de conteúdo apresentam ao seu público justificativas como a insatisfação pessoal com detalhes tidos por elas como defeitos corporais, o discurso de serem favoráveis a qualquer procedimento que as faça se sentirem mais bonitas e confiantes, além do benefício de conquistarem um corpo visualmente saudável ainda que aleguem não ter tempo para manter uma alimentação balanceada ou uma rotina de exercícios físicos.

Considerando as três origens do capital social na internet apontados por Recuero (2008) – reputação, popularidade e autoridade –, cabe dizer que o comportamento das três influenciadoras, ao compartilharem suas experiências com a Lipo LAD, remete ao medo de se tornar o que Goffman (2002) denomina como ‘desviantes’, ou seja, aqueles que funcionam como indivíduos estigmatizados e inseguros, sendo este estigma explicado por ele como uma situação apresentada pelo indivíduo que o inabilita para a aceitação social plena.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


1. Corpo, aceitação e pertencimento

A vida na modernidade causou mudanças significativas na vida humana, aumentou as cidades, fez crescer o consumo e a produtividade, além de dar ênfase ao individualismo. (BAUMAN, 2007). Na modernidade, segundo Simmel (1973), os indivíduos começaram a valorizar o intelecto, o que, por consequência, gerou a valorização da vida. No entanto, quando se uniu a economia monetária à razão, as coisas e pessoas passaram a ser vistas como mercadorias. Em sua obra, Bauman (2008) é enfático quando diz que a modernidade trouxe a liquidez devido ao afrouxamento de lações, isto porque as relações se tornaram menos profundas, baseadas apenas no que é visível, fruto de uma cultura marcada pelo imediatismo.

Nesse contexto, quando o indivíduo passa a ocupar o lugar de mercadoria e exigências a respeito de sua valorização se tornam frequentes, é erguida uma cultura da imagem, cultura esta que prioriza a aparência. A aparência é a imagem do indivíduo e, por sua vez, é a primeira impressão causada este se apresenta, tornando-se, então, não só valorizada, mas também controlada (LIPOVETSKI, 1989). Sendo assim, a imagem coloca o corpo em evidência, o veículo que carrega as informações necessárias para que o indivíduo se sinta, ou não, pertencente de algo. É a centralidade do eu que mostra o resultado das transformações sociais e culturais, colocando em evidência a necessidade que um indivíduo possui de ser diferenciado dos demais. “É preciso um fator de individualização, é o corpo quem faz esse papel” (LE BRETON, 2012, p.28).

Ao falar sobre corpo, Le Breton (2012) explica que a corporeidade é socialmente construída, ou seja, não é um lugar isento de interações sociais, mas reflete a cultura em que o indivíduo está inserido.

O corpo é socialmente construído, tanto nas suas ações sobre a cena coletiva quanto nas teorias que explicam seu funcionamento ou nas relações que mantém com o homem que encarna. A caracterização do corpo, longe de ser unanimidade nas sociedades humanas, revela-se surpreendentemente difícil e suscita várias questões epistemológicas. O corpo é uma falsa evidência, não é um dado inequívoco, mas o efeito de uma elaboração social e cultural. (LE BRETON, 2012, p.26)





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE


DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Segundo ele, as imagens do corpo são as representações que o indivíduo terá sobre ele. Sendo assim, o autor diz que haveria duas formas estruturais da existência da imagem do corpo: uma sobre a forma em si e outra sobre o seu conteúdo. Além desses dois fatores, Le Breton (2012) acrescenta o saber, o conhecimento a respeito do próprio corpo e das suas funções em totalidade. “A imagem do corpo é aqui uma medida pela qual são avaliadas as ações cumpridas ou a cumprir, é uma medida familiar de sua relação com o mundo”. (LE BRETON, 2012, p.231).

Adelman e Ruggi (2007) dizem que o corpo é construído para ser expressão de valores e crenças pessoais e, por esse motivo, cresce o número de possibilidades de interferências para que o corpo se adeque às exigências do sujeito. “A apresentação de si é vista como um fator relevante à medida em que atribui uma valoração moral ao sujeito” (LE BRETON, 2012, p.57). Sendo assim, cabe dizer que a aparência contribui para que a identidade do sujeito seja construída e as pessoas garantam sua valoração em relação às outras pessoas.

A respeito do que chama de desvio, em seus estudos Goffman (2002) diz que os estereótipos a respeito do corpo são transformados a partir da realidade de cada indivíduo, isso não depende da cultura e da sociedade, e deforma o processo pelo qual o ser humano passa de se reconhecer, isto porque considera que as identidades corporais se constroem de maneira dinâmica, como resultado das interações face a face. Goffman (2002) explica que o desvio é a falta de algo ou o excesso de algo, representando tudo o que foge do esperado, do belo, simétrico e do perfeito.

De acordo com Goffman (2002), a sociedade é responsável por estabelecer as categorias em que os indivíduos se encaixam, além de categorizar os atributos tidos como comuns e naturais para os membros de cada uma das sociedades. Desse ponto de vista, o desvio só existe quando se foge dos padrões estabelecidos pelo grupo no qual o indivíduo está inserido. Becker (2008) explica que quando as regras são infringidas por um grupo social é que acontece o desvio, e ressalta, porém, que as infrações são julgadas pelo mesmo grupo social responsável por estabelecer as regras. Ou seja: é o olhar de julgamento do outro que define o desvio. O autor continua explicando desviante é todo





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


aquele em que um rótulo foi aplicado, este rótulo pode ser compreendido como o resultado social da padronização da diferença.

Quando diz respeito à beleza feminina, a relação com o corpo e a imagem ganha outro olhar, considerando que, para a mulher, o corpo não é apenas um elemento que a individualiza, mas também um veículo de status. Adelman e Ruggi (2007) afirmam que com um corpo considerado belo, a mulher não teria somente sua beleza reconhecida, mas garantiria a admiração dos homens e, por isso, buscam se encaixar em padrões de beleza.

Nesse contexto, Goldenberg (2005; 2010) explica o desejo por encaixar-se em um padrão ideal de beleza como sendo a razão pela qual mulheres brasileiras buscam realizar intervenções que vão de alisamentos capilares a cirurgias estéticas eletivas. A autora ressalta, porém, que apenas 1% dessas mulheres se acha bonita. O resultado, portanto, de uma busca desenfreada pela ‘beleza inatingível’ é a frustração pessoal com a própria aparência, frustração esta que pode levar a doenças como depressão e distúrbios de comportamento, inclusive impedindo mulheres de frequentar ambientes como praias e piscinas por acreditarem que seus corpos não correspondem às exigências para que sejam exibidos em público (GOLDENBERG, 2010).

Diante de tudo isso pode-se perceber a grande importância dada aos padrões de beleza aprovados pela sociedade. Adelman e Ruggi (2007) defendem que as posições sociais estão ligadas às questões que envolvem a beleza, a aparência e o corpo. Nesse sentido, afirmam que é uma forma de reflexividade ou de controle a maneira como o corpo é construído na contemporaneidade. O corpo, então, seria um elemento que possui tanto reflexividade quanto regulação, e o corpo da mulher, por sua vez, seria algo possível de se expressar, mas também controlado.

Falar da relação entre beleza e identidade feminina é algo feito há tempos. Em seus estudos, Campos (2009) exemplifica o assunto ao falar sobre como as revistas femininas há séculos têm a aparência como pauta. Para a autora, se por um lado o sucesso financeiro é a expressão máxima de poder na vida do homem, por outro lado, historicamente, o corpo da mulher se desdobraria em poder.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE


DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Fato é que a aparência é supervalorizada e, como resultado, a mulher é incentivada a corresponder a um ideal de identidade que prioriza os cuidados com o corpo, e vale ressaltar que essa preocupação já é entendida como algo natural e inerente à personalidade feminina, como um dos sentidos de ser mulher. Cada período histórico carregou consigo variações desse padrão de beleza feminino com base nas formas corporais mais aceitas em cada época, mas a modernidade aumentou a cobrança e a preocupação estética, especialmente pelo fato de os indivíduos estarem expostos a imagens o tempo inteiro (VIGARELLO, 2006).

Para Goldenberg (2010), um corpo diferenciado seria um capital capaz de fazer com que uma mulher ascenda socialmente dentro da sua cultura. No entanto, a autora afirma que o diferenciado precisa se diferir de outra forma, visto que na sociedade atual não basta apenas ser diferente. A antropóloga comenta que no Brasil as profissões que mais se destacam e alcançam sucesso estão relacionadas ao capital corporal, a exemplo de modelos, jogadores de futebol e atores. A mídia, nesse contexto, exerce papel de reforço, visto que estar inserido nela é sinônimo de sucesso.

Em sua obra ‘A Sociedade do Consumo’, Baudrillard (1982) aborda os meios de comunicação e sua relação com o consumo. Ele defende que os meios de comunicação uniformizam o que é entendido como real, diminuindo suas multiplicidades e contradições, e diz que no lugar do que é real, põem “o universo múltiplo dos meios de comunicação mutuamente homogêneos enquanto tais, significando-se e referendando-se reciprocamente uns aos outros” (BAUDRILLARD, 1982, p.159).

A compreensão de Baudrillard (1982) a respeito dos meios de comunicação em muito se assemelha à visão de Debord (2007) e sua ‘Sociedade do Espetáculo’ quando critica o fim da experiência vivida em prol da representação, de uma “relação social mediatizada entre pessoas por imagens” (DEBORD, 2007, p.4). O autor discute a ascensão da representação em detrimento do que é vivido considerando a abundância dos objetos que deixam de ter utilidade e passam a ser apenas signos, capazes de discriminar socialmente e conferir prestígio.



Nessa sociedade do consumo – que também a sociedade do espetáculo – a busca pela beleza assume uma proporção muito maior e, até, global, embora o que é belo em determinado lugar pode não o ser em outro. Dessa forma, pode-se dizer que a beleza não é absoluta. Morris (1987) exemplifica com os concursos de beleza que têm suas regras e definições alteradas a depender da época e da sociedade onde acontecem.

Quer nos movamos pelo espaço ou pelo tempo, há variações dramáticas nos ideais de corpo feminino e toda a esperança de encontrar uma beleza feminina intrinsecamente perfeita deve ser abandonada (...) o ser humano masculino vê o feminino como membro do sexo oposto e como indivíduos classificados em beleza. (MORRIS, 1987, p.281)

Cunha (2008), por sua vez, salienta que nas sociedades ocidentais qualquer desfiguração física, marcas ou incapacidades se tornam estigmas porque comprometem noções que são supervalorizadas, a exemplo do que é um corpo belo ou atraente. “Desde a Antiguidade que existe uma idealização do corpo humano, onde predominam formas que estão longe de corresponder a gordura” (CUNHA, 2008, p.77). A autora completa dizendo que existem ideias diferenciadas na modernidade, mas nas sociedades de consumo ocidentais, o corpo ideal mostra uma tendência crescente à magreza. “Existe assim, como referimos, uma preocupação com a saúde e com o ‘estar em forma’, mas a maneira como estas ideias são difundidas pelos media está sempre relacionada com um corpo magro, enquanto a gordura está associada à doença” (CUNHA, 2008, p.77).

2. Modificações Corporais e Lipo Lad

Desde tempos remotos, as modificações corporais existiam com o intuito de concretizar hábitos de determinadas culturas, uma simbologia de pertencimento de uma tribo. Gonzaga (2011) conta que nos Estados Unidos, nos anos 60, se iniciou um movimento conhecido como *Body Art*, sua proposta fundamental era expor o corpo e potencializá-lo, abandonando sua exaltação à beleza; e após isso, no início dos anos 70, as modificações corporais começam a ganhar espaço.

Segundo Wohlrab (2007), 10% da população nas sociedades ocidentais modernas já fizeram alguma modificação corporal, sendo a maior parte entre adolescentes e jovens.



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

O autor diz que existem três perspectivas pelas quais as modificações corporais podem ser compreendidas: biológica, sociológica e a perspectiva de transmitir informações sociais com a função de superar estereótipos e se aproximar do público que tem buscado as modificações corporais.

São diversas as possibilidades de o ser humano modificar-se; vai da cor do cabelo a alterações mais drásticas como cirurgias estéticas que podem acontecer devido a influências externas ou motivações individuais. Fato é que o desejo de estar dentro de um padrão de beleza fomenta uma busca infundável que ao mesmo tempo que busca o bem estar pessoal também o coloca em risco. A procura pelas modificações corporais é impulsionada por ideais que, muitas vezes, ignoram a possibilidade de dor e riscos à saúde, por exemplo.


Para Silva e Weiss (2004), o cuidado com o corpo é importante para a formação do cidadão, e consideram que a negação do corpo pode trazer à tona um indivíduo retraído, frustrado, inseguro e sem iniciativa própria.

Os indivíduos estão moldando os seus corpos conforme os esquemas culturais de beleza, achando que, assim, serão mais felizes, mais atraentes, terão mais amigos, serão aceitos pela sociedade. Que preço pagam em nome de um corpo belo? Em nome de que fazem isso? (SILVA e WEISS, 2004, p.82).

As modificações no corpo são consideradas por Gonzaga (2011) como um fenômeno social que se expande na atualidade, especialmente nos centros urbanos.

Utilizado para designar várias, tais práticas como: técnicas de tatuagem, piercing, branding, cutting, escarificação, amarrações ou suspensões, inserções de implantes subcutâneos, bifurcação da língua e amputação de membros, entre outros, já que neste movimento sempre surge novas técnicas. No entanto, as intervenções da cirurgia plástica, os exercícios físicos e a química de esteróides para construção do corpo (body building) também são consideradas formas de modificações corporais. (GONZAGA, 2011, p. 14)

Fato é que as modificações corporais estão intimamente ligadas à autoestima, à imagem corporal e à satisfação corporal, ainda que se leve em conta que embora haja efeitos negativos no processo, não cessa o desejo de realiza-las. Olivier (1995) afirma que “a labilidade da imagem corporal justifica-se pela influência que sobre ela exercem os





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

estados emocionais, os conflitos psíquicos, os intercâmbios com as imagens corporais alheias” (OLIVIER, 1995, p. 13). A autora salienta, ainda, que a imagem corporal não está ligada apenas ao corpóreo, mas também à corporeidade que vai além da parte biológica do indivíduo, mas se constitui pelos símbolos culturais e se apresenta como uma unidade expressiva da existência que está sempre em mudança.


2.1 Sobre a Lipo Lad – Lipoaspiração de Alta Definição

Lipoaspiração é um procedimento cirúrgico em que a gordura é retirada do corpo humano por meio de uma cânula acoplada a um dispositivo a vácuo ideal para a gordura localizada. A gordura retirada pode ser enxertada em outro local do corpo onde o paciente queira ter o contorno corporal acentuado, sendo as nádegas o local mais frequente. Já a Lipo LAD – Lipoaspiração de Alta Definição – faz o mesmo processo, mas retira também a gordura que fica entre os músculos superficiais, especialmente no abdome, definindo os músculos e proporcionando o efeito estético de um corpo resultante de muito exercício físico.²

A técnica foi desenvolvida pelo cirurgião plástico colombiano Alfredo Hoyos. O cirurgião brasileiro Fernando Bianco realiza esse procedimento desde 2018 e explica que a cirurgia é indicada para um grupo específico de pessoas, afirmando que quanto mais magro o paciente for, melhor será para a cirurgia, além de ressaltar que para obter o mesmo resultado em uma academia de ginástica ou praticando outro tipo de esporte, o paciente deveria se exercitar por muitos anos e manter um nível de gordura corporal muito baixo.³

² Com informações de <https://maxima.uol.com.br/noticias/beleza/afinal-o-que-exatamente-e-lipo-lad-cirurgia-que-ganhou-o-coracao-das-famosas-profissional-explica.phtml>.

³ Com informações de <https://www.terra.com.br/noticias/dino/novo-procedimento-de-lipo-hd-causa-revolucao-na-cirurgia-plastica-estetica.7f7e75762382f2cee2fc810f7966e7bdvpyqndta.html>.




3. Influência digital em tempos de Lipo LAD

Quando Recuero (2014) se dispõe a falar a respeito da influência digital e do papel que o criador de conteúdo ocupa na internet, ela destaca a presença de quatro valores fundamentais nas mídias sociais: visibilidade, reputação, popularidade e autoridade.

A visibilidade é compreendida como o fator primordial para que uma criadora de conteúdo seja entendida como uma influenciadora digital. Ela precisa ser vista para influenciar, é o valor intrínseco às suas relações sociais. Já a reputação é o valor pessoal quando se potencializa por meio do ambiente digital, considerando que “um dos pontos-chaves da construção de redes sociais na Internet é, justamente, o fato de que os sistemas que as suportam permitem um maior controle das impressões que são emitidas e dadas, auxiliando na construção da reputação” (RECUERO, 2014, p. 109). A autora explica a reputação no ambiente digital com base no entendimento de Goffman em sua obra “A Representação do Eu na Vida Cotidiana” (1975), dizendo, então que a reputação seria uma consequência de todas as impressões dadas e emitidas deste indivíduo” (RECUERO, 2014, p.109).

A reputação é uma percepção qualitativa que é relacionada a outros valores agregados. Um blog pode ser lido porque tem informações relevantes, porque é engraçado, porque o ator simplesmente quer saber da vida do outro etc. Assim, quando falamos em redes sociais na Internet, não há um único tipo de reputação. Cada nó na rede pode construir tipos de reputação baseado no tipo de informação ou meme que divulga em seu perfil, *weblog*, *fotolog* etc. (RECUERO, 2014, p.110)

A popularidade, porém, pode ser medida em números porque o que a define é o tamanho da audiência online. Ela se refere a um valor relativo à posição do sujeito dentro de sua rede social. “Um nó mais centralizado na rede é mais popular, porque há mais pessoas conectadas a ele e, por conseguinte, esse nó poderá ter uma capacidade de influência mais forte que outros nós na mesma rede” (RECUERO, 2014, p.111). Sendo assim, a popularidade e a reputação se posicionam em lados opostos, visto que a popularidade é estabelecida por laços fracos, enquanto a reputação exige o reconhecimento do outro.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

A autoridade, porém, se aproxima mais da reputação porque se manifesta na capacidade que o indivíduo possui de difundir informações na rede e gerar conversações online. Ou seja, a autoridade não se limita ao tamanho da audiência, da visibilidade, mas “é uma medida da efetiva influência de um ator com relação à sua rede, juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele” (RECUERO, 2014, p.113).

3.1 Três influenciadoras, três motivações

Como já foi apresentado anteriormente, este trabalho se desenvolveu mediante a análise de publicações feitas pela influenciadora digital, atriz e youtuber, Virgínia Fonseca, em seu canal no youtube, pela influenciadora digital, atriz, cantora e modelo, Giovanna Chaves, em seus stories do Instagram, e pela influenciadora digital, cantora e ex-participante do reality show Big Brother Brasil, Flay, em seu perfil no Instagram.

O primeiro caso é o da influenciadora Virgínia Fonseca que, em vídeo compartilhado em seu canal no Youtube, mostra do processo que antecedeu a cirurgia ao pós-operatório. No vídeo Virgínia se explica:

"Já fiz lipo, já fiz silicone, a minha barriga é chapada, eu não tenho o que fazer na minha barriga. O que vou fazer é o seguinte, eu tenho uma gordurinha localizada aqui nas costas, que quando eu fiz a lipo ela não saiu totalmente. Eu tenho um bumbum, só que, por causa dela, o meu bumbum não aparenta ser do tamanho que ele é. E, desde que eu emagreci, com 15 anos, tenho uma celulite aqui e aqui [nas laterais do bumbum], por causa de culote. É coisa mínima, que só me incomoda. Isso e as costas. E por isso vou fazer a lipo LAD."

Figura 1 – Vídeo no canal de Virgínia Fonseca no Youtube



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=bjKq7jIWtOY>

A influenciadora deixa claro em seu vídeo que esta não seria sua primeira cirurgia plástica, mas demonstra insatisfação com outras questões corporais ao longo do vídeo e faz uso dessas insatisfações para justificar a cirurgia que, segundo ela, a deixará “mais feliz”.

O reconhecimento do outro ao que o indivíduo apresenta ao mundo pode torna-lo dependente da aprovação social para se autoafirmar. Porém, essa autoafirmação pode nunca se consolidar, isto porque os padrões também mudam. Honneth (2003) diz que a interação entre o corpo apresentado pelo ator e o padrão estabelecido socialmente demonstra que há uma dependência do ator e das normas estabelecidas, “pois um depende do outro para a satisfação de suas carências, sem estar em condições de uma delimitação individual em face do respectivo outro” (HONNETH, 2003, p.166).

O segundo caso é o da influenciadora Giovanna Chaves que, vale ressaltar, contou em suas redes sociais que esperou “ansiosamente pelos 18 anos para poder fazer a cirurgia. Nos stories da sua página no Instagram, a jovem disse que se sentia “nova demais, mas nunca é cedo demais para mudar algo que te incomoda ou algo que você não está feliz. Agora que eu sou maior de idade eu vou fazer o que me der na telha e o que me

fizer sentir bem”⁴, declarou. Na rede social, Giovanna ainda compartilhou fotos das marcações que são feitas no corpo antes de o procedimento ser realizado.

Figura 2 – Stories de Giovanna Chaves



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=-d9H9g2aXcI>

A fala de Giovanna Chaves mencionada anteriormente, quando diz que “nunca é cedo para mudar algo que te incomoda” remete à reflexão de Cunha (2008) ao explicar que na adolescência os processos de formação da identidade desenvolvem-se a partir de repúdios e assimilações de configurações sociais no caminho para o reconhecimento social de um novo indivíduo. “A transição da criança a adulto vai confrontando o indivíduo com o problema de reconciliar o que se está a tornar com o que é para si próprio e ainda com o que se é para os outros, num sistema de possibilidades sociais específicas” (CUNHA, 2008, p.120). Trazendo para o caso de Giovanna, que ainda está na

⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-d9H9g2aXcI>.

adolescência, Carmo (2000) diz que essa é uma fase de “surpresa e insegurança quanto às transformações corporais, a qual gera grande insegurança no adolescente, sobretudo se as relacionarmos com as alterações de natureza sexual e com o acréscimo de preocupações com a sua autoimagem” (CARMO, 2000, p.103). Tendo isso em vista, é esse o momento em que o indivíduo começa a se preocupar com a sua aparência, tendo em mente a necessidade de corresponder a um ideal e ser aceito por seus pares.

O terceiro e último caso analisado neste trabalho é o da influenciadora Flay. Nos stories do seu perfil no Instagram, a jovem de 26 anos justificou a decisão pela cirurgia como uma resposta à sua falta de tempo para cuidar do corpo de maneira convencional.

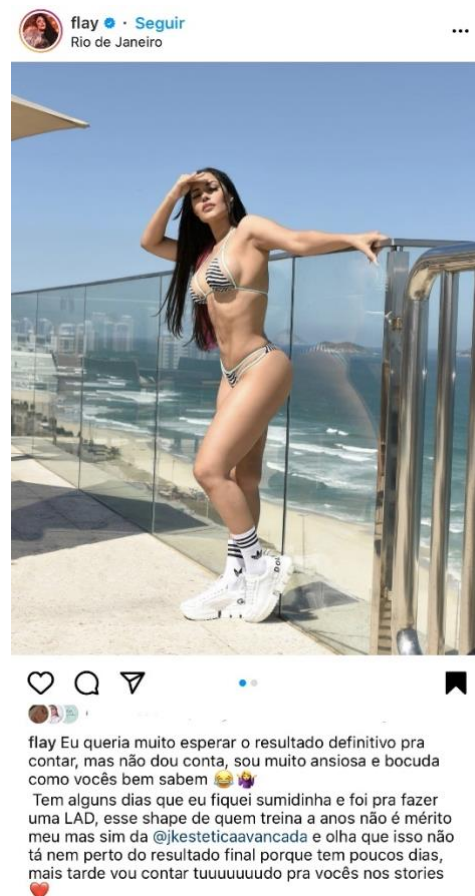
“Antes de ter meu filho eu me cuidava muito, fazia muita dieta e treinava bastante... depois que eu engravidei, meu foco mudou completamente. Meu filho passou a ser a prioridade, depois o meu trabalho, e o shape foi mudando. Após sair do *BBB*, essa falta de tempo triplicou, minha vida mudou totalmente. Trabalho muito, graças a Deus, me mudei pra São Paulo, estou totalmente focada em planejar minha carreira musical, minha marca, compor, gravar e no meio de tudo não consegui ter uma rotina de alimentação e exercícios.”⁵

Embora o capital corporal, segundo Goldenberg (2010), já tenha se tornado acessível a todas as camadas, especialmente pelo aumento do número de academias de ginástica em todos os centros urbanos e a difusão da atividade física como estilo de vida, Flay escolheu fazer uso da sua posição financeira para alcançar o resultado que, sem o procedimento, só atingiria com muito tempo e esforço.

No Brasil, o corpo é uma riqueza, talvez mais desejada pelos indivíduos das camadas médias e também das camadas mais pobres, que percebem “o corpo” como um veículo fundamental de ascensão social e também, um importante capital no mercado de trabalho, no mercado do casamento e no mercado sexual. (GOLDENBERG, 2010, p. 51)

⁵ Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2020/08/flay-mostra-resultado-de-procedimento-estetico-shape-de-quem-treina-ha-anos.html>.

Figura 3 – Post no perfil de Flay no Instagram



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CEZ2EFYHhJL/?igshid=lewxsppsaxz>

Considerações Finais

Por fim, vale salientar que o indivíduo, quando se submete a uma modificação corporal cria, simbolicamente, novos elos entre si, a sociedade e o outro. Seria esta uma nova formação entre o individual e o social. Existe, sim, a necessidade de estabelecer para si mesmo uma identidade que difira das demais e o corpo seria o principal veículo para que isso aconteça, especialmente quando as interferências feitas em sua aparência marcam sua história, momentos, situações e fazem parte da sua existência.

Para os que se submetem às modificações corporais, os resultados vão além da estética, mas estão ligados ao prazer e à realização de, a partir de então, possuem um



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

corpo diferente do que tinham antes. Essa realização, como já dito aqui, está intimamente ligada ao olhar do outro.

Fica claro, contudo, que o conjunto de atitudes tomadas em torno do próprio corpo representa valores e princípios ligados à cultura em que o indivíduo está inserido. Atuar no corpo também é atuar na sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADELMAN, Miriam; RUGGI, Lennita. **Corpo, identidade e a política da beleza.** Gênero, Niterói, v.7, n.2, p.39-63, 1 sem. 2007.

Baudrillard, Jean. **A Sociedade de Consumo.** Ed. 70, Lisboa. 1982.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias.** Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BAUMAN, Zigmunt. **Tempos Líquidos.** Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BECKER, Howard. **Outsiders.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CAMPOS, Veridiana Parahyba. **Beleza, construção do self e reflexividade entre as mulheres.** Mediações, Londrina, v.14, n.2, p.145-161, jul/dez. 2009.

CARMO, Hermano. **Intervenção Social com Grupos.** Universidade Aberta, Lisboa. 2000.

CUNHA, Maria João. **Mass Media e Imagem Corporal: Representações e impactos da publicidade da imprensa feminina na imagem corporal das adolescentes.** Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade Aberta. Lisboa. 2008.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto. 2007.

GOFFMAN, Erving. **Estigma – Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.** Rio de Janeiro: Guanabara, 2002.

GOLDENBERG, Miriam. **O corpo como capital.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

GOLDENBERG, Miriam. **Gênero e corpo na cultura brasileira.** Revista de Psicologia Clínica, Rio de Janeiro, vol.17, n.2, p.65-80, 2005.

GONZAGA, Elaine Silva Ferreira. **As práticas de modificações corporais e a formação de identidades somáticas.** Programa de Pós-graduação em Comunicação/Universidade Federal de Goiânia. Dissertação Mestrado em Comunicação, 2011. Disponível em: https://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tde/1407_

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento.** São Paulo: [s.n.], 2003.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo.** Tradução de Sonia Fuhrmann. 6 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

LIPOVETSKI, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

Morris, Desmond. **Manwatching – A field guide to Human Behaviour,** Grafton Books, London. 1987.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

OLIVIER, Giovanina Gomes de Freitas. **Um olhar sobre o esquema corporal, a imagem corporal, a consciência corporal e a corporeidade**. Universidade Estadual de Campinas. Dissertação de Mestrado apresentada à Faculdade de Educação Física, 1995. Disponível em

http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/275242/1/Olivier_GiovaninaGomesdeFreitas_M.pdf.

ORTEGA, Francisco. **O CORPO INCERTO: CORPOREIDADE, TECNOLOGIAS MÉDICAS E CULTURA CONTEMPORÂNEA**. Rio de Janeiro: Garamond; 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SILVA, Maria Dulce dos Santos da; WEISS, Silvio Luiz Indrusiak. **O corpo na escola e na vida: A educação corporal e seus efeitos no indivíduo**. Revista de divulgação técnico-científica do ICPG, v. 2, n. 5, p. 79-83, 2004. Disponível em: <http://nead.uesc.br/arquivos/pedagogia/educacao-ludicidade/corpo-na-escola-e-na-vida.pdf>.

SIMMEL, Georg. **A metrópole e a vida mental**. Tradução Sergio Marques dos Reis. In: O fenômeno urbano. (org. Gilberto Velho). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1973.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza**. Tradução Leo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WOHLRAB, Silk. **Differences in Personality Characteristics Between Body-Modified and Non-Modified Individuals: Associations With Individual Personality Traits and Their Possible Evolutionary Implications**. European Journal of Personality, n. 21, p. 931–951, 2007.

