

BUSCA DA VALORIZAÇÃO DAS DIFERENÇAS CORPORAIS ATRAVÉS DA MODA

Ana Keila Dos Reis⁴

Tatiana Mendes Ramos

RESUMO

Através da presente pesquisa buscamos analisar os padrões corporais que existiram e foram mudando através dos tempos, propondo uma maior reflexão sobre essa ditadura do corpo presente no século XXI. Nosso principal foco são as mulheres acima do peso, e temos por objetivo mostrar que as diferenças físicas devem ser motivo de valorização, ou ao menos compreensão, e não de exclusão social. E esclarecer que as pessoas obesas também precisam de uma moda que esteja de acordo com suas necessidades, que valorize sua beleza.

Palavra-chave: padrão corporal; obesidade; exclusão

“Há um século, nos países ocidentais desenvolvidos, os gordos eram amados, hoje, nos mesmos países amam-se os magros”. (Fischler, 1995:78)

Um crescente vertente desde o século passado é o culto ao corpo nas sociedades, essa preocupação vem se proliferando entre mulheres e homens que procuram, cada vez mais, um bem-estar tanto físico como psicológico. Esse culto não está ligado somente aos esportes, à prática de atividade física, mas sim, às dietas, às cirurgias plásticas e ao uso de cosméticos, enfim, tudo que envolva o desejo de ter um corpo bonito e saudável.

⁴ Este artigo é fruto da Iniciação Científica desenvolvida pelas alunas Ana Keila dos Rei e Tatiana Mendes Ramos, alunas do 6º Período do curso de Moda do Centro Universitário Moura Lacerda, sob a orientação da Profa. Oneide Carvalho. Ribeirão Preto- SP, 2006.

Essa superpreocupação corporal vem acarretando o aumento brusco de várias doenças relacionadas à estética; nos últimos anos, a anorexia nervosa, a bulimia e a obesidade começaram a atingir uma parcela bem maior da sociedade. A Organização Mundial de Saúde (OMS) diz que a obesidade é a segunda principal causa de mortes no mundo, fica atrás apenas dos acidentes. No Brasil, a doença atinge 10% da população, de acordo com o coordenador da Força Tarefa Latino-Americana da Obesidade, Walmir Coutinho. Já o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) diz que o percentual de obesidade no Brasil é de 9,8% - esse é o resultado da 1ª Pesquisa de Padrão de Vida, realizada pelo IBGE e ela também aponta que há mais mulheres (12,2%) do que os homens (7%), que padecem desse mal.

O vício da comida pode ser tão maléfico e devastador para a saúde e a auto-estima quanto às drogas e isso é acentuado com a ajuda da televisão e das revistas, que sempre mostram mulheres esbeltas que parecem não se alimentar. Assim, como diz a psiquiatra carioca, Ana Beatriz Barbosa da Silva, especialista em Medicina do Comportamento: “O mito da beleza, cujo padrão de hoje é a magreza, está aprisionando as mulheres”.

O culto ao belo vem da renascença, quando a beleza era sagrada e, para preservá-la, a mulher ficava condenada a um papel limitado. O feminismo e a sociedade de consumo mudaram esse quadro, porém, o mesmo não deixou de ter uma identidade visceralmente ligada à estética. A diferença é que o “eu” e a beleza passou a não restringir a sua ação.

Na década de 20, quando São Paulo começava a se tornar uma metrópole, iniciou-se a construção de um ideal físico, muito influenciado pelas imagens cinematográficas. Ao final da década, as mulheres incorporaram o uso da maquiagem (principalmente o batom), dos produtos de beleza e passaram a valorizar o corpo esbelto e belo, sendo muito influenciadas pelas indústrias de cosméticos, moda, publicidade e de Hollywood. A união dessas quatro indústrias foi fundamental para a vitória do corpo magro sobre o gordo, no decorrer do século XX, como aponta Featherstone (1903). Essa preocupação continua no século XXI, em que presenciamos a supervalorização da aparência corporal, e indivíduos lutando numa busca frenética pela forma e volume ideais.

A sociedade aceita os padrões de beleza, que variam de acordo com épocas e estilos; num determinado período, os corpos mais volumosos estão em alta,

depois disso, se modifica e passa-se a idolatrar corpos esguios. Em todos esses momentos, quem está fora do padrão, sente-se excluído perante a sociedade e, isso, acarreta num descontentamento com o seu próprio “eu” e numa diminuição da auto-confiança. Fica claro, também, como os padrões de beleza vão se modificando com o tempo e pela influência da moda, da mídia e do cinema. Nos anos 20, inspiradas na atriz americana, Theda Bara, as mulheres assumiam seu lado fatal, com maquiagens pesadas. Já na década de 30, inspiradas na atriz alemã, Marlene Dietrich, as mulheres queriam ter pernas longas e delineadas, graças às meias de nylon, que viraram mania. Nos anos 40, Marilyn Monroe e seus seios fartos e as curvas das “pin-ups” (garotas de calendário). Na década de 50, depois da 2ª Guerra Mundial, todos queriam abundância e o ícone era Gina Lollobrigida e seus seios fartos. Nos anos 60, elegante e magra, Jackeline Kennedy é a marca e, no fim da década, a modelo Twiggy já mostrava o paradigma das magricelas.

Nos anos 70, a luta pela aceitação das mulheres por seus corpos é esforço das feministas. Era de corpo nem magro, nem gordo, Vera Fischer. Já na década de 80, inicia-se a ditadura do corpo perfeito, fitas de ginástica de Jane Fonda. Nos anos 90, surgem as “tops” milionárias das passarelas, eram aceitas as curvas de Cláudia Schiffer e o corpo pele e osso de Kate Moss.

E, por fim no século XXI, ainda prossegue a exaltação do corpo magro, porém, pode-se ter um belo par de seios (ainda melhor se forem de silicone). Nos atuais dias, para se alcançar o padrão “Gisele Bündchen” de beleza (o corpo magro e com curvas), as pessoas buscam por muitos tipos de cirurgias, como afinar a cintura, aumentar os seios, rejuvenescer o rosto e engrossar as coxas e o bumbum.

Seguindo o pensamento de Claude Lévi-Strauss (1996:18), “é possível notar que o ser humano recusa-se, muitas vezes, a admitir a diversidade cultural, preferindo sempre repetir, de uma cultura diferente, aquilo que esteja de acordo com a norma na qual se vive”. Então, a partir desse raciocínio, é possível fazer uma analogia com a nossa própria sociedade, pois, existindo um padrão de beleza pelo qual estamos acostumados, buscamos sempre notar e relevar as pessoas que dele mais se aproximam, descartando aquelas que estão fora dessa “norma” de beleza e, sendo assim, os obesos sofrem a discriminação social.

Em nossa sociedade as diferenças corporais dificilmente são bem aceitas, pois a manutenção da forma física significa também a manutenção do indivíduo dentro de seu grupo social. E, além disso, muitos profissionais da área da saúde,

manuals de auto-ajuda e a mídia, principalmente, levam os indivíduos a acreditarem que seus defeitos e suas imperfeições são conseqüências da falta de cuidados e negligências consigo mesmo e, decorrendo desse fato, a sociedade, muitas vezes, julga moralmente os gordos, criticando-os por comer muito e por não se controlarem.

E fazendo parte desse universo de valorização corporal, a moda vem implicar numa certa imposição de grupo, tanto sobre as roupas quanto ao padrão de beleza, porém, a verdadeira escolha é um resultado entre o fator de aceitação e o gosto pessoal, unido ao sentimento de aprovação por um grupo – o que torna perceptível uma necessária mudança no pensamento individual, que reflita numa maior compreensão social da diversidade física dos indivíduos.

Assim, como afirma Gilda de Melo e Souza (1987:29), “a moda é um todo harmonioso e mais ou menos indissolúvel. Serve à estrutura social; acentuando a divisão em classe; reconcilia o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós (necessidade de afirmação como pessoa) e o sociabilizador (necessidade de afirmação como membro de um grupo); exprime idéias e sentimentos, pois é uma linguagem social ou psicológica”, a moda exprime o nosso estado de espírito, por isso, todas as pessoas, sem distinção, necessitam escolher pelos seus gostos para exprimirem seus sentimentos e suas identidades próprias.

Partindo do pressuposto que o vestuário é uma maneira de dar forma exterior às narrativas da auto-identidade e, é através dele, que ocorre o jogo de esconder e revelar os aspectos básicos do “eu”, quando uma pessoa obesa procura um vestuário e não o encontra, acaba se sentindo impossibilitada de demonstrar o seu gosto, quando, na verdade, o que espera é que a moda lhe ofereça peças de qualidade e com a modelagem que condizem com seu corpo e sejam confortáveis e bonitas.

A falta de padrão entre os tamanhos únicos e completos no país faz com que as próprias confecções criem tabelas com tamanhos apropriados ao público que querem atingir. E, algumas marcas, até aboliram o tamanho 46 ou o “G”, tendo como princípio que as pessoas têm que estar com o corpo em forma, para representarem a imagem da sua empresa. A única tabela nacional (não obrigatória) de referência para medidas composta pela ABNT traz apenas definições de cintura e busto, e pouca gente sabe de sua existência.

O mundo atual da moda observa o que o consumidor quer e produz dentro da demanda. As pessoas vestem-se de forma muito parecida, mas não se pode dizer

que não há individualismo, o que hoje significa escolher dentro da oferta, o que mais lhe agrada. Entretanto, para os tamanhos maiores, não existe nem mesmo uma ampla possibilidade de escolha, por isso, as consumidoras desse tipo de roupa sentem necessidade de uma moda mais preocupada com a sua anatomia corporal e que não esteja fora das tendências e dos modismos.

A preocupação em desenvolver peças de vestuário para as mulheres acima do peso provém da afirmação de que, desde a antiguidade, sempre foram características femininas: a vaidade, o gosto pelo “*toilette*” e os ornamentos (e isso permanece até hoje). Porém, muitas mulheres acima do peso não encontram os produtos que procuram e sentem-se desvalorizadas e algumas, como relatam, deixam a vaidade e muitos convívios sociais de lado, por não se sentirem bem vestidas para sair de casa.

Acabou-se a tirania na forma de vestir. Agora, existe uma multiplicação de estilos, um vestuário mais flexível, porém, foi substituído pela ditadura da magreza e da juventude. A obesidade é uma doença e precisa ser tratada. A busca por uma melhoria na saúde é fundamental, contudo, as pessoas que estão acima do peso, não podem ficar à margem da sociedade, sendo de extrema relevância a existência de uma moda para todos os tipos de corpos. Enfim, o mundo da moda e seus profissionais deveriam se preocupar mais com as pessoas que usam tamanhos grandes, buscando atendê-las em suas necessidades, oferecendo uma moda de qualidade e que valorize seu gosto. Além de fazer uma maior divulgação, seja em desfiles, em revistas ou televisão, da beleza dos diferentes tipos de corpos, despertando assim uma maior aceitação individual das pessoas e da sociedade para com as mesmas.

BIBLIOGRAFIA

STRAUSS, Claude Levi. **Raça e cultura**. Tradução Inácio Canelas. 5 ed. Lisboa: Editorial Presença, 1996.

CASTRO, Ana Lúcia. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. 1 ed. São Paulo: Annablume, 2003.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade pessoal**. Tradução Miguel Vale de Almeida. 2 ed. Celta, 1997.

SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas: a moda no século XIX**. São Paulo: Companhia das letras, 1987.

MOHERDAUI, Bel. Cheinhas e sem grife. Sessão Moda. **Veja**. p. 74 – 82, ago. 2002.

ROGAR, Silvia. Beleza para todos. Entrevista a Gilles Lipovetsky. **Veja**. p. 11 – 15, set. 2002.

CÔRTEZ, C.; PEREIRA, C.; ZACHÊ, J.; CASTELLÓN, L. O belo padrão brasileiro. **Isto É**. p. 46 – 53, mar. 2003.

MENDONÇA, Martha. Morrer pela boca. **Época**. p. 26 – 30, nov. 2005.

REVISTA ÉPOCA. “É culpa da indústria”. Sessão saúde. p. 104 – 105, ago. 2005.

REVISTA JÁ. Fora de forma sim. Deselegante jamais. p. 10 – 15, nov. 2002.



**Figura1: Vênus de Willendorf,
Museu de História Natural de Viena, Áustria.**

Fonte:

http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://thales.cica.es/rd/Recursos/rd98/HisArtLit/01/willendorf.jpg&imgrefurl=http://thales.cica.es/rd/Recursos/rd98/HisArtLit/01/artepreh.htm&h=398&w=312&sz=9&hl=pt-BR&start=187&tbnid=IZSOI_Ag2LQwLM:&tbnh=124&tbnw=97&prev=/images%3Fq%3Dv%25C3%25AAnus%2Bde%2Bwillendorf%26start%3D180%26ndsp%3D20%26svnum%3D10%26hl%3Dpt-BR%26lr%3D%26sa%3DN