



CLARA SILVA PINHEIRO

CORPO-ENCAIXE AO CORPO-MOLDE: a construção de um corpo de modelo

FEIRA DE SANTANA - BAHIA
2017

CLARA SILVA PINHEIRO

CORPO-ENCAIXE AO CORPO-MOLDE: a construção de um corpo de modelo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade da Universidade Estadual de Feira de Santana, na Área de Concentração Desenho, Registro e Memória Visual, Linha de Pesquisa Estudos Interdisciplinares em Desenho, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenho, Cultura e Interatividade, sob a orientação do Prof. Doutor Luís Vitor Castro Junior.

Ficha Catalográfica – Biblioteca Central Julieta Carteado

Pinheiro, Clara Silva

P718c Corpo-encaixe ao corpo-molde: a construção de um
corpo de modelo / Clara Silva Pinheiro. – Feira de
Santana, 2017

114 f.: il.

Orientador: Luiz Vitor Castro Junior.

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de
Feira de Santana. Programa de Pós-Graduação em

CLARA SILVA PINHEIRO

CORPO-ENCAIXE AO CORPO-MOLDE: a construção de um corpo de modelo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade da Universidade Estadual de Feira de Santana, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenho, Cultura e Interatividade, avaliada pela Banca Examinadora composta pelos seguintes membros:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Luís Vitor Castro Junior

Universidade Estadual de Feira de Santana – UEFS (Orientador)

Profa. Dra. Daniela Maria Shmitz

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Profa. Dra. Ana Rita Queiroz Ferraz

Universidade Estadual de Feira de Santana – UEFS

Aprovada em 16 de fevereiro de 2017.

FEIRA DE SANTANA - BAHIA
2017

A meu eterno mestre, Professor Dr. Luís Vitor Castro Júnior, por tornar real o sonho desta pesquisa. Pelo companheirismo, amizade e pelos grandes ensinamentos sobre as artes do corpo.

A minha grandiosa e inspiradora mãe. Todas as conquistas serão sempre para você.

A meu pai, minha eterna inspiração cultural e acadêmica.

A minhas irmãs, sobrinhos e sobrinhas. Vocês sempre serão minha base e fortaleza diária.

A minha amada vó Arlinha, hoje uma estrelinha que vibra por sua netinha “retada”.

Por fim, a Irmã Dulce por toda companhia de fé nessa jornada.

AGRADECIMENTOS

“Somos o resultado dos livros que lemos das viagens que fazemos e das pessoas que amamos”, disse Airton Ortiz. Rendo graças àqueles que fizeram parte deste percurso.

Agradeço à estilista Carol Barreto, por esclarecer minhas dúvidas sobre o ingresso no mestrado. E, como nada é por acaso, conhecer Hosana e Tammy foi um presente de Deus. Serei eternamente grata pela amizade, conselhos acadêmicos, livros e cafés partilhados.

À CAPES, pelo acolhimento e viabilidade deste estudo. À generosa UEFS, pelo pôr do sol, flores e ensinamentos inesquecíveis. À agência Model Club, por permitir a concretização desta pesquisa, e às modelos entrevistadas e acompanhadas, com as quais pude reviver um sonho.

A todos do grupo Artes do Corpo, pela hospitalidade, espaço, e apoio. A todos os professores e à incrível turma do PPGDCI, sobretudo a Lai, Nayara, Vanusia e Cathi, pelos dias felizes que partilhamos nesta jornada. A Dona Branca, pelos cafés. À Fabrício, Bernadete e Maurício, amigos-irmãos deste curso, que enxugaram minhas lágrimas nos dias difíceis, dividiram os momentos de alegria e fizeram jus à palavra AMIZADE.

À professora Daniela Schmitz, pela acessibilidade e por contribuir com este estudo a partir de suas pesquisas sobre modelos. À professora Ana Rita Ferraz, por me mostrar sempre um novo olhar sobre o corpo. Ao professor Luís Vitor Castro Júnior, meu orientador e mestre, a quem sou tão grata! Esta pesquisa foi escrita a quatro mãos. Obrigada por me fazer acreditar na docência e em um mundo melhor, por apostar em mim mesmo nas dificuldades, por ter sido um pai e amigo, mas um rígido orientador quando foi preciso.

Às alunas amadas e queridas Lua e Dani. Em especial a Dani, fundamental para o fechamento deste ciclo, pela ajuda e por todo o carinho que tem comigo.

Ao Centro Espírita Luz e Harmonia. Gratidão por todas as pessoas desse lugar! Aos meus amigos de luz: Matheus, Marta, Diana e Dr. Antônio. A Irmã Dulce, por me permitir entender o sentido da fé e do amor.

Aos amigos queridos: Leca, Lívia e Bruno, Dayse e Márcio, Sheu, Vanda, Gabi e Ghibba, Susan, Camila Costa, Flavinha, minha amada Teco e à Professora Cris e Rúbia. Aos familiares e pessoas especiais: Tia Vana, Tio Peu, Tio Tonho e Dil, Tia Laudenice e meu cunhado Nei. À minha Vó Arlida, minha mãe e irmãs (minha gorda e LÓ), vocês sempre serão minha razão de viver! Aos meus pequeninos sobrinhos, João, Heitor e Nana, por muito me ensinarem sobre o verdadeiro significado da existência.

*"Por duas polegadas a mais, passaram a baiana pra trás
Por duas polegadas e logo nos quadris
Tem dó, tem dó, seu juiz!"*

("Duas Polegadas" marchinha de Pedro Caetano, Alcyr Pires Vermelho e Carlos Renato)

RESUMO

Modelos são profissionais que se estruturam como moldes para representar e apresentar produtos e serviços no mundo moda, da beleza e da estética. Dentro das peculiaridades e repercussões da profissão de modelo, pautam reflexões sobre o corpo e a imagem corporal projetada e percebida na sociedade. O presente estudo apresenta os resultados de uma pesquisa de campo, descritiva, exploratória e qualitativa sobre modelos, realizada no período de 2014 a 2016 em uma agência da cidade de Salvador. As jovens que abraçam o desejo de um “corpo perfeito” carregam consigo a função de ser espelho, molde ou modelo. Ao longo desta pesquisa, nota-se a transformação das modelos, suas conquistas e superações. Com as entrevistas semiestruturadas e as narrativas orais, este trabalho busca compreender as percepções da imagem corporal que as modelos têm de si, na transição do *corpo-encaixe* (a se adequar) ao *corpo-molde* (a ser alcançado). Além disso, são enfocadas as mudanças no padrão estético feminino ao longo do tempo. Através da análise das narrativas, o paradoxo do quadril surge como fator importante na dinâmica do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*, sendo critério primordial na carreira de modelo. Diante de um campo intenso de investigação, verificam-se as possibilidades que o corpo de uma modelo pode alcançar, tanto na concretização do sonho profissional como no traçar de novos caminhos em outras esferas.

Palavras-chave: corpo; moda; modelos; padrão estético.

ABSTRACT

Models are professionals who structure themselves as molds to depict and present products and services of the fashion, beauty and aesthetics world. Within the peculiarities and repercussions of the modelling profession, thoughtfulness over the body and its imagery projected and perceived in society are aspired. This Master's degree dissertation presents the outcome of a field research regarding models performed from 2014 to 2016 in a Salvador modeling agency. Through oral narratives and semi-structured interviews, the present study aims to understand which body image insights models have from themselves, in the transition of the construction of model's body in the dynamic of the body-fitting to body-mold. The delimited goal was to comprehend aesthetic pattern changes in the female body image of models, with the purpose of contextualizing the survey's phenomenon. Analyzing the model's narratives of their imagery perceptions of the transition from body-fitting to body-mold with photographs and grasp the paradox of the hip in that dynamic. The field gathered data highlights the strict relation of the body with model's profession.

Keywords: body; fashion; models; aesthetic pattern.

SUMÁRIO

RABISCANDO SOBRE OS CORPOS DE MODELOS	10
1 CAIXINHA DE SURPRESAS	15
1.1 CONTEXTO DAS ENTREVISTAS DAS MODELOS ATRAVÉS DAS NARRATIVAS ORAIS	21
1.2 O CORPO DE MODELO VISÍVEL NA IMAGEM FOTOGRÁFICA	22
2 CONTEXTOS DOS CORPOS DE MODELOS	24
2.1 O CORPO FEMININO NA CONTEMPORANEIDADE	24
2.2 PROFISSÃO MODELO	37
2.3 O <i>CORPO-ENCAIXE</i> E O <i>CORPO-MOLDE</i>	52
2.4 CONSTRUÇÃO DE UM CORPO DE MODELO: O CORPO NARRADO X O CORPO VISÍVEL	56
2.4.1 ANÁLISE 1 – MODELO A	56
2.4.2 ANÁLISE 2 – MODELO B	64
2.4.3 ANÁLISE 3 – MODELO C	74
2.4.4 ANÁLISE 4 – MODELO D	81
3 O PARADOXO DO QUADRIL NA DINÂMICA DO CORPO ENCAIXE AO O CORPO MOLDE E OS DITAMES DA FITA MÉTRICA	91
SACIEDADE AGUÇADA	97
REFERÊNCIAS	100
ANEXOS	

RABISCANDO SOBRE OS CORPOS DE MODELOS

Era um domingo de sol quando uma jovem passeava em um parque em São Paulo. Ao cair da tarde, um convite inesperado de um olheiro, um agenciador de modelos que foi ao encontro da menina baiana recém-chegada à capital. Naquele momento ela se viu despertada para um sonho quanto a uma carreira de modelo e, mais especificamente, para um olhar sobre o corpo, o seu corpo e o corpo que precisaria ter para ser uma modelo. Foi, então, “capturada” pelo “mundo da moda”.

O “mundo da moda” faz com que se queira saber: que corpo se tem? O que pode ser um corpo? Corpo, que corpo? O que é jamais pode ser um corpo? Diante do imperativo de que o corpo se caracteriza como um território biológico e simbólico repleto de desenvoltura e cheio de arte, imerso em culturas diversificadas e padrões estéticos próprios, pesquisá-lo é mergulhar em um oceano de possibilidades. É caminhar em um íntimo desconhecido que camufla e revela surpresas.

Percebe-se que o corpo, a beleza, a atividade física e a alimentação são pautas constantemente evidenciadas nas mídias atuais, com a propagação de artifícios, métodos, regras e dicas para que se alcance o corpo de modelo. Um exemplo disso são os anúncios e chamadas que induzem à perda de peso, à perda das “malditas” gorduras, e que estabelecem a política do *corpo-encaixe*.

O termo *corpo-encaixe* refere-se ao processo ou à busca obstinada para se encaixar ou se adequar ao *corpo-molde* que é propagado pelas capas de revistas de moda, saúde e beleza. Portanto, o presente estudo objetiva compreender os jogos sociais do percurso de um *corpo-encaixe* na busca de um *corpo-molde*.¹

Diante da complexidade e da evidência do corpo nas áreas afins que atravessa a vida desta pesquisadora, torna-se sedutor analisar as interfaces do *corpo-encaixe e do corpo-molde*. As inquietações sobre o tema borbulham por meio de uma experiência vivida numa seleção de modelos em São Paulo, em uma agência da qual a autora deste estudo fez parte, onde também conheceu os bastidores dos trabalhos de moda, enquanto designer. O interesse ainda se concretiza com sua atuação na área de nutrição estética que se entrelaça no duelo do corpo e suas medidas, tendo possibilitado o acesso a discursos de mulheres que trazem consigo fragilidades emocionais por não conseguirem atingir o corpo ideal.

¹ Tais conceitos, criados pela pesquisadora após imersão no campo da pesquisa, serão detalhados ao longo deste trabalho.

Nesse sentido, pretende-se, com este trabalho, contribuir com o estudo sobre corpos de modelos e seus reflexos na sociedade. O problema da pesquisa se constitui na seguinte questão: **Qual a imagem corporal que as modelos têm de si, na transição do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*?**

Neste estudo, pretende-se compreender as mudanças no padrão estético feminino na imagem corporal de modelos, com o propósito de contextualizar o fenômeno da pesquisa; analisar as narrativas das modelos sobre suas percepções imagéticas na transição do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*, correlacionando-as com as imagens fotográficas, no intuito identificar os desdobramentos desse *corpo-encaixe* ao *corpo-molde* e, por fim, compreender o paradoxo do quadril na dinâmica do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*, tendo como referência os ditames da fita métrica avaliados pela agência de modelos².

Os significados do corpo na contemporaneidade encontram um terreno fértil de pesquisa quando se contempla a amplitude do mercado da moda e se estabelece contato com grupos sociais que consomem e concebem as propostas para produzir uma aparência rejuvenescida e bela. A imagem do corpo ideal, nesta concepção, se assemelha a uma imagem jovem e magra na capa de uma revista.

Na sociedade atual, o corpo é visto muito mais como aquilo que se tem do que como aquilo que se é, ou seja, como um corpo capital (GOLDEBERG, 2007), um produto ou um *corpo-molde* a ser copiado e almejado. Nas sociedades ocidentais, esta separação se desdobra em muitas outras, sempre afirmando que o pensamento é algo infinito e inteligente, enquanto o corpo é finito e ignorante (SANT'ANNA, 2001).

As mulheres, em especial as modelos, passam a ser o espectador e o espetáculo, o espelho e o reflexo, o palco e o público. Julgam a si mesmas e se tornam suas próprias críticas. O automonitoramento privado induz ao controle dos corpos, gerando um paradoxo do corpo tangível ao corpo intangível, marcando a relação do ser com o corpo.

As jovens modelos que abraçam o desejo de um “corpo perfeito” carregam consigo a função de ser espelho, refletindo uma imagem corporal destoante, que faz parte da minoria da sociedade. Essa imagem é acessada a partir das redes sociais, mídias impressas (como revistas e *outdoors*) e se faz presente no inconsciente da memória fotográfica humana, de modo que

² O percurso para chegar a uma agência de modelos se resumiu, inicialmente, a portas trancadas, telefones não atendidos e e-mails não respondidos, até que uma agência com histórico de 20 anos de atuação no mercado abraçou o projeto, tornando possível o estudo sobre o desenho do corpo de modelos. Assim, encontrado o lócus, a pesquisa foi iniciada.

gera insatisfações com o próprio corpo, tanto da parte das modelos quanto de muitas leitoras que consomem o ideal de um *corpo-molde*.

Frequentemente, os meios de comunicação expressam o corpo na moda e o corpo de modelo com suas representações e repercussões na sociedade. No ano de 2015, na Rede Globo de Televisão, foi apresentada a novela *Verdades Secretas*, na qual foram retratadas a carreira e a vida das modelos, bem como questões que envolvem o corpo na moda.

Da rede nacional às redes internacionais, *realities shows* são criados em forma de concursos de modelos na tentativa de escolher uma garota para ser o molde corporal e o modelo de beleza dos veículos de comunicação. É o que acontece, por exemplo, no programa *America's Next Top Model*, idealizado pela modelo Tyra Banks e transmitido pela emissora Sony Entertainment Television (Estados Unidos), e também no quadro *Menina Fantástica*, exibido no programa Fantástico, da Rede Globo.

Logo, o corpo de modelo no contexto da moda se caracteriza como um assunto que atrai o interesse do público feminino. O tema corpo-modelo na contemporaneidade aparece apresentando outros desdobramentos culturais que são inerentes à sociedade vigente. A procura pela imagem corpórea ideal gera uma linha tênue entre frustrações, transtornos e percepções corporais, sobretudo de jovens modelos que trabalham com o corpo na busca da aceitabilidade para os trabalhos de comunicação e moda. Com isso, há casos em que a preocupação estética acaba por superar a preocupação com a saúde (SANT'ANNA, 2000).

É importante reconhecer as pesquisas já feitas no Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade desta instituição por outros pesquisadores que desbravaram caminhos afins na área da moda e também da imagem feminina e suas representações, como foi o caso do pesquisador Jailson Santos (2009), que se debruçou sobre o campo da aparência e a expressividade cultural do desenho da moda. Já a estilista Carol Barreto (2008) pesquisou sobre a temática da moda, o redesenho e a construção da aparência dos *travestis* de Salvador através da cultura e expressão sexual.

Este trabalho difere dos citados pela interface entre a imagem, o corpo, modelos e o território da moda, tendo como público-alvo o sexo feminino, interligando áreas como a comunicação e a cultura, além de pautar aspectos sociais. No que se refere aos corpos e suas tangentes de estudos, como a arte, a história e a ciência, foram consultados autores como Denise Bernuzzi de Sant'anna (2014), Lígia Amparo (2006), David Le Breton (1992) e Luís Vitor Castro Júnior (2014).

Sobre moda, cultura e modelos, a pesquisa inspirou-se em autores como Daniela Schmitz (2013), Renata Pitombo (2013), Roland Barthes (1980), Gilles Lipovetsky (1987),

Lara Virgínia Saraiva Palmeira (2013), Maria Claudia Bonadio (2004) e Fabiana Jordão Martinez (2009), a fim de contemplar a amplitude dos corpos de modelos.

Para a construção de uma pesquisa voltada à análise qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, foi preciso adentrar o universo de significados produzidos pelas modelos, suas crenças e valores, descrevendo as características dessa amostra escolhida e suas relações com variáveis observadas. A presente dissertação propõe relatar essa história estruturada em três capítulos.

O primeiro capítulo enfoca o caminho metodológico e a busca desse corpo no campo de pesquisa, que foi construído pelas narrativas orais, com a técnica narrativa-visual³ de entrevistas semiestruturadas. Constituiu-se, então, uma caixinha de surpresas, estruturando-se o *corpus* do estudo e as suas ferramentas de análises, como as fotografias. As narrativas captadas traçam a relação das modelos com seus corpos, sua percepção corporal.

O segundo capítulo é voltado para as narrativas da percepção corporal das modelos, bem como suas fotos e a construção destes corpos através do *corpo-encaixe* e *corpo-molde*. Trata dos aspectos corporais na contemporaneidade e dos aspectos culturais dos corpos das modelos, que são o alicerce desta pesquisa, e traz as bases teóricas que sustentam e respaldam o estudo, traçando um panorama na comunicação, na sociologia, na arte, na antropologia e na psicologia.

No terceiro capítulo, realiza-se uma análise das tabelas com narrativas e fotos, no questionamento do corpo percebido frente ao corpo atual e a projeção das imagens dos corpos das modelos, com os quadros de análises resultantes da aplicação da técnica narrativa-visual e a interpretação dos dados obtidos por meio das entrevistas semiestruturadas.

Ainda nesse capítulo, discute-se acerca dos corpos das modelos, indo-se das inquietações às aquietações sobre a problemática suscitada. A desafiadora missão de entender e desvendar caminhos poucos trilhados é regada por um desejo de se aprofundar nos efeitos do enquadramento dos corpos no campo escolhido. Por isso, estruturou-se também uma análise relativa ao quadril, sobre suas medidas e complexidades.

Propõe-se, neste território de incertezas, mas também de descobertas, decodificar o corpo projetado na imagem, de um corpo frutífero para a concepção de novos sentidos. Como todo carnaval tem seu fim, esta prazerosa aventura de investigação dará pausa nas

³ Para análise de dados, foi preciso construir os próprios procedimentos metodológicos, devido à necessidade de atender às exigências do problema frente ao objeto de pesquisa. Assim, foram estabelecidas tabelas com as narrativas e as fotografias das modelos para que as percepções obtidas fossem analisadas.

considerações finais, marcando, ao mesmo tempo, o começo de outros questionamentos viáveis sobre os corpos de modelos.

1 CAIXINHA DE SURPRESAS

Pesquisar o corpo é aceitar o desafio de trilhar campos minados, regiões incertas e surpreendentes. A escolha do objeto de pesquisa se entrelaça com a difícil tarefa de fazer os primeiros percursos de um caminho desconhecido. Caminhando no escuro, aos poucos, a pesquisa foi ganhando forma, na busca pela cidade, pelo local, pelas pessoas e pela produção do objeto de estudo, através de uma sintonia que pudesse traduzir os símbolos e os códigos traçados no projeto.

A escolha da cidade de Salvador se deu porque a capital baiana configura um dos principais centros da região Nordeste de exportação de profissionais modelos para as capitais da moda. A cidade é marcada por corpos curvilíneos de diversos grupos étnicos, expressados na arte de Carybé, na música de Caetano Veloso e na literatura de Jorge Amado. Reúne jovens de regiões circunvizinhas que aspiram ao sonho de se tornar modelos.

Salvador tem exportado sua imagem de cidade histórica, cidade hedônica, cidade da cultura negra e de outros ícones, construção mágica da Bahia (AMPARO, 2008). Tem vendido seu carnaval e seus produtos, incluindo modelos como Adriana Lima e Marina Nery, que hoje se destacam na Europa, mais até do que no Brasil.

Longe de terem longos cabelos loiros e lisos, as modelos da Bahia possuem características evidentemente regionais. Para João Henrique, *manager* da Joy Models, a popularidade das baianas no mundo *fashion* se deve justamente à “beleza realista, porém única” de seus rostos, além da personalidade e determinação que demonstram (VILLARPANDO, 2013).

O início da pesquisa se deu com a coleta de depoimentos junto ao dono e aos funcionários da agência de modelos (pelas entrevistas semiestruturadas, cujo roteiro segue anexado) e em dados na internet, aliada à consulta bibliográfica. Diante dos relatos coletados, foi possível descobrir a história de modelos baianas que fizeram e fazem sucesso na profissão e que hoje trilham sua carreira no âmbito nacional e no exterior, como as já mencionadas Adriana Lima e Marina Nery, Beatriz Santana, Simone Carvalho, Mariana Santana, Suzana e Suzane Massena, Elen Santiago, entre outras.

Esta pesquisa se caracteriza como qualitativa, pois dá relevo às relações humanas e aos fenômenos por elas estabelecidos, conforme Minayo (1994). Foi escolhido um número mais restrito da amostra para que fosse possível adentrar todos os fatores tangíveis ao objeto. O grupo participante da pesquisa foi composto por quatro modelos do sexo feminino com idade de 14 a 19 anos. A amostra seguiu os parâmetros de construção de dados e, posteriormente, da

análise de todas as narrativas, com o objetivo de compreender a percepção corporal das modelos através da entrevista semiestruturada⁴ – a metodologia concebida pela autora, a narrativa-visual.

A pesquisa exploratória é aquela que, a partir de seu objetivo, direciona as buscas, familiarizando o pesquisador com o assunto, oportunizando a formulação de problemas e de hipóteses, utilizando-se a literatura como apoio (GIL, 2002). Sendo assim, o presente trabalho, a partir do objeto de estudo “corpo de modelo”, projetou-se para o campo de pesquisa, a agência de modelos, construindo a população de estudo e explorando a conjuntura em questão.

A parte exploratória da pesquisa se deu por meio de encontros e de reuniões com as modelos, o que possibilitou a aproximação delas e do tema proposto. A análise se constituiu por intermédio dos seguintes parâmetros metodológicos: as narrativas proferidas nas entrevistas e a imagem visual da fotografia corporal projetando os corpos das modelos e as medidas corporais determinadas através deles.

A metodologia da história oral se dedica a estabelecer técnicas e procedimentos de coleta, registro, salvaguarda, controle e estudo das fontes orais ou informações registradas pelo pesquisador junto aos atores sociais que disponibilizam interpretações dos acontecimentos vivenciados. Além de possibilitar a localização e a identificação de outras fontes que assimilam a ação humana no seu fazer histórico, como: fotografias, quadros, cartas, objetivos especiais, lugares, entre outros registros (CRUZ ET AL., 2005).

MEIHY (1996, p. 7) define a história oral como:

Um conjunto de procedimentos que vão desde o planejamento do projeto, a definição da colônia ou amostra, a eleição das redes, o estabelecimento de uma pergunta de corte, e a elaboração das entrevistas, a feitura dos textos e a devida guarda, a conferência e a devolução do documento a comunidade que a gerou.

A pesquisa descritiva busca caracterizar populações, fenômenos ou amostras, bem como as relações entre as variáveis observadas. Comumente, assume a forma de levantamento (SEVERINO, 2005). Assim, junto à história oral, esta pesquisa descreve as modelos e seus corpos, caracterizando suas interfaces sociais, locais e culturais.

⁴ A entrevista semiestruturada consiste na flexibilização no momento da entrevista, no qual o pesquisador embora se baseie em um roteiro, tem flexibilidade diante da dinâmica entre entrevistador e a entrevistada.

As entrevistas serviram como bússola para conduzir a pesquisa, que foi desenvolvida com apoio da revisão de literatura, a partir de livros, monografias, teses e artigos científicos publicados na internet, bem como os arquivos do grupo de estudos, pesquisa e extensão Artes do Corpo, do qual a pesquisadora faz parte, cujo foco é o corpo como memória, imagem e imaginário.

Resgatando-se o conteúdo tangível sobre o corpo, padrão estético e profissionais modelos, foram usados descritores como imagem corporal, modelos, padrão estético, corpo e moda. O norteamento das buscas ocorreu em bancos de dados como Scielo, Medline, entre outros, compondo-se o banco teórico de artigos, dissertações e teses.

A escolha da população de modelos dentro do campo de pesquisa se pautou no critério de elegibilidade das experiências dos corpos como modelos. Foi pautado na experiência com desfiles e com outros trabalhos de moda, pois, a cada um deles, novas experiências corporais são estabelecidas.

Com esse intuito, foi feita uma entrevista de seleção e a pesquisadora escolheu as candidatas que mais se enquadravam nos critérios eleitos. A fim de preservar o anonimato das participantes, seus nomes não são divulgados – elas aparecem aqui chamadas de modelos A, B, C e D. A delimitação da faixa etária (14 a 19 anos) foi necessária, bem como o critério de elegibilidade, para fechar a população escolhida.

Definidas e selecionadas as quatro modelos, a agência entrou em contato via telefone e e-mail, avisando sobre a aprovação para participação na pesquisa. Foi marcado um encontro com a pesquisadora, e as modelos menores de idade foram acompanhadas dos pais ou responsáveis. Em forma de reunião e palestra, fez-se o convite, explicitando todo o processo da pesquisa e procedendo à entrega do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, confirmando a presença das que aceitaram participar.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido foi proposto para transmitir clareza acerca dos temas abordados, que foram especificados de modo a facilitar o entendimento por parte dos pais, no caso das menores de idade; com o termo de assentimento, e o termo de consentimento para as modelos maiores de idade. Providenciou-se o documento adequado para cada situação específica, com critério de ser assinado pessoalmente para que se fosse possível esclarecer as dúvidas. O processo da pesquisa se identifica pelo número 50996115.0.0000.0053 no Comitê de Ética da Universidade Estadual de Feira de Santana.

Foram feitas reuniões posteriores nos dias de aulas da agência de modelos, na tentativa de interação da amostra. Discutiu-se sobre a profissão de modelo, os padrões estéticos, valores culturais, imagem corporal, mídia, moda, saúde, alimentação e nutrição. Após o ciclo

de interações, foram agendadas as entrevistas e fotos. Com a desistência de algumas modelos e foram feitas as devidas substituições, obedecendo às mesmas características dos critérios de elegibilidade.

Em troca da disponibilidade das entrevistas, com temáticas previamente elaboradas pela autora, realizou-se uma orientação nutricional individual, além de palestras sobre imagem corporal e hábitos saudáveis, com o objetivo de fornecer suporte às modelos envolvidas na pesquisa, promovendo a saúde e o bem-estar. O registro das entrevistas foi resguardado em um cartão de memória, assim como as imagens fotográficas. Este material foi transferido para uma mídia onde ficam registrados com segurança, pois na fala das modelos existem gestos, expressões e entonações, bem como pausas, que revelam suas ideias e pensamentos, que muito contribuíram na decodificação dos dados.

Sendo o momento da entrevista uma forma de interação social, ainda que com regras próprias, ele é também propiciador do desenvolvimento humano que, mediado pela cultura, produz um processo vivo de materialização do discurso, fruto de uma postura dialógica e temporal. No processo interativo, a entrevista sempre reserva surpresas para o pesquisador (BORGES ET AL., 2008). No estudo com as modelos, a entrevista se constituiu de surpresas, ao mesmo tempo se tornando uma bússola para nortear a pesquisa. Foi um processo restrito entre a pesquisadora e as modelos.

Na transcrição, foi preservado o máximo de características, como interrupções, repetições, quebras de sequência, expressões e entonações, de modo a ampliar a compreensão das narrativas orais das entrevistadas. A fotografia foi um recurso visual que aumentou as possibilidades interpretativas das narrativas.

As entrevistas possibilitaram a construção da pesquisa, que foi transcrita pela pesquisadora para usufruto dos dados. As modelos contaram suas histórias e sua percepção corporal no tocante ao sonho de ser modelo profissional e aos anseios ocultados, que se projetam por meio de uma imagem corporal articulada para atingir o padrão estético das passarelas.

As narrativas das entrevistas duraram, em média, uma hora, e as fotografias foram feitas logo após pela fotógrafa da agência, com o acompanhamento e direcionamento da pesquisadora. Recomendou-se que as modelos usassem biquíni branco ou preto para padronizar as imagens e facilitar a análise.

As gravações das entrevistas foram feitas por uma profissional que permaneceu na sala de forma discreta, para não interferir nos resultados. Todo o material foi guardado em sigilo

pela pesquisadora, a fim de que ela mesma fizesse as audições, transcrições e todas as análises necessárias para a construção do banco de dados da pesquisa.

Com auxílio das fontes bibliográficas, pautou-se uma reflexão sobre o tema abordado e, a partir disso, uma investigação. Sendo o padrão estético corporal envolto e construído na imagem visual através de registros fotográficos, faz-se necessário o uso da fotografia também como forma técnico-metodológica de registro corporal das modelos estudadas.

A fotografia contribui de forma significativa à pesquisa, em forma de *feedback*, tornando o objeto imagetivamente visível. O registro fotográfico proporciona a captura de significações que vão além da imagem, como sentidos e emoções. Para toda foto, há uma história e uma interpretação. Cada pessoa que a vê a interpreta de acordo com seus processos intrínsecos, culturais, sociais, suas crenças e seus valores (BARTHES, 1984).

A metodologia de análise de dados foi construída para atender à necessidade de interpretar os resultados obtidos no campo de pesquisa. Para interpretar e decodificar as narrativas e a imagem corporal das modelos, foi instituído um método de análise chamado narrativa-visual, criado pela pesquisadora por meio de tabelas que cruzam as narrativas obtidas das entrevistas semiestruturadas, com a imagem corporal das modelos.

As tabelas facilitaram a interpretação dos dados e a associação dos dados empíricos ao aprofundamento dos dados científicos, intercalando as narrativas com imagens corporais das fotografias. Dessa forma, o método de análise narrativa-visual atendeu às exigências do problema/objeto do estudo. A seguir, tem-se o modelo da estrutura usada para elucidar os dados encontrados.

Quadro de análise dos dados sobre a imagem corporal das modelos:

QUESTÕES QUE ENVOLVEM A IMAGEM CORPORAL PROFERIDA NAS NARRATIVAS
<ul style="list-style-type: none"> • Coluna composta pelas narrativas sobre a percepção da imagem corporal das modelos. • Critérios de análises sobre a satisfação corporal, suas medidas corporais e sua referência de corpo ideal.
CORPO DA MODELO PROJETADO NA IMAGEM FOTOGRÁFICA
<ul style="list-style-type: none"> • A coluna composta pela fotografia dos corpos das modelos com o objetivo de intercalar as questões corporais das modelos presentes nas narrativas com as imagens de seus corpos.

Fonte: a autora (2016)

Para análise do quadril (tendo em vista as evidências nas narrativas), fez-se a avaliação de medidas (antropométrica) das modelos. Seguindo o método de análise de dados construído pela autora, foi utilizada uma tabela com os dados das medidas coletadas na pesquisa. Na agência é feita a aferição da medida do quadril e da altura com uma fita inadequada (fita métrica de molde de costura).

A avaliação de medidas (antropométrica) foi feita com objetivo de analisar o corpo das modelos para obter os dados e parâmetros corretos das medidas exigidas pelas agências. Os dados antropométricos foram obtidos com o propósito de correlacionar ao grau de satisfação e à percepção da imagem corporal das modelos (PALMA ET AL., 2009).

Quadro de análise dos corpos das modelos:

FOTOGRAFIA CORPORAL DAS MODELOS	MEDIDA DO QUADRIL Mínimo: 86 cm – Máximo: 90 cm (centímetros)	ALTURA Máximo: 1,75 m (metro)	SATISFAÇÃO CORPORAL
MODELO A			
MODELO B			
MODELO C			
MODELO D			

Fonte: a autora (2016)

A proposta dessa tabela foi fazer um paralelo da imagem corporal das modelos com as medidas feitas pela pesquisadora, para que o leitor pudesse visualizar a imagem destas, contextualizando a análise do quadril e as medidas cobradas pela agência frente à satisfação corporal das modelos.

Em adolescentes, a avaliação antropométrica se dá por índices derivados das medidas de crescimento, como o índice de massa corporal (IMC) por idade, definindo pontos de cortes que classificam o indivíduo de acordo com seu estado nutricional, conforme a Organização Mundial de Saúde (OMS), através de percentis nas curvas. No caso desta pesquisa, utilizou-se

apenas as medidas aferidas da altura e do quadril para correlacionar com os dados referentes a satisfação corporal (PALMA ET AL., 2009).

1.1 Contexto das entrevistas das modelos através das narrativas orais

Construir uma história de modelos através de suas falas por vezes descontínuas, muitas vezes breves, outras longas, de corpos falantes e corpos silenciosos, imersos em um universo de *glamour* e sonho, carregado de ofícios, metas, medidas, dificuldades, anseios e dúvidas, não foi um trabalho fácil dentro dos parâmetros acadêmicos requisitados.

A entrevista semiestruturada teve o tempo estabelecido de cerca de 60 minutos para cada modelo entrevistada, no local da agência, o que criou um ambiente confortável e confiável para as fontes. Preparou-se um roteiro que incluía questões sobre condição socioeconômica, escolaridade, percepção e satisfação corporal, conhecimento das exigências às modelos, estratégias para perder ou ganhar peso, entre outras.

Cruz (1996) ressalta alguns critérios sobre a história oral, como o difícil domínio das entrevistas, o nível de preocupação, de investigação das perguntas e o critério de amostragem utilizado pelo pesquisador. No caso desta pesquisa, as modelos foram selecionadas por critérios de elegibilidade já citados, como o de ter experiência no mundo da moda e o de possuir capacidade satisfatória de tipificação dos processos históricos em estudo.

A profissão de modelo é uma carreira que se inicia na adolescência, fase marcada por transformações fisiológicas, hormonais, sociais e corporais, na qual se exige muito mais do que talento. Na idade em que o corpo quer vivenciar prazer e liberdade, *fast food* e comida industrializada, enfrentar um estilo de vida de treinos e dietas rígidas impostas pelas agências nem sempre resulta em sucesso.

As histórias das modelos são traçadas por uma relação profunda com o corpo. Nas seletivas para a agência, elas expõem seus corpos em filas, esperando a determinação das medidas. Meninas que mal saíram da infância precisam ter avidez, equilíbrio, desenvoltura em sapatos de salto alto e domínio do corpo. São garotas que, muitas vezes, não passaram ainda pela fase menstrual, corpos de crianças sendo despertados para a sexualidade e para a exibição da imagem.

As narrativas orais, por meio das entrevistas, ajudaram a compreender como as modelos pensam e agem. Trouxeram suas falas complexas e antagônicas sobre suas imagens corporais dentro do mundo da moda vigente, contrapondo-as com os outros dados coletados, como as fotografias de seus corpos.

1.2 O corpo de modelo visível na imagem fotográfica

A escolha do trabalho com fotografias levou em consideração as possibilidades de novas reflexões sobre os objetos de estudo, novas perspectivas de análises, novas realidades, muitas vezes silenciadas nas narrativas das entrevistas. A fotografia possibilitou ver os corpos das modelos sob uma perspectiva realista, registrando concepções para a construção de outros aprendizados e relações entre os significados da pesquisa.

Considera-se a fotografia uma fonte histórica, um método de coleta e análise transdisciplinar. Reveladora das imagens projetadas em capturas da realidade, a fotografia foi marcada por polêmicas ligadas aos seus usos e funções em conflito com o secular desenho manualmente projetado por artistas. A tecnologia trouxe à atualidade a chegada de programas como o Photoshop, capaz de alterar a realidade capturada pela imagem fotográfica, modificando a imagem dos corpos para massificação na mídia (FERREIRA, 2007).

Corpos retratados pela imagem fotográfica passaram a ser registros que se perpetuam no tempo para identificar culturas e modos de uma sociedade dentro do seu tempo histórico. Como prova metodológica, a fotografia se caracteriza como documento, proporcionando a análise de uma constatação do “real”, mas que requer cuidado sobre o olhar de quem julga, enquadra e interpreta (MAUAD, 2013).

Quotidianamente, são consumidas imagens fotográficas em jornais e revistas que, com seu poder de comunicação, se tornam emblemas de acontecimentos, propagando imagem de corpos. Com as revistas de moda, as fotografias se instauraram como elemento de fundamental importância para o mercado da comunicação, do corpo e da imagem de modelos. Corpos foram e são exaltados em massa através das imagens capturadas pelas câmeras fotográficas.

As imagens se caracterizam como fontes históricas, que dependem das variáveis técnicas e estéticas de seu contexto histórico. Nesse sentido, as fotografias guardam, na sua superfície sensível, a marca indefectível do passado que as produziu e consumiu (MAUAD, 2013).

Nesta pesquisa, o uso de fotografias se estabeleceu como uma ferramenta importante à construção dos dados e afloramento dos questionamentos científicos.

A câmera utilizada para capturar as imagens corporais o modelo D3200 da marca Nikon. As imagens foram capturadas no estúdio da própria agência. Abaixo, como exemplo, podem ser vistas três fotografias de uma modelo.



Figura 1– Fotografias do corpo de uma modelo
Fonte: Agência Model Club (2016)

2 CONTEXTOS DOS CORPOS DE MODELOS

2.1 O corpo feminino na contemporaneidade

Objetivado como ideal de completude e perfeição, conforme veiculado na contemporaneidade, “[...] o corpo parece servir de forma privilegiada, por intermédio da valorização da magreza, da boa forma e da saúde perfeita, como estandarte de uma vida baseada na linearidade anestesiada dos ideais” (FERNANDES, 2005, p. 13).

O corpo, num contexto histórico, pode ser identificado como elemento que representa a saúde, a eugenia, a repulsa, a força, o belo. O tempo fez com que a beleza e a juventude se associassem ao corpo, levando as pessoas a cultuá-lo das mais diversas formas. Os modismos reforçaram esse culto, fazendo com que o indivíduo buscasse a dita melhor aparência, não raro, através do vestuário, dos cabelos, da cor das unhas ou da forma física, permitindo que a sociedade, em suas imposições, determinasse o “bom e certo” para todos (SANT’ANNA, 2001).

Para a Medicina, o corpo é caracterizado como biológico, orgânico e carnal. Na Psicologia e na Sociologia, caracteriza-se como afetivo e simbólico, ou seja, entende-se que o corpo humano só é corpo porque vive social e intersubjetivamente calcado na linguagem e nos afetos.

Ao mergulhar em culturas diversas e voltar o olhar para o corpo, é possível perceber que, imerso na cultura local de uma sociedade, o corpo traduz os signos, incorpora rituais, e crenças, revela e expõe vestimentas e adornos, projetando-se em uma estrutura simbólica que manifesta imagens corporais que codificam uma sociedade. Como um protótipo, atende aos valores sociais em voga com o objetivo de revelar os preceitos e parâmetros que se tem como lei e alicerce do indivíduo no seu círculo social, o que inquieta a redundância do corpo projetada na sociedade e para a sociedade, na busca de atender às necessidades, anseios e desejos do meio (VILLAÇA, 2008).

Assim, o corpo se constitui em objeto de desejo carregado de significados, muitas vezes fonte de renda, a exemplo da profissão de modelo, e em campo de estudo. As encenações propostas pelo mercado da moda, aliadas à mídia, vendem seus produtos graças à influência de um corpo produzido, um corpo acessório de moda ou um corpo cabide, como um corpo que se molda à moda (LORENSONI ET AL., 2010).

Palco de provocações de múltiplas subjetividades e questionamentos pessoais, o corpo revela e afirma transformações dos indivíduos no desejo insaciável de autorrealização. Este

indivíduo busca uma verdade sobre si mesmo, sobre as insatisfações que a sociedade desperta, sobre a percepção imagética do próprio corpo.

Ao se fazer uma cronologia do corpo feminino, percebe-se como a era vigente se alicerça no corpo, na sua metamorfose e na busca da perfeição estética. O culto ao corpo, embora não seja exigência, se tornou uma verdadeira obsessão, transformando-se em um estilo de vida para uma parte significativa da sociedade. Em profissões que têm o corpo como centro e são alvos da mídia, a exemplo das de modelo e atriz, a beleza caracteriza-se como triunfo de fama e poder (GOLDENBERG, 2005).

Os padrões estéticos corporais femininos são construções socioculturais que não podem ser examinadas sem os devidos referenciais de tempo e de espaço. Assim, a imagem corporal desejada pelas mulheres pode variar com o período histórico de referência, mas a existência de um ideal a ser perseguido pelo público feminino é algo que se faz constante ao longo dos séculos (SCAGLIUSI; LOURENÇO, 2001).

Por outro lado, cabe destacar a abordagem que Lipovetsky (2000) faz em sua obra *A terceira mulher*, ressaltando que a mídia – inclusive as revistas femininas – não tem o poder maléfico que por vezes lhe é associada⁵. Segundo o autor, apesar da repercussão de padrões, a mídia caracteriza-se igualmente por uma obra de valorização da individualidade e da personalidade que leva as mulheres “a tomar as próprias rédeas”, a lutar contra a negligência física, a afirmar-se como sujeitos perante o corpo e a fatalidade do tempo. Nesse contexto, a época triunfante da autoglorificação estética ficou para trás: o pluralismo estético representa mais o futuro da imprensa feminina do que a erradicação das diferenças e a homogeneização da beleza.

Neste trabalho, que tem como base modelos e a moda, abordando o viés da imagem na comunicação, é necessário salientar a outra “face da moeda” da mídia, com os conceitos de Lipovetsky (2000). Para ele, a mídia menos produz o desejo feminino de beleza do que o exprime e intensifica. Sem deixar de lado a ideia do poder de conformação estética da mídia feminina, é importante negar que as leitoras de revistas se assemelham sistematicamente a seres passivos, conformistas e desvalorizados na imagem que têm de si.

Frente ao estudo do corpo feminino, portanto, torna-se primordial ter em conta os conceitos de Lipovetsky sobre a mulher. Para ele, a primeira mulher era “demonizada” quando sedutora, de um lado, desprezada e depreciada, porque alienada das funções ditas

⁵ Por volta dos anos de 1960, as revistas levaram a culpa de submeter mulheres ao consumismo, de intensificar suas fragilidades e angústias ao disseminarem imagens femininas bem sucedidas e reforçar o estereótipo de mulher superficial vinculada apenas à sua aparência.

nobres, porém masculinas. A segunda mulher, por sua vez, era adulada, idealizada, instalada num trono, mas ainda subordinada ao homem, pensada por ele, definida em relação a ele. Apesar de marcar uma inegável ruptura histórica, a terceira mulher não faz tabula rasa do passado. Trata-se de um novo modelo que comanda o lugar e destino social do feminino e que se caracteriza por sua maior autonomia em relação à influência tradicional exercida pelos homens sobre as definições e significações imaginário-sociais das mulheres. Em traços sintéticos, os dispositivos que constroem o modelo da terceira mulher são a desvitalização do ideal da mulher no lar, a legitimidade dos estudos e dos trabalhos femininos, o direito do voto, o descasamento, a liberdade sexual, o controle da procriação: manifestações do acesso das mulheres à inteira disposição de si, em todas as esferas da existência.

Para Lipovetsky (2002, p. 5) as mulheres continuam submetidas à ditadura da aparência:

O vestuário foi substituído pela ditadura da magreza e da juventude. A ansiedade que domina as mulheres quando estão gordas ou com celulite mostra essa tirania. Antes, as filhas sonhavam em se parecer com suas mães, queriam usar roupas parecidas. Hoje, acontece exatamente o contrário, as mães é que desejam ter a aparência mais jovem. Estar em forma e não envelhecer é a obsessão número um de hoje.

O corpo passou a ter outro valor na sociedade democrática e tecnológica, que recusa a submissão ao destino. Na sociedade tradicional, a beleza era considerada um dom. Se não se nascia belo, restava a resignação. Agora, num universo individualista, o que dá grandeza ao indivíduo é não se acomodar, podendo-se lutar ou pagar para ser “belo”, a partir de cirurgias, dietas e outros procedimentos. Paradoxalmente, ao mesmo tempo que há imposições, o indivíduo termina por tomar posse do próprio corpo. A chamada tirania da beleza pode ser opressora, mas permite que a mulher mantenha por mais tempo a juventude e a sensualidade (LIPOVETSKY, 2002).

Em paralelo com os demais autores, neste estudo veremos como esses três tipos de mulheres discorrem no tempo. De acordo com Sant’anna (2000), com o avanço da ciência e da tecnologia no século XX e início do século XXI, tudo o que era tido como objeto e artifício, a exemplo dos espartilhos, para tentar alcançar os padrões da época, avançaram da *vintage* penteadeira feminina para produtos farmacêuticos, suplementos alimentares e cirurgias plásticas modeladoras propagadas na mídia, revistas e toda a rede de comunicações.

Retornando-se ao passado, pode-se supor que aqueles corpos pintados em quadros naturalistas, ou mesmo renascentistas, permeados por detalhes e formas livres, seriam

certamente reconstruídos através dos traços dos bisturis nas cirurgias plásticas. Em uma analogia do tempo, é fácil perceber como a imagem do corpo feminino se estrutura a cada década, sendo influenciado por fatores econômicos, políticos e culturais.

Segundo Umberto Eco (2014), na Grécia Antiga o símbolo de um corpo forte de um guerreiro era expresso nas esculturas, desde a simetria e medida em partes⁶. Já no período de ascensão de Atenas como potência militar, econômica e cultural, as práticas como dança e circo repercutiram em um corpo mais filosófico e prático (GARRINI, 2007).

Em sua obra, Eco (2014) também discorre sobre marcos da história da beleza, sendo que do século XII ao século XIII a beleza feminina transitou da mulher pastorinha à medieval, à beleza espiritualizada. A mulher angelical era retratada como via de salvação e meio de elevação a Deus.

Em meados do século XV e XVI na Renascença, o corpo farto ganha espaço como padrão estético e ideal de beleza. Um corpo marcado por seios grandes e ancas largas, transmitindo a fertilidade como potencial da mulher, era retratado em quadros e ilustrações como admiração ao belo da época⁷ (GARRINI, 2007). Já nos séculos XVI e XVII, a imagem do corpo feminino passou por uma transformação progressiva, a mulher voltou-se às vestimentas e tornou-se dona de casa, educadora, administradora (ECO, 2014).

Como cenário, a Primeira Guerra Mundial, no período da Idade Moderna, valorizou a razão e a ciência. Como comunicação de massa, o rádio era o grande veículo, exercendo influência sobre a aparência das pessoas, no sentido de propagar um corpo mais funcional e prático. Também nessa época, a feminilidade expressava-se através da pele alva, dos olhos profundos, esfumados de negro, do corpo miúdo e roliço, remetendo às bonecas de louça da década de 1910 (GARRINI, 2007).

Em 1920, depois de enfrentar a Primeira Guerra Mundial e a recessão do luxo, as mulheres passaram a esconder as formas do corpo em roupas com cortes retos e cabelos curtos, imperando um perfil esguio, longilíneo, masculino e magro. Tinha-se a chamada androginia – segundo Eco (2014), formas de donzelas de ancas pouco desenvolvidas e talhe esguio.

⁶ O ideal de proporção e simetria do corpo humano tem nascimento na Grécia Antiga, onde os ideais de beleza se pautavam na harmonia de contrastes. O corpo belo, da Antiguidade à Idade Média, era o corpo métrico, proporcional, pois tudo se resumia a uma proporção numérica (ECO, 2014). Não diferente do atual corpo de modelo, que se resume em medidas.

⁷ O corpo feminino pintado por artistas como Leonardo Da Vinci é o corpo proveniente de uma beleza imitada junto à natureza, mas criada como novidade do artista. Eco (2014, p. 184) destaca: “A beleza supra-sensível do corpo feminino como a realidade que imita a natureza sem dela ser um mero espelho”.

As curvas generosas foram substituídas por um corpo mais longilíneo e ágil. A entrada da mulher no mercado de trabalho mudou definitivamente sua imagem corporal, sendo esta marcada pelo terninho proposto pela estilista Coco Chanel. Lipovetsky (2000) propõe que um formato corporal magro foi largamente aceito, adotado e buscado pelas próprias mulheres como uma libertação de um corpo relegado à função definida como a maior de sua existência: a maternidade.

Segundo Ullmann (2004, p. 94), a mulher começou a refletir uma imagem masculinizada, substituindo a típica feminilidade da aparência por traços retos e ausência de curvas: “Transgressora e atrevida, a mulher cortou o cabelo, passou a fumar em público e exibiu uma silhueta sem curvas em vestidos de corte reto e folgado”.

O padrão feminino que se tinha em plena segunda guerra mundial era o europeu, de mulheres magras. Porém, na década de 1940, percebeu-se a pluralidade do corpo feminino, as mulheres tornaram-se extremamente sedutoras. Atrizes de cinema viraram referência, como Rita Hayworth, refletindo o símbolo da beleza feminina americana (GARRINI, 2007).

Foi então surgindo o padrão de beleza da boneca Barbie: esguia, de pernas compridas e quadris estreitos. Isso, aliado à mídia dos corpos perfeitos, à explosão das academias de ginástica e ao avanço da medicina em favor da estética, que instituiu o corpo perfeito como desejo para boa parte das mulheres na sociedade. A imagem da Barbie é associada ao padrão de beleza das modelos, uma boneca que conseguiu atravessar décadas sem mostrar as marcas do tempo (ROVERI, 2008).

O período dos anos de 1950 foi marcado pela explosão da mídia e da publicidade com o desenvolvimento do cinema e da televisão. Nessa época pós Segunda Guerra Mundial, a democratização da moda fez repercutir um novo comportamento social no que tange ao corpo, enfatizando os cuidados pessoais estimulados para a visibilidade da imagem corporal com foco em vendas de produtos e imagens comerciais (CASTRO, 2007).

Marilyn Monroe, na década de 1950, marcou a sexualidade feminina como símbolo de desejo e consumo. As formas pequenas e bem delineadas de atrizes como Audrey Hepburn ganharam destaque no filme intitulado *Bonequinha de luxo*. Hepburn se tornou, em época, alvo do desejo dos telespectadores, projetando uma imagem de luxo, beleza e poder, com características marcantes como elegância, magreza, corpo esguio e longilíneo, com cinturas marcadas: as chamadas “cinturas de pilão” (GARRINI, 2007).

De acordo com Le Breton (2009, p. 9):

No final dos anos de 1960, a crise da legitimidade das modalidades físicas da relação com o homem com os outros e com o mundo amplia-se consideravelmente com o feminismo, a “revolução sexual”, a expressão corporal, o *body art*, a crítica do esporte, a emergência de novas terapias, proclamando bem alto a ambição de se associar somente ao corpo, etc. Um novo imaginário do corpo, luxuriante, invade a sociedade, nenhuma região da prática social sai ilesa das reivindicações que se desenvolve na crítica da condição corporal dos atores.

Para Castro (2007, p. 25), “[...] em 1960, a revolução sexual, o movimento feminista, junto com o *hippie* teriam concebido o corpo como *locus* de transgressão no contexto de contestação que marca esse período”. Nesse momento, também aconteceu a consolidação de uma cultura juvenil, causando o surgimento de um potencial mercado consumidor. O “ser jovem”, adotar um “estilo jovem”, tornou-se imperativo nessa sociedade, em que o processo de envelhecimento deveria ser escamoteado, evitado e negado.

Segundo Garrini (2007), a década de 1960 foi marcada na moda pela modelo inglesa Lesley Hornby, também conhecida como Twiggy, que em português significa *galho seco*, representando um novo padrão de beleza: extremamente jovem e magra.

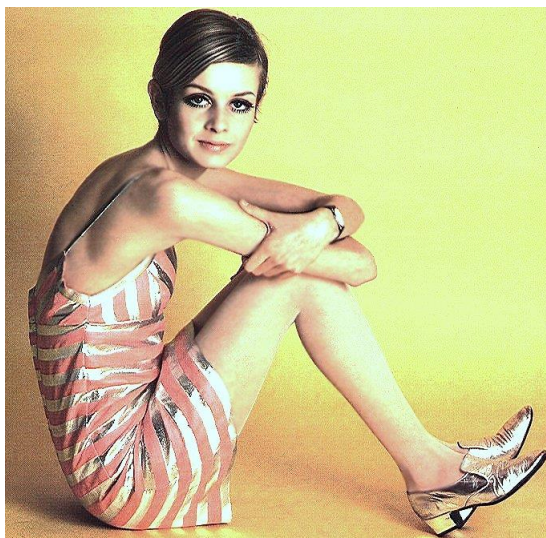


Figura 2 – Modelo inglesa Lesley Hornby, conhecida como Twiggy
Fonte: <https://donaloka.files.wordpress.com/2011/05/twiggy-09.jpg>

Na década de 1960, outro ícone que marcou o padrão estético foi a inglesa Jean Shrimpton, que começou sua carreira aos 18 anos e foi considerada uma das primeiras supermodelos da história. Tinha um corpo esguio, com 1,78m de altura, as sobrancelhas arqueadas, olhos grandes e bocas carnudas. Era a personificação do estilo de adolescente e possuía, ao mesmo tempo, *sex appeal* de “mulherão”. Todavia, não se sentia feliz com a rotina de sessões fotográficas e aparições públicas (GARRINI, 2007).

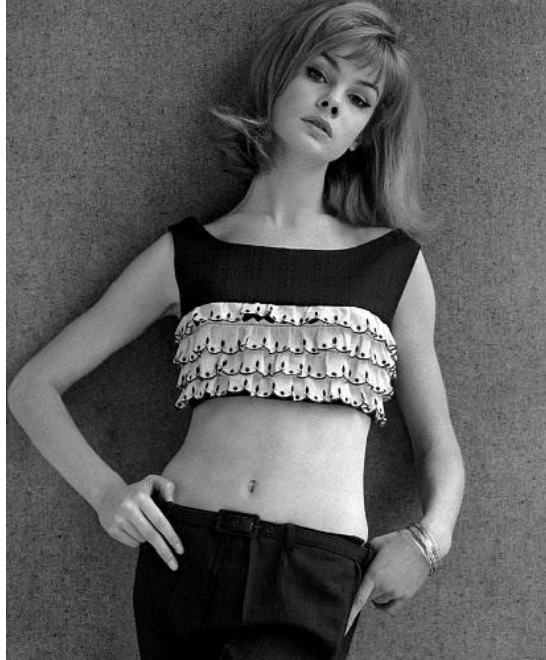


Figura 3 – Modelo inglesa Jean Shrimpton

Fonte: https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTNfXC0BmB3GmZiPqFQ3MhN-O_L6JsT1sBpW76ch_BvAv_Jo-ks

Nos anos de 1970, o corpo excessivamente magro das modelos ditava a moda feminina e era objeto de apreciação e de desejo. No Brasil, o “corpo violão” deu lugar ao “corpo tábua”, e houve também uma espécie de “politização dos corpos”, cujo ícone foi a atriz Leila Diniz, que representava a liberdade, o amor livre e a espontaneidade (GARRINI, 2007).



Figura 4 – Atriz brasileira Leila Diniz

Fonte: http://3.bp.blogspot.com/_fvMmtgX9Xf0/SbSaqC1M0qI/AAAAAAAAAET4/dqmF9s-HYrw/s400/Leila+Diniz++O+Cruzeiro.jpg

Em 1980, a sensualidade feminina garantiu-se pelas intervenções cirúrgicas, tratamentos estéticos e dietas milagrosas. Atravessou-se a fase da mulher elegante e poderosa, com cabelos compridos, ombros marcados pelas ombreiras e corpo definido pela prática constante de atividades físicas (GARRINI, 2007).

Sobre os anos de 1980, CASTRO (2007, p. 26) ressalta:

A corporeidade ganha uma visibilidade e um espaço na vida social que parece inusitado em relação à história recente do ocidente. A geração saúde pregando as práticas físicas como sendo regulares e cotidianas, fazendo proliferar as academias de ginástica por todos os lugares, juntamente com sua cultura do narcisismo.

Com o passar do tempo, o mito ou utopia do padrão de beleza se impõe com mais intensidade e irrealidade na sociedade. Segundo Schmitz (2013, p. 58):

Mas é apenas na década de 80 que o culto as top models se inicia e vem a se estabelecer mundialmente nos anos 1990. Linda Evangelista, Naomi Campbell, Christy Turlington, Cindy Crawford e Cláudia Schiffer são os primeiros nomes surgidos nesse movimento. As super tops agora, além do corpo e rosto, são reconhecidas pelo nome e altas cifras que movimentam. Esse destaque fez com que elas chegassem a um patamar de admiração, idealização e relevância social semelhante ao que é destinado às grandes atrizes e cantoras, porém exibindo uma estética corporal ainda mais esguia.



Figura 5 – Modelos Naomi Campbell, Linda Evangelista, Tatjana Patitz, Christy Turlington e Cindy Crawford.

Fonte: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/13/2b/80/132b80f7022fa850668456a0119da062.jpg>

A modelo inglesa Kate Moss e sua magreza anoréxica trouxeram de volta a aparência frágil celebrizada por Twiggy. No caso de Moss, a anorexia foi, de fato, identificada como razão para sua magreza. Este tem sido, a propósito, um mal muito presente nas passarelas, que, segundo os médicos especialistas, se relaciona estreitamente com a busca pela forma física ideal para se atingir o belo e, no caso das modelos, atender aos padrões determinados pela indústria da moda (ULLMAN, 2004).

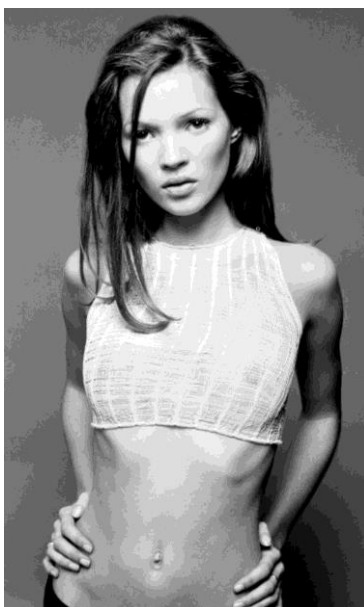


Figura 6 – Modelo inglesa Kate Moss
Fonte: <http://images.virgula.uol.com.br/2014/11/Moss.jpg>

O percurso do corpo feminino está vinculado à história do vestuário e à profissão de modelo. No século XX, foi evidente a metamorfose do corpo com a roupa, adquirindo-se mais flexibilidade e visibilidade. O século XXI é marcado pela disseminação do corpo na mídia, tendo as modelos sob os holofotes e propagando seu corpo como molde a ser copiado. A primeira década do século XXI marcou-se pela explosão da modelo brasileira Gisele Bündchen, considerada pela Vogue America a melhor modelo no mundo (PALMEIRA, 2013).



Figura 7 – Modelo brasileira Gisele Bündchen, em Campanha Vogue Paris

Fonte: http://imgsapp2.uai.com.br/app/noticia_133890394703/2013/10/25/147804/20131025125957801794a.jpg



Figura 8 – A brasileira Gisele Bündchen, em Campanha Vogue Brasil – 20 anos de carreira da modelo

Fonte: <http://img.estadao.com.br/resources/jpg/5/1/1437398643215.jpg>

Pondera-se sobre como os corpos femininos refletem os padrões estéticos de beleza, que estigmatiza conceitos pautados em um sistema de crenças e valores pragmatizados na sociedade. Dessa forma, pensar o corpo feminino permite questionar de que modo a cultura e o imaginário social desvendam os variados sentidos, destacando o corpo não somente como um capital físico, mas também simbólico, econômico e social (DUARTE, 2009).

Correndo em um paradoxo de “liberdade” e coesão, as mulheres por vezes se sentem inseguras por tudo que possa ser julgado como excesso: pela gordura, pelo áspero ou “irregularidades corporais” que podem ser cortadas, refeitas, sugadas pelas cânulas da lipoaspiração, lixadas pela limpeza de pele e outros tratamentos estéticos, dissolvidos por cápsulas e nutricosméticos e redesenhados por um molde que permeia e se propaga nas passarelas e capas de revista.

Assim como no passado, hoje também ocorre indagação dos padrões “impostos”. O que antes significava beleza hoje é tido como gordura localizada e celulite. E, para solucionar esse incômodo feminino, estão à disposição equipamentos e procedimentos como o *velashape*, o *manthus*, a criolipólise, a lipoescultura, a corrente russa, diversos tratamentos estéticos para aproximar as mulheres das *top models* e do ideal de capa de revista.

Sant’Anna (2014) afirma que a beleza constitui prêmio ou triunfo para quem a possui, sendo uma meta ou objetivo para aqueles que não se consideram belos. É, portanto, um instrumento de poder, uma moeda de troca em diferentes sociedades. Para se tornarem belos, muitos se submetem a cirurgias, pintam partes do corpo, tiram ou recolocam pelos e cabelos, entre outras ações.

A imagem de beleza que as pessoas têm de si mesmas 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 sendo publicado e consumido. Expressam-se juízos feitos pelos demais grupos sociais com os quais existe algum envolvimento, e, deste modo, não deliberadamente, os juízos de valor do grupo de atuação (GARRINI, 2007). A beleza se tornou para a mulher um imperativo absoluto: deixou de ser um feito da natureza e um suplemento das qualidades morais (PHILLIPI; ALVARENGA, 2004).

Conforme Sant’Anna (2014, p. 14):

Beleza escrevia-se principalmente no feminino. No raiar do século XX, a arte de ser bonita se fazia “com quase nada”, mas dependia da boa escolha de vestidos, cujos tons precisavam combinar com os cabelos e a cutis de cada mulher. Era preciso zelar pelo bom estado de calçados e ser faceira, lembrando que “em casa (e só em casa)”, poder-se-ia deixar “entrever um braço claro e bem torneado, de que a manga, mais ou menos curta, revela o necessário para ser tentador sem chegar à indiscrição”. A

faceirice definia-se por uma delicada habilidade para “esconder o que fosse feio e realçar o agradável”. O embelezamento tendia a se limitar à indumentária [...].

O corpo ideal ou o corpo belo é personificado por modelos cujos corpos são mundialmente divulgados a cada estação da moda, propagados como o ideal, o belo, o *fashion*, refletindo poder e domínio, sendo difundidos como o passaporte para a felicidade. Os *croquis*, desenhos de moda no papel, revelam o traço de um corpo magro e esguio que se projeta nos desfiles de moda.

Os desfiles de moda são ansiosamente esperados, pois apresentam à sociedade o que está em alta, em vigor, o que é tendência para a próxima estação. Essas tendências se representam nos corpos das modelos, que não transportam apenas roupas, mas padrões, costumes e modelos corporais a serem seguidos.

Assim, o mito da beleza é enraizado nas crenças sociais. O alcance de medidas do corpo perfeito é tido como mérito de esforço pessoal, dedicação, êxito e competência. Nessa balança corporal, a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida são, muitas vezes, banalizados. O controle corporal na sociedade vigente, competitiva e consumista, é refletido em uma imagem bem-sucedida, de um corpo bem-sucedido. O descontentamento relacionado ao peso pode levar a uma imagem corporal negativa de si, o que pode ser proveniente de uma ênfase cultural na magreza e do estigma social negativo da obesidade no que tange aos padrões estéticos de beleza (SCAGLIUSI; LOURENÇO, 2001).

Nos alicerces desta pesquisa, a beleza, o corpo e a moda são elementos fundamentais para aguçar o olhar em direção ao estilo de vida na contemporaneidade, quando a preocupação com a aparência é carregada de investimento pessoal. Mulheres e homens anunciam em *blogs* e nos programas de televisão as mudanças que seus corpos sofrem diariamente, com práticas de culto ao corpo e as transformações da imagem corporal nas mãos de cirurgiões plásticos, dermatologistas, *personal trainers*, nutricionistas e outros profissionais do rejuvenescimento e do embelezamento.

De acordo Sant’Anna (2001, p.107), a multiplicação de imagens sobre corpos saudáveis e sempre belos é bem mais rápida do que a produção real de saúde e beleza no cotidiano. A corrida rumo à juventude é hoje uma maratona de que participam jovens e idosos de diversas classes sociais. Entretanto, não se consegue ver o pódio, porque se trata de uma corrida infinita, na qual se ignora quem compete com quem – talvez a principal competição se passe em cada um, entre o corpo que se tem e o ideal de boa forma com que se sonha.

O culto ao corpo e/ou autocuidado envolve um conjunto de práticas cotidianas. A prática da atividade física e a promoção das práticas alimentares saudáveis são dois pilares fundamentais das orientações/recomendações/prescrições que regem esta nova maneira de lidar com o corpo. Deste modo, o corpo está mais próximo a uma matéria-prima bruta a ser permanentemente lapidada e moldada. Transformá-lo, cuidá-lo, torna-se uma questão de realização pessoal (AMPARO, 2008).

Os problemas de beleza são considerados resultados não apenas da falta de sorte, da ausência de cuidados consigo ou de más condições financeiras, mas também de uma timidez excessiva, frustrações e recalques. Por conseguinte, embelezar-se passa a ser um meio privilegiado de conhecer a si mesmo e melhorar seu próprio “capital saúde-sedução” (SANT’ANNA, 2000, p. 117).

A supervalorização corporal vem instigando os jovens a uma série de comportamentos que geram, principalmente, hábitos alimentares inadequados. Nessa adolescência, o corpo enfrenta várias alterações, mudanças que trazem uma preocupação com o peso e a forma física (LIMA; BASSO, 2005).

Um corpo comum está longe ser o estereotipado pelas passarelas: garotas esqueléticas, que não representam as mulheres em geral. Na cultura do corpo saudável, prima-se pelo bem-estar e pela felicidade, acima de qualquer modelo forjado, especialmente quando se trata do sexo feminino. A cultura que impera tem transmitido como valor desejável – a qualquer custo – a obtenção de um corpo magro e definido (GARRINI, 2007).

Assim, da Antiguidade ao presente, o corpo é objeto de cuidadosa atenção no que diz respeito à beleza, fazendo com que o indivíduo dedique grande parte de sua vida a cuidados especiais em busca da manutenção da estética ou transformação do corpo, na tentativa de atender aos padrões estabelecidos por si mesmo ou pelo mercado. Essa obsessão pelo belo e exterior configura-se, às vezes, em válvula de escape para necessidades interiores.

A referência central do corpo contemporâneo ocidental é o corpo magro, leve, flexível e, ao mesmo tempo, rígido. Tal referência está submersa em um cenário onde se encontram modalidades corporais distintas: o corpo obeso, desnutrido, anoréxico, magro, musculoso, deformado e esculpado. Confronta-se, ainda, com os corpos femininos e masculinos, negros e brancos, pobres e ricos, jovens, adultos e envelhecidos, baixos e altos, dentre outras subdivisões e classificações. Os indivíduos trazem no corpo suas marcas sociais indenitárias (AMPARO, 2008).

Contudo, ser magro não é suficiente. É preciso modular a silhueta e as proporções entre quadril, cintura e busto, além de fortalecer o tônus muscular. Há evidências de que

emagrecer é um imperativo central na vida de muitos indivíduos, sustentado por motivação estética. Há um verdadeiro exército industrial a serviço do emagrecimento, com seus chás, *shakes*, pílulas, programas, receitas e dietas que prometem milagrosos resultados como, por exemplo, “emagreça sete quilos em duas semanas” (AMPARO, 2008 p. 32).

A imagem de um corpo padrão estético magro difundido pela moda e a prática moderna do “emagrecer” provocam no indivíduo, e em especial nas modelos, uma percepção peculiar da sua imagem corporal, em um jogo de julgamento entre o certo e o errado. Segundo Russo (2005), a imagem corporal é a maneira pela qual o corpo se apresenta para si próprio. Para Castro et al. (2010, p. 152):

A imagem corporal pode ser definida como a percepção que o sujeito tem do próprio corpo com base nas sensações e experiências vividas ao longo da vida. Ela pode ser influenciada por inúmeros de fatores de origem física, psicológica, ambiental e cultural no âmbito da subjetividade de cada ser humano, tais como sexo, idade, meios de comunicação, crenças, raças e valores. É uma espécie de “fotografia mental” que a pessoa elabora sobre sua aparência física e que pode ser construída ou destruída por tentativas que buscam uma imagem e um corpo ideais.

Se o corpo é a imagem da sociedade, que sociedade é esta que está representada nos corpos dos baianos na moda, através das modelos? O aprofundamento no corpo da modelo tornou possível uma reflexão sobre que modelo de corpo tem prestígio em nossa cultura e, conseqüentemente, que corpo é imitado (ou desejado) pelas modelos e pelas mulheres da sociedade (GOLDENBERG, 2006).

A verdadeira importância da moda se insere no contexto das metamorfoses corporais como um veículo por meio do qual o indivíduo é identificado. A imagem realiza o jogo da tradição figurativa, que é enfatizar a dimensão hedonista, icônica e estética da existência. O corpo de modelo é configurado como um corpo submisso à moda, moldado para a moda e pela moda, projetado pela imagem corporal nos veículos midiáticos (RUSSO, 2005).

2.2 Profissão modelo

Modelos são profissionais que se estruturam como moldes para representar e apresentar produtos e serviços de consumo no mundo da estética, beleza e moda, fazendo parte de um sistema de fabricações de padrões. Dentro das peculiaridades e repercussões da profissão de modelo, pautam-se reflexões sobre o corpo e a imagem corporal projetada e percebida.

Para mergulhar no universo do corpo de modelo, foi preciso esclarecer alguns conceitos que permeiam a profissão. De acordo com Libardi (2004), a profissão de modelo representa no seu conceito mais evidente um modelo de beleza.

Em uma visão mais ampliada, modelo profissional é todo indivíduo que representa e apresenta um produto, uma marca, uma imagem, seja na moda ou na publicidade. No mercado da moda, exige-se dos profissionais modelos uma padronização de corpos, que estes sejam magros (esguios) e atendam aos preceitos de beleza vigentes na sociedade, possuindo rostos interessantes, peles e cabelos bem cuidados. Na publicidade, os padrões são mais flexíveis e as exigências são outras, pois tudo depende do tipo de produto que se quer vender (LIBARDI, 2004).

No século XIX, década de 1860, com o florescer da história da moda, nasceu a profissão de modelo para atender à necessidade dos estilistas em tornar visível da melhor maneira suas criações e dar forma aos rabiscos dos corpos planejados no *croqui*. Segundo Schmitz (2015), por um longo período, a profissão foi denominada pelo termo “manequim”. Às manequins, caberia a função estática. Porém, na transição para modelo, a profissão passou a exigir atitude à “corporalidade”, personalidade nas passarelas e em frente às câmeras.

De acordo com Ximenes (2011, p. 65):

O costureiro inglês Charles Frederic Worth estabeleceu sua *maison* em Paris, em 1857, e introduziu a prática de lançar suas coleções desenhadas a cada estação, além de criar um sistema de atendimento bastante inovador para as mulheres. Worth revolucionou a figura do costureiro, criando uma analogia dos costureiros com os pintores da época, associando a roupa de alta costura ao objeto exclusivo de obra de arte, com direito a ser assinado tal como uma tela. Uma das suas inovações foi criar seus modelos para sua esposa Marie, que acabou introduzindo também o conceito de modelo ou manequim vivo que exibia as roupas no corpo próprio em movimento.

Depois do costureiro Worth, outros costureiros também passaram a convidar estrelas do mundo espetáculo, atrizes e bailarinas para serem seus manequins. Com o surgimento das revistas de moda, ocorreu uma procura maior pelo que seriam hoje as modelos. Segundo Palmeira (2013), graças à popularização da fotografia e da publicidade, as modelos começaram a parecer com mais nitidez em anúncios, tomando o espaço das ilustrações de garotas-propaganda criadas pelos desenhistas.

Por volta de 1910 a 1913, a revista Vogue de Nova York contratou seu primeiro fotógrafo executivo, ao passo que em 1916 surgiu a Vogue inglesa. As revistas francesas

como a Mode Jeustreé e a Ton-Ton – além de A Estação, versão brasileira da La Saison, já faziam parte da vida das leitoras do Brasil (PALMEIRA, 2013).

Já os desfiles de moda só passaram a acontecer no Brasil em 1926, conforme Bonadio (2009 p. 54):

No Brasil, os primeiros registros de desfiles de moda conhecidos são os de 1926, tratam de anúncios e fotografias de eventos que aconteciam inicialmente na sobreloja da então elegante loja de departamentos Mappin Shoris – primeira loja de departamentos de São Paulo. Nestes tempos, as modelos eram recrutadas entre as funcionárias treinadas por Edward Couch, cenógrafo e vitrinista da loja.

Empresas multinacionais com atividades têxteis, como a Rhodia S.A., se instalaram no Brasil a partir de 1919 e começaram a desenvolver atividades como desfiles de moda, os famosos shows-desfiles rodavam por todo Brasil e tiveram seu apogeu entre 1960 e 1970. Paralelamente, ocorria o concurso de Miss, também promovido pela empresa. As modelos passavam por uma seleção nos clubes das principais cidades, como o Rio de Janeiro, por exemplo, para participar dos desfiles (BONADIO, 2004).

Conforme relatos de modelos que participaram dos desfiles da Rhodia em 1964, não existia a profissão modelo, tampouco com o glamour que esta possui atualmente. Os desfiles aconteciam dentro das confecções, cada uma com sua passarela e uma ou duas manequins fixas que faziam a exposição das roupas. No registro oficial, constavam como demonstradoras, e não como modelos (BONADIO, 2004).

De início, o trabalho das modelos consistia primeiramente nos desfiles de moda e em fotografia para revistas específicas e catálogos. A atuação na publicidade foi secundária, pois ainda existia um alto custo e os desenhos, ilustrações e figuras ainda se faziam mais viáveis para a execução de mercado (PALMEIRA, 2013).

Após a Segunda Guerra Mundial e com a transição na indústria da moda da alta costura para a *prêt-à-porter* (pronta para usar), as modelos ganharam mais espaço e começaram a ser mais aceitas comercial e socialmente (LIBARDI, 2004). A profissionalização aconteceu em meados dos anos de 1950, época marcada pela chegada da televisão, da propagação da imagem, sendo uma grande abertura para a profissão.

Na publicidade, os marcos foram as revistas Capricho (1952) e Manequim (1959), voltadas especificamente para o público feminino. Além da abertura de mercado com expansão da mídia, modelos brasileiras passaram adentrar o mercado exterior, como foi o caso de Adalgisa Colombo (PALMEIRA, 2013).



Figura 9 – Adalgisa Colombo, Miss Brasil de 1958

Fonte:

https://encryptedtbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQETetikxKqKMVC3p6jXyxcID1ZScz5SsXMzzyCdoqt1uzewQ_

Junto ao crescimento da carreira de modelos, os concursos de Miss ganhavam prestígio na sociedade. O público acompanhava a eleição da mulher mais bonita pelos programas de televisão. Algumas misses, após ganharem o concurso, se tornavam ícones de

beleza e iniciavam carreiras como modelos, a exemplo da baiana Martha Vasconcellos (PALMEIRA, 2013).



Figura 10 – A baiana Martha Vasconcellos, Miss Universo de 1968

Fonte:http://1.bp.blogspot.com/u1b6L5azto/VR_gYozg7I/AAAAAAAAAuds/4WxL6kZ3RF4/s1600/marthalivro6.jpg

Em meados da década de 1960, a fotografia se expandiu através das modelos, tornando-se autorais e divulgando os nomes das fotografadas em uma espécie de ficha técnica. O consumo em massa fez crescer a demanda por fotos de cunho comercial, com o intuito de promover mais vendas.

A pesquisadora Lara Virginia Saraiva (2013, p. 74) destaca marcos relevantes em seu trabalho sobre modelos:

No fim da década de 1970, começaram os grandes desfiles de prêt-à-porter na Itália, mas especificamente em Milão. Logo foram divulgados maciçamente, tornaram-se famosos e divulgaram cada vez mais estilistas e modelos. A essa altura, modelos brasileiras como Livia Mund, viajavam para o exterior para desfilarem e fotografarem. Em 1975, a revista Vogue chega ao Brasil. Nessa década teve fim a série de desfiles que a Rhodia produzia no país, iniciada na década de 1960. Entretanto, em 1972, o centro da moda brasileira foi criado para que a indústria têxtil brasileira se organizasse e produzisse mais eventos.

A década de 1980 marcou a intensificação dos trabalhos entre estilistas e modelos, e a associação destas, como garotas-propaganda, a algumas marcas, como a Eternity, a Revlon e a Dijion, estrelada por Luiza Brunet. As profissionais conquistaram contratos importantes, fama e sucesso.

A década de 1990 foi marcada pela visibilidade de uma imagem de corpo magro. O chamado modelo anoréxico predominou nas passarelas do mundo, causando uma repercussão negativa para a moda e a profissão de modelo, como a evidência de transtornos alimentares a exemplo da anorexia e da bulimia. Apesar das medidas da imprensa em reivindicar um padrão estético mais saudável, as normas de medidas rígidas com desdobramentos de um corpo desnutrido ainda prevalecem, sendo o mais aceito nas grandes capitais e centros de moda (LIBARDI, 2004).

A profissão de modelo e o mercado da moda tiveram uma grande expansão no Brasil com a criação das semanas de moda em São Paulo e Rio de Janeiro. A Fashion Rio e a São Paulo Fashion Week, que substituiu o Morumbi Fashion, são hoje os maiores eventos de moda da América Latina, desde sua fundação pelo empresário Paulo Borges, em 1996, até os dias atuais. Além de divulgar estilistas, o evento contribui para propagação dos corpos de modelos e dos padrões estéticos vigentes (LIBARDI, 2004).

Ao lado da gaúcha Gisele Bündchen, outras brasileiras conquistaram o mercado internacional a partir dos anos 2000, como Isabeli Fontana, Alessandra Ambrósio, Raquel Zimmermann, a baiana Adriana Lima, etc. No entanto, é Bündchen a mais venerada entre as novatas que sonham ter sucesso na carreira de modelo (SCHMITZ, 2013).



Figura 11 – Raquel Zimmermann, Adriana Lima, Alessandra Ambrósio e Isabeli Fontana
Fonte: https://encryptedtbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSGavdwEGwwuTUEqlm15E_GWaGmrTIZwvTeJFtYF5UEwAzTJRff

Sendo o Brasil um importante exportador de modelos para diversos mercados no mundo, importam as reflexões discursivas, visando compreender como o corpo pode possuir um valor capaz de integrar ou excluir o indivíduo da sociedade, destacando-o dos demais, aguçando a imitação e o desejo.

Em geral, na região Nordeste, ao contrário da região Sul do Brasil, principal “celeiro” de modelos do país, é possível encontrar pessoas mais “adequadas” aos padrões de beleza exigidos na moda, pois são características diferentes no que tange os padrões requisitados em supremacia na moda europeia (PALMEIRA, 2013). Um nome de grande sucesso que passou pela agência baiana na qual se realizou esta pesquisa foi Marina Nery, que participou de uma seleção em 2013. É uma modelo miscigenada que tem curvas, pele morena e se adequou aos padrões internacionais. Ela é capa de várias revistas de moda, fez editoriais para a *Vogue* internacional e agora enveredou, também, pela área de interpretação, virando atriz e desempenhando, recentemente, um papel na telenovela global *Velho Chico*.



Figura 12 – Modelo baiana Marina Nery

Fonte:https://encryptedtbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQtOo97cfRstfX84RFvWx0Nd04cnKREfkD7CPEn5Py4B8_dTUft

Se no Sul do país, pelas características peculiares de sua própria região, as mulheres se enquadram nos típicos padrões de beleza europeus mais exigidos pela moda – mulheres altas, loiras, cabelos lisos e olhos claros –, o mesmo não acontece no Nordeste, onde seria bem mais difícil de encontrar modelos com essas características. No entanto, há modelos nordestinas que, caracterizadas por uma beleza tida como exótica, fizeram sucesso e fama internacional, como Fernanda Tavares (potiguar), Laís Ribeiro (piauiense) e a soteropolitana Adriana Lima (PALMEIRA, 2014).

Outras modelos baianas também cruzaram fronteiras, atingindo o padrão corporal exigido do mercado. A modelo Daiane Sodré nasceu em Baixa Grande, interior do estado. A

vocação para as passarelas surgiu por intermédio de uma seleção de modelos realizada em Feira de Santana, onde foi aprovada em três etapas. Daiane Sodré é hoje uma modelo consagrada nas passarelas de Nova York, do Caribe e do Brasil, com um currículo que já inclui trabalhos pelas principais grifes do mundo. Recentemente, foi integrada ao time de “Angels” da Victoria’s Secret (SANTANA, 2015).



Figura 12 – Modelo baiana Marina Nery

Fonte: https://encryptedtbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQtOo97cfRstfX84RFvWx0Nd04cnKREfkD7CPEn5Py4B8_dTUft

Um dos maiores exemplos de consagração quando se fala em modelos baianas é Adriana Lima, que saiu do bairro de Castelo Branco, em Salvador, e chegou a se tornar uma das principais modelos do mundo. Ela se mudou para Nova York aos 16 anos, sendo que um

ano antes havia ficado em segundo lugar no concurso Supermodel of the World, da agência Ford Models. Atualmente, mantém contrato com a Victoria's Secret e ainda é uma das modelos mais bem pagas do planeta (FRANÇA, 2008).



Figura 14 – Modelo baiana Adriana Lima, em trabalho para a Victoria's Secret
Fonte:<http://sevilla.abc.es/estilo/bulevarsur/wp-content/uploads/2015/11/adriana-lima-angel-victoria-afp-.jpg>

Elen Santiago, outra baiana que aos 16 anos começou sua carreira em Salvador, disse em entrevista ao site Tribuna da Bahia (2013): “Meu objetivo é construir minha carreira fora daqui. Todos sabem das dificuldades para modelos negros no Brasil, então esse é meu foco. Aqui tenho conquistado meu espaço aos poucos”. A matéria explica que a modelo fez campanhas na África do Sul, esforçando-se para se enquadrar nos padrões de lá e também mantendo interesse em construir uma carreira em Nova York.

Para dar início a uma carreira de modelo e alcançar os parâmetros compreendidos entre o corpo e a moda dentro de uma agência, é preciso chegar a medidas específicas, devido ao nicho do mercado que se dividem em exigência para as categorias da profissão de modelos. As agências enquadram as modelos em duas categorias: as modelos comerciais ou fotográficas e as modelos de passarela, consideradas as modelos *fashion*. O corpo é o fator classificatório para determinar qual tipo de modelo a adolescente pode ser.

Para modelos comerciais, as regras são mais flexíveis. Elas podem ser mais baixas e ter medidas maiores do quadril. Fazem trabalhos publicitários, encartes de moda, mas não atuam em passarelas (LIBARDI, 2004). Já as modelos consideradas *fashion* são mais altas e magras (esguias). Além de fazer trabalhos publicitários, desfilam em passarelas, podendo ir do *prêt-à-porter* à alta costura e chegar às grandes capitais da moda pelo mundo. Porém, para que seu corpo se encaixe no padrão *fashion*, é preciso atender às medidas corporais mais restritas.

A modelo *fashion* obedece a critérios mais rígidos devido à lógica estética em que deve se inserir. Sua altura, por exemplo, é de no mínimo 1,75 m. Como a exposição é completa, ao vivo e perante o público, a imagem deve ser a de um corpo esguio e perfeito (PALMEIRA, 2013).

Em seu livro *Profissão modelo* (2004), Margareth Libardi (ex-modelo) discorre sobre o processo de captação das agências. Ele acontece a partir dos “olheiros” ou caçadores de talentos (*scouters*) que circulam por parques e praças, locais onde existe maior circulação de jovens, ou por um *booker* (agenciador), que negocia os trabalhos das modelos entre agências, ou por um produtor de elenco, ou ainda por eventos vinculados à moda.

A carreira da modelo independente é mais difícil pela aliança que as agências estabelecem entre si. Estas, além de prospectarem a exportação de modelos, tendo sua porcentagem (maior quando é a chamada agência mãe da modelo, responsável por descobri-la), oferecem cursos de modelo que vão desde a fotografia à automaquiagem, postura, comunicação e desfile. Promovem palestras e *workshops* e também fornecem a titulação no registro na Delegacia Regional do Trabalho⁸ (DRT), sendo este documento necessário a uma modelo profissional para que ela possa atuar (LIBARDI, 2004).

Para ser registrada com o DRT, a modelo precisa ter uma cartela de trabalhos como desfiles e fotografias de moda, mas o primeiro passo começa com o “book” ou catálogo de fotos, que serve para apresentá-la ao mercado. As adolescentes começam sua carreira por

⁸ DRT, sigla para Delegacia Regional do Trabalho, é o termo referido costumeiramente para sinalizar o registro de artistas e técnicos junto ao Ministério do Trabalho.

volta dos 13 anos e muitas vezes passam a ser responsáveis pelos seus próprios cuidados, com sua profissão, alimentação e imagem corporal, bem como sua percepção sobre si mesma (PIRES ET AL., 2012).

Em uma profissão pautada na imagem, o autocontrole da aparência física na vida das modelos é cada vez mais estimulado. Promete-se fama, *glamour* e poder em troca de um conjunto de obrigações difíceis de colocar em prática. As modelos baianas iniciam a profissão por volta dos 14 e 15 anos, precisando deixar, não raras vezes, os estudos em função da extensa agenda de trabalhos. Muitas são emancipadas pelos pais para seguir a carreira no exterior e nas grandes capitais da moda no Brasil.

De acordo com Schmitz (2015), é importante que a modelo aproveite o máximo possível o que uma aparência jovem pode lhe render. Isso porque sempre há novas garotas de 15 anos buscando se iniciar no ramo e posando para revistas cujo público-alvo médio tem, no mínimo, o dobro da sua idade. As *top models* de fama internacional perduram por mais tempo na profissão, pois sua fama transcende a imagem e já está associada ao seu nome.

Palmeira (2014) salienta que, quanto mais jovem a modelo, mais chances ela tem de se obter sucesso. O porquê dessa entrada precoce parece ter duas razões: o fato de a juventude ser um valor imprescindível na sociedade que cultua a aparência e o antienvelhecimento, e o fato dos agentes poderem criar expectativas quanto às transformações corporais das modelos.

Atualmente, a modelo profissional é preconizada com frequência como o corpo a ser copiado ou desejado, reflexo de um físico perfeito. Ela vive a modelar seu corpo de acordo com os parâmetros exigidos, dentro de uma sociedade cuja tecnologia proporciona amplos recursos para uma constante metamorfose corporal. A imagem corporal de modelos é um tema visto e discutido, mas pouco refletido nos entrelaces dos estudos do corpo, moda e modelos.

Sob esse aspecto, observa-se o quanto as modelos são influenciadas e influenciam outras mulheres no seu modo de se relacionar com sua aparência e o quanto isso é importante, tendo em vista a relevância do entorno imagético que a põe em contato estreito com a sociedade de consumo e com as imposições da moda. Esta determina a forma como devem se vestir, o peso e as medidas que devem ter, o tipo de maquiagem que devem usar e, de forma mais invasiva, o que devem comer.

A imagem corporal de modelos magras como padrão de beleza permaneceu e permanece estagnado, sendo projetado nas passarelas como imagem de padrões estéticos “belos”, pela mídia e rede de comunicação. Quando se volta o olhar para a mulher brasileira, é

possível perceber como esse padrão é intangível para a maioria das mulheres, sendo colocado como um desejo inalcançável de corpo *fashion*, de um corpo cabide exibido em um corpo capital que move o mercado da beleza e da moda (LORENSONI ET AL., 2010).

A imagem de um corpo magro, jovem, saudável, viçoso e sem rugas impera como modelo a ser conquistado. A profissão de modelo foi além de um corpo e rosto. Com as novas mídias e redes sociais, como Instagram, Facebook e Snapchat, as modelos instituíram seu estilo de vida como padrão de comportamento.

A procura por uma carreira promissora é comum, especialmente entre adolescentes e adultas jovens que estão associadas à beleza, ao glamour e à forma. Portanto, avaliar as características imagéticas e corporais desse grupo se faz relevante, considerando-se que a busca de um corpo perfeito vem aumentando os índices para os riscos de problemas de saúde de ordem física e psicológica. Além disso, ao serem lançados na mídia, esses modelos de desenho da imagem corporal passam a ser referência para as demais mulheres, gerando insatisfações e baixa autoestima do público feminino.

A beleza nos dias atuais se manifesta indissociável da magreza, embora seja óbvio que beleza e magreza não tenham afinidade natural. Os indivíduos, como seres sociais, sentem-se pressionados a corresponder ao “padrão” de beleza e cultura que, exaustivamente, é apontado pela mídia e pela indústria do belo – caso contrário, sentem-se menos atraentes (PHILLIPI; ALVARENGA, 2004).

Segundo Amparo (2008, p. 31):

Dentro deste universo de infinitas modalidades corporais é que os indivíduos estão em busca da construção do corpo magro, uma questão chave para este estudo. Enquanto o corpo magro já significou um símbolo de fraqueza no século XIX, hoje, o ato de emagrecer é uma perseguição que cada vez mais se acentua nesta virada de século e atrai mais adeptos sobrepondo as distintas categorias de classe, etnia, gênero e geração. Não se trata apenas de um projeto para os portadores de obesidade ou sobrepeso, se caráter universalizante é um marco.

A modelo reflete a mulher emancipada, que lutou pela liberdade de escolhas, mas que por vezes se perde na busca pela beleza eterna, o que atesta as amarras que Foucault (2004, p. 126) muito bem desenhrou: “Em qualquer sociedade, o corpo está preso no interior de poderes muito apertados, que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações”.

A modelo que representa a sociedade, a vitrine da mulher moderna, dona de suas atitudes e multifuncional, se permitiu inúmeras possibilidades de transformações que a alinhassem com a contemporaneidade, desde que a percepção da própria imagem estivesse em harmonia com os padrões de seu tempo. Segundo Russo (2005), esse movimento pela

estética e saúde surge como moralizador das relações que os indivíduos mantêm com seus corpos. Certa “falha moral” tenderia a ser associada aos indivíduos que não cuidam de seus corpos, que perdem o controle de demandas fisiológicas ou psicológicas. Dizer autocontrole significa dizer autonomia em relação a demandas socialmente caracterizadas como vícios.

Dietas e exercícios são preconizados na busca da estética lisa e *slim* – ideal feminino difundido no campo midiático, mas também compartilhado socialmente. Proliferando o ideal de domínio de corpo e eficácia na vida produtiva, o corpo magro impera nos padrões corporais femininos. De acordo com Lipovetsky (2000, p. 143):

A obsessão da magreza, a multiplicação dos regimes e das atividades de modelagem do corpo, os pedidos de redução de culotes e de modelagem até dos narizinhos arrebitados testemunham o poder normalizador dos modelos, um desejo maior de conformidade estética que se choca frontalmente com o ideal individualista e sua exigência de personalização dos sujeitos.

Instigadas a tecer comparações entre os atuais modelos de corpo e seu próprio corpo, as modelos desenvolvem insatisfações com a própria aparência e performance. Quando a modelo não consegue se adequar aos padrões de beleza e juventude que toma por referência, gera-se um ciclo de culpa, sofrimento e frustração.

A magreza excessiva traz consigo patologias já conhecidas no mundo da moda, como a anorexia⁹, a ortorexia¹⁰, a bulimia¹¹ e transtornos dismórficos corporais¹², podendo desencadear perturbações psíquicas que levam a uma distorção ou uma falsa percepção de si

⁹ Anorexia: caracteriza-se por grande perda de peso em consequência de dieta restritiva na busca incessante pela magreza; outros aspectos centrais na psicopatologia são os distúrbios de imagem corporal e ausência dos ciclos menstruais (amenorreia). Geralmente se inicia a partir de uma dieta, decorrente da insatisfação quase sempre injustificada com o peso e com a imagem corporal. A restrição alimentar aumenta progressivamente, o paciente diminui o número de refeições, e pode vir a jejuar durante todo o dia ou restringir-se a uma dieta frugal (PHILLIPI ET AL. apud CORDÁS ET AL., 2004).

¹⁰ Ortorexia: é o termo descrito para o comportamento obsessivo patológico caracterizado pela fixação por saúde alimentar. Um quadro recentemente apresentado é denominado pelo neologismo (do grego, *orthos* significa correto, e *orexis* significa apetite) Ortorexia Nervosa (ON). Descrita como um comportamento obsessivo patológico, a ortorexia nervosa caracteriza-se pela fixação por saúde alimentar, qualidade dos alimentos e pureza da dieta. Tal comportamento alimentar é ainda pouco explorado na literatura científica por diversas razões.

¹¹ Bulimia: o nome *bulimia* surgiu dos termos gregos *bous* (boi) ou *bou* (grande quantidade) e *limeos* (fome), ou seja, uma fome intensa, suficiente para devorar um boi. Hipócrates o utilizava para descrever fome patológica. A característica principal da BN são episódios bulímicos, os quais são descritos como uma grande ingestão de alimentos em um curto espaço de tempo, que pode durar de minutos a duas horas, com sensação de perda de controle, após os quais, ocorrem medidas compensatórias inadequadas para o controle de peso, como vômitos autoinduzidos, uso de laxantes ou inibidores de apetite ou diuréticos, dietas restritivas e exercícios físicos (PHILLIPI et. al apud APA, 2000).

¹² Transtorno Dismórfico Corporal: é diagnosticado quando há uma preocupação exagerada com algum defeito mínimo ou imaginado na aparência e esta preocupação toma proporções tão grandes que começa a debilitar a vida diária da pessoa (MORIYAMA, 2003). Quando não tratado, o TDC evolui para um distúrbio crônico, tendo significativa morbidade e alta associação com outros transtornos psiquiátricos, principalmente transtornos do humor e ansiedade (FIGUEIRA ET AL., 1999).

mesmo. Toda essa engrenagem do corpo, da moda e das modelos, constrói a concepção da boa forma do corpo feminino intangível, moldado em uma cultura de corpos aprisionados por modelos geralmente inalcançáveis.

Sacrifício, poder e felicidade fazem parte da busca do corpo de modelos, na tentativa do alcance de um corpo usado como cabide, que pode chegar a desprezar fatores genéticos, antropológicos, culturais e fisiológicos. As agências têm como produto de trabalho o corpo de modelo, que poderia ser aproveitado para mostrar a diversidade corporal e incentivar a valorização e aceitação do próprio corpo na sociedade, dentro dos parâmetros de saúde, mas isso não acontece.

A vida de modelo apresenta-se para muitas adolescentes como o cúmulo da felicidade: beleza, sucesso, fama e dinheiro. A problemática reside nas limitações corporais que a profissão exige. As modelos iniciam suas carreiras na adolescência, uma fase de profundas transformações. Costumam ser facilmente manipuláveis e bastante inseguras (ARAÚJO, 2013).

Nas temporadas de moda, são levantados assuntos que nada têm a ver com esse *glamour*, como a excessiva magreza das modelos. A imagem de uma fila de meninas esqueléticas e magras transcorrendo a passarela chega à sociedade a cada estação em que as coleções de moda são lançadas, por toda a rede de comunicação. O conjunto de um corpo magro nas criações dos estilistas é visto e desejado por grande parte do público feminino.

É nesse contexto que a indústria da beleza se institui como válvula de escape para as modelos que, insatisfeitas com sua aparência, buscam nos muitos recursos modernos a felicidade que acreditam poder encontrar na magreza. E, para chegar a esse ideal, elas aderem a dietas radicais, buscam cirurgias plásticas e fazem o consumo inadequado de laxantes e diuréticos.

Para compreender o que esta dissertação propõe, foi necessário voltar os olhares para a valorização do aspecto corporal. O corpo da modelo é o seu principal passaporte para o mundo da moda. Em seu primeiro contato com este mundo, com suas classificações e exigências, ele é o primeiro ponto a ser avaliado. Primeiro, é preciso conhecer as relações dos indivíduos com o corpo, bem como suas mudanças no decorrer do tempo, para que seja possível saber como esse corpo adquiriu essa dimensão na moda e na profissionalização de modelos (PALMEIRA, 2013).

Por meio das narrativas orais da vida cotidiana dessas jovens modelos, pôde-se pesquisar a maneira como negociam e gerenciam seus corpos que são submetidos a um determinado padrão de beleza, fruto de um contexto sócio-histórico. A imagem da *top*

model, com sua beleza legitimada, também traz consigo outros valores que são associados a sua forma física, dentre eles, o sucesso profissional, a felicidade, a juventude e a autoestima.

Por meio das entrevistas foram suscitadas problemáticas sobre como as modelos baianas conduzem suas práticas com a finalidade de se tornarem profissionais de sucesso. Como lidam com as imagens dos seus corpos? Como lidam com a pressão pela beleza e como administram sua imagem corporal tendo em vista a obsessão pela magreza? (PALMEIRA, 2014).

As narrativas dessas modelos permitiram o conhecimento de suas histórias, aspirações e desafios. Possibilitaram, também, a identificação de como elas produzem subjetividades, sempre fazendo referência aos processos de transformação que atravessam, destacando aqueles em que o corpo é o principal objeto/sujeito a ser modificado.

2.3 O corpo-encaixe e o corpo-molde

Aqui, o que se discute é a construção dos corpos de modelos e a profissionalização da beleza feminina na contemporaneidade, partindo dos conceitos criados pela pesquisadora de *corpo-encaixe* e *corpo-molde*. Parece ser bem clara a adoção de um corpo padrão na moda, mas tratar deste assunto é uma tarefa bastante árdua. Foi preciso percorrer os entraves e premissas que constituem os símbolos e signos das engrenagens da moda, do corpo e das modelos (PALMEIRA, 2013).

Para adentrar a reflexão sobre o *corpo-encaixe* e o *corpo-molde* houve a necessidade de trazer conceitos sobre o espaço onde este corpo está localizado. Aborda-se nesta dissertação o corpo das modelos, um corpo dentro do contexto da moda. Para os que pensam e fazem a moda, o corpo pode ser um rascunho, como uma estrutura de diversas possibilidades testadas através de modelos a cada nova coleção de moda lançada, um misto de criatividade, sensibilidade, ergonomia e até mesmo anatomia, em caráter comercial.

A moda expressa o sentido do uso, hábito ou estilo, geralmente variável no tempo e resultante de determinada ideia, capricho e das interinfluências do meio, bem como fenômeno social ou cultural. Na prática do dia a dia, moda significa estar em sintonia com uma “tendência” que, por algum motivo, se torna ponto de referência para as pessoas se sentirem bem. Estar na moda causa uma sensação de respeito e admiração dentro da sociedade (VILLAÇA, 2008).

Mas será que o corpo também passa pela moda? O corpo é quem carrega a moda ou é a moda que carrega o corpo? Ao se debruçar sobre os corpos de modelos, corpos que permeiam a moda, é possível se dar conta de que o corpo toma o lugar da vestimenta na sociedade contemporânea: o corpo é que é redesenhado, transformado e tracejado por um desejo explícito a ser exibido e visto. O corpo passa pela moda e é transformado e reconfigurado por ela (ARAÚJO; LEORATTO, 2013).

A relação do corpo com a moda é de um corpo mensurado, métrico que precisa atender a um molde específico para a profissão. Para alcance dessas medidas, a modelo vive o “construir” do seu corpo de acordo com que o mercado da moda proporciona. A depender do mercado ou da estação, uma imagem corporal é estipulada e é dada a largada na briga com a balança.

A temática (construção do corpo de uma modelo: do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*) foi vista em campo mediante as análises das narrativas das modelos. A relação da modelo com o corpo se torna uma relação de ganho ou perda. O olhar ao espelho se torna cotidiano. Percebe-se o constante observar do entorno corporal e a imagem corporal refletida em um corpo “molde”, moldado e modelado para moda.

O *corpo-encaixe* foi classificado pela pesquisadora como o corpo que tenta se “encaixar” ao *corpo-molde* preconizado pelas agências. Já o *corpo-molde* foi definido como o corpo da moda ou corpo pronto, com as medidas exatas que o sistema de moda exige, por parte das agências, do mercado e da profissão de modelos.

Segundo (LIBARDI, 2004), os estilistas têm suas razões para dar preferência às mulheres magras: “[...] elas ficam bem em quase todos os tipos de roupa e raramente ficam vulgares. Além disso, a televisão e as fotos tendem a deixar as pessoas parecendo mais gordas”. Na agência de modelos pesquisada, o agenciador relata que quanto mais perfeita a modelo dentro dos critérios adotados, maiores serão suas chances. Nas narrativas colhidas, o quadril é relatado como uma das medidas mais importantes. A modelo *fashion* deve ter no mínimo 86 cm e no máximo 88 cm de quadril caso tenha de altura de 1,78 m a 1,80 m. Se ela tiver altura superior a 1,80 m é possível permitir a medida do quadril de 90 cm.

No Ceará, na pesquisa elaborada por Palmeira (2014), as medidas se apresentam como relevantes entre 1,77 m de altura, 89 cm de busto, 89 cm de quadril, 60 cm de cintura. Em regra, as modelos não devem ter mais de 90 cm de busto e de quadril. Ao adentrar a agência de modelos, as jovens adolescentes, apesar de já admirarem esse mundo de que elas desejam fazer parte, muitas vezes não têm noção das premissas e particularidades que o corpo de uma modelo precisa ter.

Os corpos da pesquisa formam um arcabouço de paradoxos na dinâmica do *corporenceixe*, ora pela falta de medida, ora pelo excesso de medida. Pelas narrativas orais, ficaram perceptíveis os entraves que esses corpos vivem para se tornar um *corpo-molde*. Este pode ser caracterizado como o corpo se configurando para ser o “corpo da vez”, expressão utilizada para designar a tendência corporal que está no auge. É apresentado ao grande público através da mídia massiva, por meio de celebridades e modelos, como um padrão imposto que usa e abusa dos avanços do mercado da estética corporal, transformando-se em um *corpo-capital* (LORENSONI ET AL., 2010).

A noção do “corpo como capital” é dada por Goldenberg (2007) e reforçada por Schimitz (2013), que afirma:

Uma vez que o “conto de fadas” de virar modelo do dia para noite baseia-se tão somente nas possibilidades que o corpo e a aparência da menina lhe permitem. Dessa forma, as modelos profissionais podem ser um convite a sonhar com a beleza, com a juventude e o reconhecimento que uma bela aparência poderia render a qualquer mortal. E a profissão de modelo permite, a uma minoria que seja ganhar prestígio, dinheiro e sucesso em razão de seu potencial físico, num país em que o corpo é visto “como um importante veículo de ascensão social”, [...] um verdadeiro capital físico, simbólico, econômico e social.

Para o que o corpo da modelo se torne um *corpo-capital*, é preciso que ele transforme em um *corpo-molde*, obedecendo às medidas. Em escuta às entrevistas, foi notória a inquietude diante das medidas corporais – sobretudo a do quadril, ora não atingida pela falta, ora não atingida pelo excesso, conforme analisado na discussão dos dados.

A pesquisadora questionou o dono da agência, em uma entrevista semiestruturada de 40 minutos, com um roteiro que consta no anexo, sobre aspectos da imagem corporal e se os empresários da moda levavam em consideração a constituição corporal da modelo baiana em medidas de seleção, já que lhe são características as curvas:

Não, porque, na verdade, quando foi instituída essa questão nos grandes eventos de moda, houve uma padronização para o mundo todo; independentemente da região em que você esteja para o mercado da moda esse padrão funciona para o mundo todo; elas têm que ter características, mas o padrão é mundial. Quando a moda é lançada, é para o mundo todo em um padrão único. Então, a questão das curvas: é bom que tenha as curvas, mas não se pode fugir às medidas padronizadas mundialmente. (DIRETOR DA AGÊNCIA)

Sobre a avaliação desses parâmetros específicos, observa-se como essa análise é feita de forma simplista, como também se nota no depoimento abaixo, em que o quadril é sempre

questionado, averiguado e avaliado. Uma medida difícil de avaliar, já que no padrão baiano miscigenado prevalece o quadril largo, algo que restringe as modelos no mundo da moda.

Como a gente já tem muita experiência, geralmente é no olho mesmo, não pesamos, perguntamos para a modelo o peso e medimos o quadril. O quadril é a base de tudo, se ela precisa perder, por exemplo, um quilo, é o equivalente a um centímetro de quadril. A medida do quadril ideal é de 86 cm. Às vezes ela não consegue ter 86 cm, até por uma questão natural da altura e da estrutura esquelética. Quando a menina chega nesse limite do osso, tem que manter essa medida. Logo, 86 cm são o ideal, 88 cm no máximo; se a menina for muito alta, com 1,88 m, por exemplo, pode-se considerar 90 cm, mas o certo são 88 cm. (DIRETOR DA AGÊNCIA)

A função das narrativas das modelos foi levar a compreensão acerca de sua imagem corporal e sua relação com suas próprias vidas, associando esse conhecimento em um plano mais equilibrado com o conhecimento científico. Afinal, a identidade corporal do indivíduo circunda aspectos biológicos do organismo, assim como referências e padrões culturais e sociais e aspectos da memória e psiquismo (SILVA; CARAMASCHI, 2007).

Quanto se trata de beleza deve-se ressaltar o padrão subjetivo na sua percepção, tendo-se em vista os aspectos internos e indissociáveis dos indivíduos, como as questões culturais e étnicas e até mesmo históricas (SILVA; CARAMASCHI, 2007). A imagem corporal é a figuração do próprio corpo formada e estruturada na mente do mesmo indivíduo, ou seja:

A maneira pela qual nosso corpo aparece para nós. É a representação mental do nosso próprio corpo. A abordagem da imagem corporal incrementa a convergência de intervenções motoras e psíquicas na busca do desenvolvimento da pessoa. A questão central se refere ao cerne da identidade do ser humano. (TAVARES, 2003, p. 20).

Para responder aos questionamentos sobre a imagem corporal das modelos, fez-se necessário mergulhar em suas narrativas, na tradução dos símbolos e signos que compõem sua imagem corporal. Na construção das tabelas de análises, pelo método criado pela pesquisadora (narrativa-visual), intercalaram-se as narrativas com as fotografias, propondo-se ao olhar uma dimensão paralela da fala e do objeto correspondente a esta. Destacam-se os questionamentos sobre a imagem corporal com a observação da foto e sua análise, tendo-se como suporte alguns parâmetros sociológicos e antropológicos.

2.4 Construção de um corpo de modelo: o corpo narrado X o corpo visível

2.4.1 Análise 1 – Modelo A

A modelo A tem 19 anos, é de classe média alta e é filha de pais separados. Mora somente com a mãe. Em sua narrativa, ela conta que após terminar o Ensino Médio, já com 17 anos, decidiu focar na carreira de modelo. Hoje se dedica para ingressar em agências do exterior. Por ter dado prioridade aos estudos, se considera um pouco velha e por isso quer alavancar a carreira o mais rápido possível, tendo como meta no final do ano de 2016 decidir se continua a trajetória de modelo ou começa a faculdade de Jornalismo.

MODELO A
QUESTÕES QUE ENVOLVEM A PERCEPÇÃO CORPORAL DA MODELO A
<ol style="list-style-type: none"> 1. “Às vezes eu me sinto meio velha, até porque eu vou ter que começar o processo para mudar meu corpo, mas tenho muito o pensamento de que tudo vai acontecer no momento certo”. 2. “Eu me garanto muito com o meu corpo, porque eu gosto muito dele; cada corpo é um corpo, mas no período que estou agora se estivesse uma seleção e estivesse todo mundo de biquíni, isso iria me abalar, porque eu não estou em meu melhor corpo, é como se fosse uma fase, eu sei que tem jeito e sei que isso vai mudar”. 3. “Eu acho que tenho algum distúrbio, porque tem dias que eu como compulsivamente e não consigo parar, acho que é muito por eu descontar o tempo que fiquei na dieta, sabe?” 4. “Eu não vejo que preciso perder muitos quilos, é mais para definir mesmo e perder nos lugares certos. Preciso definir a barriga e perder culote e celulite”. 5. “Eu acho que o meu corpo está tranquilo, entende? Só pequenos detalhes”. 6. “O corpo baiano é um corpo mais avantajado embaixo. Não tenho esse corpo porque sou muito magra”. 7. “Eu não acho que chegue a ser absurdo o padrão de passarelas, mas eu acho que as mulheres brasileiras não se identificam; eu não sei o que elas

acham vendo aqueles corpos de modelos; eu não entendo porque não estou muito distante”.

8. “Sempre amei o meu corpo, mas engordei e estou insatisfeita com a gordura na minha barriga e culote; não quero perder muito peso, apenas definir”.

9. “Me incomodo quando observam o meu corpo sem roupa”.

10. “Eu me garanto muito com meu corpo, porque eu gosto muito dele, então eu não posso querer um corpo igual ao de outra menina, se ela tem a estrutura totalmente diferente da minha; cada corpo é um corpo, mas no período que estou agora se tivesse uma seleção e estivesse todo mundo de biquíni isso iria me abalar, porque eu não estou em meu melhor corpo, é como se fosse só uma fase, eu sei que tem jeito e que isso vai mudar”.

11. Na escala avaliativa de 1 a 10 para mensurar o grau de satisfação em relação a seu corpo: nota 7.

CORPO NA IMAGEM FOTOGRÁFICA



Quadro 1 – Modelo A
Fonte: a autora (2016)

A modelo A diz estar feliz com o próprio corpo e acreditar que seja preciso apenas definir em algumas partes do corpo. Considera seu corpo lindo e o sonhado por muitas

meninas, mas se preocupa com as mudanças que tem sofrido por ter engordado e ganhado alguma celulites pelo uso de remédios. Ela se expressa sobre sua idade, afirma que se sente velha para adequar seu corpo “atual” à profissão e que vai mudar o seu corpo no momento certo. Nesse contexto, dois critérios de análise podem ser tomados como norte: a problemática do tempo, idade, juventude, autoconfiança, e o domínio que as próprias modelos têm seus corpos.

Embora a média de idade considerada apropriada para ingressar como modelo nas passarelas internacionais seja de 14 a 17 anos, algumas semanas de moda adotaram como critério só desfilar com modelos acima dos 18 anos. Muitas são descobertas antes dessa média de idade. Antes de se estabelecerem em agências nas capitais centrais da moda, como Rio de Janeiro e São Paulo, passam pelas agências menores, regionais, como a agência pesquisada, onde fazem cursos preparatórios para a carreira.

A problemática da idade da modelo incide sobre estar com o corpo “certo” ou corpo “molde” no momento certo ou no momento que as oportunidades nas seletivas surgem. Sant’Anna (2000, p. 167) refere-se da seguinte forma à relação entre tempo e beleza:

Aliás, os conselhos de beleza posteriores à década de 1960 tendem a referir-se à velhice como se esta devesse ser um estado passageiro – daí a ideia de que se está velho, e não a de que se é velho, uma indecência passível de ser revertida, curada ou pelo menos grandemente amenizada graças às cirurgias. Em numerosos anúncios para cosméticos e vitaminas, envelhecer sem ser velho deixou de ser uma contradição em termos.

Sant’Anna (2001) constata que a corrida para a juventude é infinita. Estar em forma e sem marcas do tempo são pré-requisitos para uma carreira de sucesso, o que explica o fato de modelo A, aos 19 anos, se sentir “velha” frente ao mercado da moda. Mesmo com uma oferta de “fórmulas” para se manter jovem, a idade da modelo ainda aparece como um dos fatores ou critérios importantes na carreira.

Na análise da fotografia corporal, nota-se um corpo longilíneo, com curvas, com unidades culturais fenotípicas ou signos expressivos característicos da região pesquisada, como o quadril. A imagem do corpo da modelo A nos aproxima da percepção de uma idade corporal usual próxima à idade revelada por ela.

As seletivas de modelos colocam em pauta e mensuram o corpo como corpo métrico, avaliado em parâmetros e padrões estabelecidos pelo mundo da moda. Os ajustes que a modelo A relata em sua fala no item quatro do Quadro 1 como “pequeno detalhes” são os centímetros a perder para adentrar a faixa aceita de medidas. Conforme Martinez (2009), a

modelo é definida através do sistema de medidas e classificação do seu biótipo¹³. A modelo de passarela ou modelo *fashion* (como as da amostra desta pesquisa) precisa se adequar às medidas determinadas por um padrão rígido.

Em um desfile de moda ou editorial para revista, está intrínseco um regime de serialização e padronização do corpo, no qual os centímetros de medidas e a imagem da silhueta são considerados elementos fundamentais na exposição da roupa. Para atingir tais medidas, é preciso educar o corpo. No caso de uma modelo, o controle do corpo equivale a obter um corpo abençoado, que ajuda ao invés de atrapalhar (SANT'ANNA, 2000).

Esse corpo abençoado, segundo Sant'Anna (2000) e segundo a modelo A, é um corpo “melhor”, correspondente aos padrões da moda que são requeridos pela agência. É o corpo se encaixando nos “moldes” corporais de uma modelo. É quando o corpo fora das medidas tenta se tornar o *corpo-molde* e este se transforma no “corpo da vez” ou da mídia (LORENSONI ET AL., 2008).

O processo de transição do *corpo-encaixe* para o *corpo-molde* envolve anseios e inseguranças. O controle sobre o corpo é marcado por cobranças e avaliações, pois coloca o próprio corpo à prova de si mesmo e do mercado da moda. Contudo, a modelo A ainda se sente otimista quanto ao que lhe é imposto, afirmando gostar do corpo que tem e alegando que o fato de não estar em sua forma ideal é algo passageiro.

A adequação ao *corpo-molde* nos remete a um “corpo efêmero”, solúvel e momentâneo, que requer esforços e vigilância contínuos para permanecer no padrão de moda. Sobre essa relação, Palmeira (2013) avalia a passividade do corpo inerte, o que se pode visualizar no corpo de uma modelo quando ela, a fim de realizar um sonho, busca atender aos padrões cobrados pela agência. Conforme Gordwosky (1990), o corpo da mulher não é senão uma metáfora das gerações femininas que o precederam.

Diante desse enquadramento de corpos, há uma inquietação sobre a imagem corporal de modelos baianas e suas nuances no mercado de moda. Um corpo caracterizado por curvas sinuosas no quadril, por exemplo, tido como fator de exclusão nesse contexto. Assim, a modelo A admite:

Pesquisadora: Como você imagina esse corpo baiano? Você tem esse corpo?

Modelo A: É um corpo mais avantajado embaixo. Não tenho esse corpo porque sou muito magra.

¹³ Biótipo é designado em dois sentidos recorrentes: “1. Na biologia para designar um grupo de indivíduos geneticamente iguais e; 2. Na medicina para designar um tipo morfológico individual” (DICIONÁRIO AURÉLIO BÁSICO DA LÍNGUA PORTUGUESA, 1995, p. 81). Neste trabalho, toma-se o segundo sentido.

Pesquisadora: Mas você consegue sentir que seu corpo tem esses traços do padrão baiano?

Modelo A: Sim.

Estas características baianas, muito expressivas, são narradas pela modelo A como um corpo “mais avantajado embaixo”, que desperta descontentamento nas modelos pelas rígidas exigências do mercado da moda no que diz respeito ao quadril. A jovem também relata que seu corpo tem traços baianos, mas que, por ser muito magro, acaba fugindo a esse padrão.

Mesmo aceitando o desafio de encaixar seu corpo a um *corpo-molde*, a modelo A ressalta, no sexto item do Quadro 1, que não acha um absurdo o padrão de passarela, mas que as mulheres brasileiras não se identificam com ele. O desejo por um corpo magro, livre de gorduras, culotes e outros excessos, é evidente quando a jovem diz: “Eu não vejo que preciso perder muitos quilos, é mais para definir mesmo, perder nos lugares certos. Preciso definir a barriga, perder celulite e culote”.

Sobre celulite, faz-se um recorte na história com a abordagem de Sant’Anna (2000, p. 146):

Parecia uma anedota de mau gosto: a divulgação do biquíni foi acompanhada pela ampla difusão dos males da celulite. O amor por si mesmo mal aflorava coxo diante daqueles furinhos detestáveis. A revista *Claudia*, criada em 1961, logo publicou matérias apresentando “o problema”. Até então, poucos conheciam o assunto ou empregavam o nome; mas logo, a malvada surgiria em matérias de página inteira e seria considerada uma patologia. Pior: todas as mulheres tendiam cedo ou tarde a serem contempladas com a dita desgraça. Desde a descoberta, o problema exigiu um programa de combate: ginástica, dieta, uso de creme e tratamento em clínicas especializadas. As supostas soluções não cessaram de crescer em número e variedade. Mas a banalização do temor diante da celulite não foi imediata. Demorou cerca de duas décadas para ela ser reconhecida em toda a sua gravidade e virar uma inimiga mesmo das magras. Antes disso outros riscos eram notícia.

Pode-se constatar que os problemas apresentados pelas modelos da pesquisa não vigoram como “males” atuais, pois são antigos entraves da beleza feminina, e que a celulite¹⁴

¹⁴ A lipodistrofia ginoide é caracterizada por alterações em alto relevo na superfície da pele, que dão a ela uma aparência de casca de laranja, além de outras variantes morfológicas. A pele também sofre depressões e áreas levantadas. As primeiras são originadas pela retração da pele, por via subcutânea septo-fibrosa, enquanto que as segundas são projeções de gordura subcutânea e estruturas na superfície da pele. Além disso, a pele sofre flacidez, aspecto que agrava ainda mais alterações no quadro da maioria dos pacientes. (HEXSEL, 2000; DRAELOS; MARENUS, 1997; ROSSI; VERGNANINI, 2000; HEXSEL; GOBBATO; MAZZUCO, 2003). As áreas mais atingidas são coxas e nádegas femininas, muito em razão do hormônio estrogênio que favorece o acúmulo de gordura no corpo da mulher, o qual, na medida em que envelhece, tem a pele afinada e por isso, torna a celulite mais evidente. (KEDE; SABATOVICH, 2003) A lipodistrofia ginoide geralmente se apresenta após a puberdade e tende a ser crônica, ocasionando uma condição clínica comum que afeta a maioria das mulheres de todos os países e culturas, com pouca frequência em homens (HEXSEL, 2000; DRAELOS; MARENUS, 1997).

ao contrário do que parece, não exclui as mulheres magras. Isso fica claro na fala da modelo A no terceiro item no Quadro 1. Para ser modelo, não basta ter o desenho de um *corpo-molde*, mas atender às exigências de um corpo liso, rígido e jovem.

Esse corpo desejado pela modelo coloca em pauta a barriga como alvo de satisfação e inquietude. A barriga “natural” ou “saliente”, vista na Antiguidade nos quadros renascentistas e naturalistas, conforme aqui relatado, na contemporaneidade é substituída pela barriga “negativa” ou “chapada”. Esta é amplamente vinculada em redes sociais como de modo a atrair o desejo de muitos. Sant’Anna (2000, p. 128) explica como a barriga “chapada” ou “negativa” entrou em evidência na contemporaneidade:

Na mesma época, a moda das calças *saint-tropez* soltava a cintura e apertava os quadris, valorizando barrigas magras e nádegas femininas que começavam a empinar. A cintura solta não bastava ser fina, “de pilão”, conforme se dizia. O cós baixo das calças, assim como o uso do biquíni, demandava que toda a barriga fosse magra, firme e bronzeada. Passou a ser feio ostentar alguma saliência ou flacidez logo abaixo do umbigo. Ou seja, anos antes da invenção da “barriga negativa”, foi preciso criar uma rigorosa aversão à gordura acumulada no ventre. Hoje o vocabulário dessa exigência é criativo, incluindo a barriga zero, chapada, seca, trincada e, talvez a mais trabalhosa de todas, a barriga tanquinho.

A relação entre corpo e roupa é atravessada por signos, de forma que vale questionar se o corpo molda a roupa ou se a roupa molda o corpo. Quando Sant’Anna (2000, p. 128) afirma que o “[...] cós baixo das calças, assim como o uso do biquíni, demandava que toda a barriga fosse magra, firme e bronzeada”, vê-se a moda modelando o corpo.

Ao analisar seu corpo nu, sua imagem corporal diante do espelho, a modelo A se sentiu insatisfeita, percebendo que seu corpo não está adequado aos padrões da profissão. Isso é perceptível tanto no oitavo item do Quadro 1 quanto no trecho abaixo:

Pesquisadora: Como é a sua relação com o seu corpo quando você se olha?

Modelo A: Eu fico bem chateada, triste. Eu estou até usando roupas mais largas, porque minha casa é cheia de espelhos, e isso me incomoda bastante. Isso mexe comigo. Eu tenho deixado de ir a praia, por exemplo, agora eu vou viajar para o Rio de Janeiro, eu quero comprar um maiô para me esconder, porque eu sei que entre minhas amigas eu tenho o corpo que todo mundo queria ter, mas para mim não está bom. Eu não estou satisfeita porque sei que já estive muito melhor.

Pesquisadora: Incomoda-te essa diferença? Saber que alguém está vendo?

Modelo A: Com certeza, eu me sinto muito mal.

Pesquisadora: Quando você está passando por uma vitrine e vê seu reflexo, você gosta do que vê?

Modelo A: De roupa não me incomodo, o problema é quando estou sem roupa.

Pesquisadora: Você consegue se ver nas revistas de moda e na televisão?

Modelo A: Eu consigo, mas com o meu corpo antigo... Está na minha cabeça que tenho que voltar para aquele corpo.

Emerge um círculo vicioso que consiste no medo de olhar para si, perceber o próprio corpo e ter possíveis frustrações. É provável que a modelo A sempre fique com a ideia de que precisa ter um corpo melhor para chegar a uma carreira de sucesso. Ao mesmo tempo, ela abre possibilidades para a transição do *corpo-encaixe* para o *corpo-molde*, na medida em que demonstra crer que poderá recuperar o corpo “antigo”, considerado adequado.

O corpo nu reflete frente ao espelho uma imagem corporal que depende da percepção do sujeito (modelo) para ser interpretado ou julgado. Esse incômodo despertado pela imagem do corpo atual refletida pode ser proveniente do ato de se acostumar a ver a imagem corporal pela “janela”, conforme afirma Dasio (2009), ciente dos costumes que os indivíduos têm de repelir ou temer enxergar e aceitar seu reflexo ou imagem projetada, bem como o mergulho em si mesmo.

Para Tavares (2003), a imagem corporal é a representação mental do próprio corpo, um tipo de fotografia mental. A imagem corporal percebida pela modelo A é revelada em suas falas sobre insatisfações e excessos. No item cinco do Quadro 1, ela mostra ser consciente de sua imagem corporal, ao avaliar que necessita apenas de pequenos ajustes para alcançar o corpo que deseja.

A percepção imagética corporal das modelos reflete suas histórias de vida, o percurso dos seus corpos. As percepções e desejos se concretizam em um corpo. Cada narrativa da modelo A traz suas experiências perceptivas (TAVARES, 2003), relacionadas a referências, padrões culturais e sociais e exigências do mercado.

O corpo da modelo, ao ingressar na agência, passa a se desenvolver a partir de um universo imposto pelo mercado da moda. Para Tavares (2003), a identidade corporal do indivíduo se desenvolve com base na vivência de sensações que emergem em seu corpo atual no contexto de um corpo imaginário.

Ao falar de sua percepção corporal, a modelo A entrelaçou uma relação sobre questões pessoais frente à comida, seu corpo e o comer. A busca da magreza, das metas e das medidas leva a modelo ao controle e vigilância permanente sobre o ato de se alimentar, gerando por vezes comportamentos compulsivos. Toda essa busca pelo padrão estético vigente e pelo *corpo-molde* gera uma mudança nos hábitos alimentares das modelos:

Pesquisadora: Sobre as agências de São Paulo, quando teve a seleção, você já tinha engordado?

Modelo A: Não, eu estava bem magrinha, aí eu engordei porque logo depois fiquei de férias, teve o Natal, e nesse tempo eu fico mais em casa, e como eu já consegui

me restringir muito, eu acho que tenho algum distúrbio, porque tem dias que eu como compulsivamente e não consigo parar, acho que é muito por eu descontar o tempo que fiquei na dieta, sabe?

Como muitas agências não têm um nutricionista, modelos em plena fase de transformação corporal e com necessidades nutricionais específicas fazem dieta por conta própria, restrição alimentar inadequada na tentativa de ganhar peso ou consumo de laxantes na tentativa de perder medidas, conforme explicita a modelo A:

Pesquisadora: O que você já fez para perder peso? Quando te chamam para fazer algum trabalho de moda, o que você faz antes?

Modelo A: Eu nunca fiz nada muito radical com isso de comer, mas quando eu tenho alguma seleção eu boto como foco não comer doces e retiro totalmente o sal. Minha mãe fica até chateada, porque a comida sem sal fica um pouco ruim, mas é para mim, eu preciso. E quando eu tenho fotos eu não como, só tomo líquidos, aí substituo as refeições, às vezes não são todas, mas pelo menos o almoço.

Pesquisadora: E laxantes, já tomou?

Modelo A: Já, mas foi só uma vez, sei que não me faz bem.

Percebe-se nas narrativas e na fotografia da imagem corporal como as medidas e a busca pelo *corpo-molde* desencadeiam um efeito-dominó na vida das jovens modelos. A modelo A expressa sua rotina alimentar e seus comportamentos para conseguir chegar às medidas ideais, quando ela diz desconfiar de que possa ter algum distúrbio que a faça comer além do que julga necessário.

Os distúrbios de imagem corporal e as alterações de comportamento alimentar, decorrentes do medo de ganhar peso, são fatores indiciais dos transtornos alimentares. O que se pode identificar na modelo em questão é uma profunda ansiedade em atingir o *corpo-molde*, não se podendo diagnosticar (afinal, este não é o objetivo da pesquisa) transtorno alimentar.

Esse comportamento alimentar “descontrolado” se justifica com o grau de satisfação corporal atual, sendo que de 0 a 10 em escala evolutiva a modelo se deu nota 7, o que faz concluir que os três créditos excluídos seriam referentes aos “pequenos detalhes!” que ela mesma relata no item 4 do Quadro 1.

Sobre a percepção corporal e o corpo das modelos na agência, surge este questionamento:

Pesquisadora: Quando você está com modelos que estão no corpo ideal de modelo, como você se sente?

Modelo A: Eu me garanto muito com meu corpo, porque eu gosto muito dele, então eu não posso querer um corpo igual de outra menina, se ela tem a estrutura totalmente diferente da minha, cada corpo é um corpo. Mas no período que estou

agora se tivesse uma seleção e estivesse todo mundo de biquíni, isso iria me abalar. Porque eu não estou em meu melhor corpo, é como se fosse só uma fase, eu sei que tem jeito e que isso vai mudar.

A narrativa da modelo A cobra o aprofundamento da análise corporal frente à transição do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde* e o desejo de emagrecimento e mudança corporal. A gordura e a magreza deixam de ser características corporais e passam a ser condições a se quantificar e administrar rigorosamente em nome da saúde, bem-estar e beleza, pelo alcance dos padrões estéticos vigentes em uma sociedade ocidental pautada nas questões efêmeras e nas aparências (SANT'ANNA, 2016)

Para Sant'Anna (2016), em pouco tempo se sairá de uma sociedade em que poucas pessoas sabiam dizer quanto pesavam para uma cultura que oferece e exige produtos moderníssimos e intervenções dermocosméticas. O corpo (com excesso ou falta de peso) deixou de ser fator acessório para ser fundamental na construção da identidade e subjetividade de cada um.

Em toda a análise das narrativas e todo o percurso da pesquisa, a modelo A foi aquela com quem a pesquisadora teve mais contato via redes sociais. A jovem, que no início de sua entrevista se posicionou com desejo de mudança, mostrando-se otimista após a conversa e o acompanhamento nutricional, conseguiu chegar às medidas do *corpo-molde* e embarcou para São Paulo depois de ser aprovada em uma agência da capital.

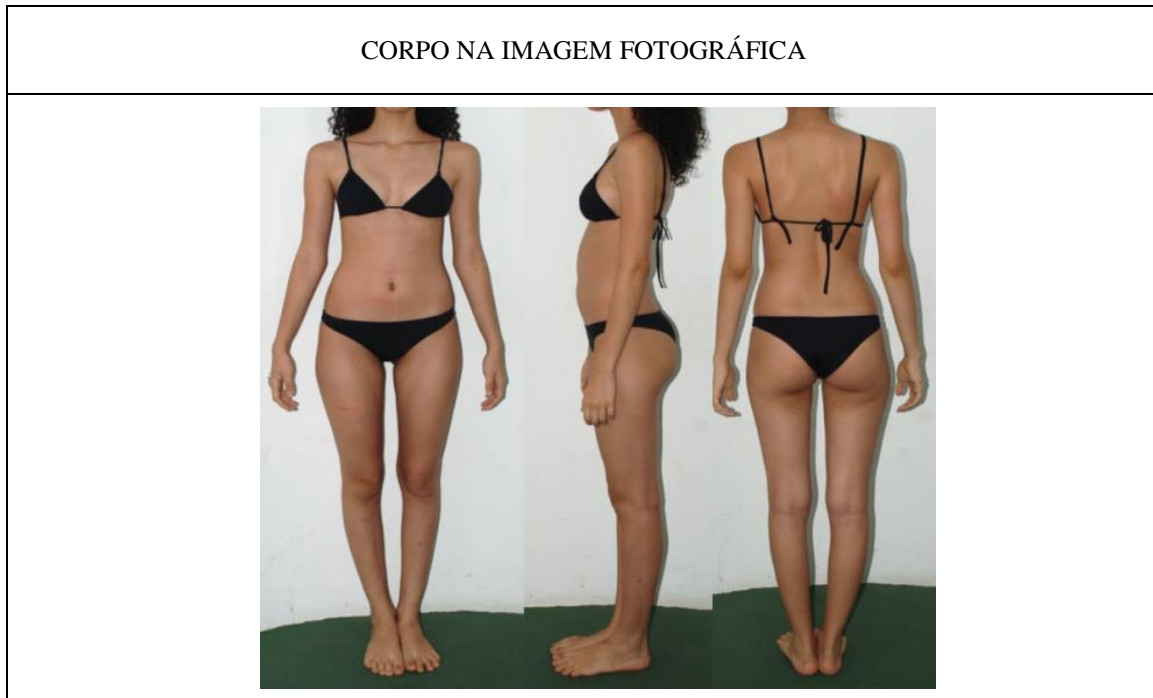
2.4.2 Análise 2 – Modelo B

Com apenas 14 anos, ela já é considerada uma das New Faces (novos rostos) da agência e com altura ideal para as passarelas. A menina, que ainda cursa o Ensino Médio, é uma promessa internacional. De classe média baixa, a modelo mora com os pais e o irmão. Esperando apenas completar a idade mínima para poder viajar e assinar contrato com as agências, a adolescente precisava adentrar as medidas, devendo perder três quilos para se encaixar nas exigências da agência. Mas, no período das férias, engordou mais dois quilos e hoje busca perder os cinco quilos acima do ideal e conseguir o corpo desejado pelo agenciador de São Paulo.

MODELO B**QUESTÕES QUE ENVOLVEM A PERCEPÇÃO CORPORAL DA MODELO B**

1. “Não acho meu corpo adequado para modelo, porque eu ainda tenho que emagrecer para perder o quadril, emagrecer de três a quatro quilos”.
2. “O empresário da agência de São Paulo me mandou emagrecer três quilos, só que eu não consegui, aí eu engordei mais dois ou três quilos nas férias. Agora eu preciso emagrecer no mínimo cinco quilos”.
3. “Acho o formato do meu corpo como um triângulo invertido, porque eu tenho o ombro largo”.
4. “Eu gosto do meu corpo, mas o meu quadril que é muito grande e nos glúteos estou com um pouco de celulite, mas só isso”.
5. “As mulheres brasileiras têm o corpo bem mais desenhado, mas as modelos são bem mais retinhas, não têm muita bunda nem muito peso”.
6. “Eu acho que é porque as agências têm um padrão para todas. A pessoa que não é desse padrão tem que ficar, e o pessoal que olha as revistas e tenta ter aquele corpo, eu acho meio errado, mas se é o que eles exigem, né?”
7. “Eu gosto dele assim, só tenho que emagrecer um pouco por causa do quadril, mas isso de por silicone, essas coisas não”.
8. “Não, eu não fico neurótica, mas eu fico pensando que tenho que emagrecer, mas eu não consigo, porque eu não consigo parar de comer. É um problema que eu tenho, eu como muito e como toda hora, eu não controlo. Às vezes eu fico pensando que eu preciso emagrecer, mas eu não consigo! Porque eu não consigo parar de comer, eu já fui ao médico. Eu tenho problema de ansiedade. O que tem na minha frente eu como, minha mãe briga comigo porque às vezes eu como gelo”.
9. “Eu não consigo parar de comer, é um problema que eu tenho, eu como muito e como toda hora, eu não controlo”.

10. Nota de satisfação (na escala evolutiva de 1 a 10): 8



Quadro 2 – Modelo B
Fonte: a autora (2016)

Em fase avaliativa, a modelo B é orientada pelos profissionais da agência para perder peso e medidas, bem como ter cuidado com a beleza (pele, cabelo, unhas e corpo), a fim de se adequar aos padrões e avançar nas seletivas do concurso em que acontece a prova de medidas corporais.

Na narrativa da modelo B, o sonho em ser uma profissional de sucesso se resume aos quilos ou centímetros que ela deve perder. Conquistar uma carreira de sucesso depende do esforço de atingir as medidas impostas, mas isso não chega a ocasionar uma insatisfação maior com o próprio corpo. Apesar de saber de toda a cobrança em torno do peso e da medida do quadril, ela mostra uma imagem corporal positiva, o que justifica sua nota de satisfação 8 no último item do Quadro 2:

Pesquisadora: Você pensa em mudar seu corpo? Você está satisfeita com ele assim?
 Modelo(B): Não, eu gosto dele assim, só tenho que emagrecer um pouco por causa do quadril, mas isso de por silicone essas coisas não. Eu não fico neurótica assim não, mas eu fico pensando que tenho que emagrecer [...].

Schmitz (2013, p. 168), em sua tese *Vivendo um projeto em família: consumo midiático, beleza feminina e o sonho juvenil de ser modelo profissional*, trata dos critérios exigidos nas seletivas de modelos em um concurso específico, avaliado por ela mesma:

O segundo evento de seleção apresentava outra dinâmica, a começar que era realizado ao longo de três dias numa sala de eventos de um hotel no centro de Porto Alegre, o que não concentrava tantas pessoas num único momento. A cada 20 minutos o protocolo se repetia: o profissional responsável pela seleção explicava o processo que consistia numa rápida avaliação física (altura, medida do quadril para garotas, avaliação dos dentes, pele, cabelo e uma fotografia) e chamava pela ficha de inscrição de cinco candidatos por vez, os quais eram avaliados ao fundo da sala.

Dentro dos critérios exigidos e relatados na narrativa da modelo B, como o peso e a redução de medidas, é possível notar, de acordo com a citação de Schmitz (2013), como a medida do quadril é fator relevante na avaliação de modelos do sexo feminino. O discurso da modelo B começa com os aspectos que a impediam de participar das principais seletivas internacionais. Na etapa regional, a modelo ainda tinha de perder peso e medidas (em especial a do quadril), além de precisar atingir a idade mínima para viagem (por volta dos 15, 16 anos). Isso se expressa no item 2 do Quadro 2: “O empresário da agência de São Paulo me mandou emagrecer três quilos, só que eu não consegui, aí eu engordei mais dois ou três quilos nas férias. Agora eu preciso emagrecer no mínimo cinco quilos”.

No aflorar da adolescência, a modelo vive o modelar do seu corpo através de táticas de um emagrecimento para perder peso, ou seja, os centímetros necessários para se encaixar no *corpo-molde*. Na narrativa, ela exprime esse conflito de medidas, deixando perceber que o não alcance das metas estipuladas pela agência surte efeito contrário, ou seja, o aumento dos quilos.

A modelo B relata como são feitas as avaliações para seletivas:

Pesquisadora: Foram feitas as medidas antes de indicar que você precisava perder peso?

Modelo B: Não, ele só olhou e falou que eu precisava.

Pesquisadora: E depois que ele mandou você perder peso, o que mudou quando você se olha no espelho?

Modelo B: Eu olho e falo que tenho que emagrecer, principalmente o quadril porque é muito grande; aí eu falo que amanhã vou caminhar, eu boto o tênis, mas na hora me dá uma preguiça.

Pesquisadora: Você acha que tem uma falta de controle, não conseguir perder peso?

Modelo B: É, eu já tentei, eu falo que vou me controlar, aí eu vou lá à cozinha e eu preciso comer alguma coisa, nem que seja o gelo mesmo.

Pesquisadora: Por que você come gelo?

Modelo B: Sei lá. É para passar a ansiedade, aí eu como porque eu estou mastigando e isso me tranquiliza, aí eu faço isso para eu achar que estou comendo comida. Não tem calorias.

O que esperar de uma menina no florescer da adolescência? Ela conta que seu pai tenta ajudar na perda de peso mudando alguns alimentos, mas ela acaba não resistindo quando ele compra *fast food* para o irmão. A modelo acredita ter algum tipo de compulsão alimentar

porque quando está ansiosa come o tempo todo, mesmo que seja gelo, para aliviar a vontade de comer.

No que tange à sua imagem corporal frente à sociedade, a modelo B narra que sua família sempre acha que ela está muito magra, mas a agência defende que ela precisa emagrecer mais e que as medidas dos quadris são as mais importantes. Debruçando o olhar na análise sobre essas cobranças da família e da agência, é de imaginar que seja gerado um turbilhão de conflitos em uma garota, na urgência de perder essas medidas e obter o passaporte para o mundo da moda.

Dessa forma, são gerados comportamentos de ordem perceptiva sobre o próprio corpo e o comer, como se enxerga a seguir:

Modelo (B): Não, eu não fico neurótica, mas eu fico pensando que tenho que emagrecer, mas eu não consigo, porque eu não consigo parar de comer. É um problema que eu tenho, eu como muito e como toda hora, eu não controlo.

Modelo (B): Às vezes eu fico pensando que eu preciso emagrecer, mas eu não consigo! Porque eu não consigo parar de comer, eu já fui ao médico. Eu tenho problema de ansiedade. O que tem na minha frente eu como, minha mãe briga comigo porque às vezes eu como gelo.

Modelo (B): Eu não consigo parar de comer, é um problema que eu tenho, eu como muito e como toda hora, eu não controlo.

A busca do *corpo-molde* pode gerar transtornos como a ortorexia, que é um comportamento de busca compulsiva pela saúde alimentar, construindo sentimentos, crenças, pensamentos e comportamentos em relação aos alimentos que podem ser considerados obsessivos, extremistas e restritivos. Corre-se o risco de desenvolver transtornos alimentares como a bulimia, a anorexia e a compulsão alimentar, frequente em jovens que fazem parte do mundo da moda (ALVARENGA ET AL., 2001).

A alimentação inadequada de modelos pode se originar, principalmente, do cenário da moda, de dietas e modismos alimentares. Quando se tenta alcançar um *corpo-molde* e chegar às medidas definidas pelas agências, que hipervalorizam a magreza, podem surgir transtornos mais graves (DUARTE, 2009). O seguinte trecho da entrevista da modelo B expressa o conflito frente ao corpo e ao comer:

Modelo B: Eu não estou conseguindo emagrecer. Quando termino o almoço, eu já começo a comer demais. Como qualquer besteira, como bolo, como biscoito, como de três a quatro pães. Eu fico muito ansiosa, às vezes eu como até gelo.

Modelo (B): Como gelo para passar a ansiedade. Mastigar me tranquiliza, me faz achar que estou comendo comida.

A ansiedade para atingir o *corpo-molde* e perder medidas leva modelos a atitudes extremas. É frequente observar que, adolescentes preferem produtos alimentícios com valor nutricional inadequado, contendo elevado teor de gordura saturada e colesterol e com grande quantidade de sal e açúcar, além de terem o hábito de deixar de fazer refeições, principalmente o desjejum, causando deficiências ou carências nutricionais como a anemia (ABREU; CANGELLI FILHO, 2004).

Transtornos alimentares, segundo Philippi (2011) são transtornos psiquiátricos que afetam, na sua maioria, adolescentes e adultos jovens, do sexo feminino, os quais podem levar a grandes prejuízos biológicos e psicológicos, aumentando a morbidade e mortalidade entre esse público-alvo. A anorexia nervosa e a bulimia nervosa são duas classificações de transtornos alimentares frequentes na carreira de modelos e atrizes.

Compreendendo-se a adolescência como período de difícil transição, entende-se que os aspectos culturais ligados ao corpo e à alimentação saudável devem ser abordados de uma maneira dinâmica, criativa e informativa, de forma que o indivíduo adolescente se torne consciente da importância da alimentação apropriada, bem como das práticas corporais que favoreçam a saúde dentro da profissão de modelo, por orientações de profissionais capacitados e dentro dos limites do corpo (PALMA ET AL., 2009).

Em uma seleção com o agenciador de São Paulo, a modelo B, que estava sendo “espiada” como promessa internacional, foi para sua segunda avaliação, na qual tinha de ter perdido os centímetros e quilos exigidos. Para decepção do agenciador, ela havia ganhado peso. Ele “jogou a fita métrica de costura no chão”, exclamando sua insatisfação e dizendo para jovem modelo que essa era última tentativa e que outra modelo iria substituí-la.

Para a agência pesquisada, cada centímetro a mais na medida recomendada do quadril equivale a um quilograma de peso a ser perdido. A preocupação com o quadril é expressa por Martinez (2003) no manual do guia New Face, que impõe à modelo não usar roupas que ressaltam a barriga e o quadril.

Toda essa cobrança da estética corporal, em especial no que tange ao quadril, resulta em uma percepção corporal aguçada nas modelos. A modelo B, ao perceber o seu corpo frente aos padrões corporais do *corpo-molde*, ressalta no item 1 do Quadro 2: “Não acho meu corpo adequado para modelo, porque ainda tenho que emagrecer de três a quatro quilos”.

Sendo a adolescência uma fase de transformação corporal, hormonal e de ansiedade por novas descobertas, impor controles rígidos de forma inadequada não traz resultados positivos na maioria dos casos, gerando constantes conflitos psicológicos, sociais e até de saúde. É um período que se estende dos dez aos 19 de idade, sendo a puberdade o período de dez a 14 anos, quando ocorrem o crescimento acelerado do corpo e a modificação dos hormônios com a chegada da maturação sexual (GAMBADELLA; FRUTUOSO; FRANCH, 1999). As necessidades nutricionais se intensificam e se impõem como um fator indispensável. Na adequação de medidas, na perda ou ganho de peso, esses fatores devem ser levados em conta para que não se coloque em risco a saúde das adolescentes.

Esse “controle” da beleza e do corpo das modelos também se evidencia na pesquisa de Palmeira (2013). Ela afirma que todas as modelos narraram que mudaram seus hábitos depois que entraram no curso New Face, principalmente no que concerne ao aspecto corporal. Uma das modelos avaliadas opinou a respeito das exigências quanto ao corpo:

Modelo: Bom, eu acho positivo e negativo ao mesmo tempo, porque positivo, é... O lado positivo disso é que você tem que estar se cuidando realmente e é verdade você tem que se cuidar para fazer... Pronto: uma pessoa vai fazer divulgação para sua loja, você quer que a pessoa seja bonita, mas pra isso você tem que se cuidar, então eu acho que nesse ponto, as agências têm que pegar mesmo, têm que cobrar bastante para a pessoa cuidar. Por outro lado, quando você não se arruma... A pessoa tem que entender porque às vezes é difícil essa pressão de ser bonita, tem que estar bonita, é meio difícil seguir. (PALMEIRA 2013, p. 118).

É pertinente uma reflexão sobre essa rigidez corporal e o que as “regras” de embelezamento causam nas jovens modelos, um impacto nas suas rotinas e no seu olhar sobre seu corpo. Ao ser questionada sobre o corpo de outras modelos da agência, se nas seletivas existia um olhar sobre os outros corpos que concorriam à vaga e se isso poderia lhe despertar sentimentos negativos ou incapacidade, a modelo B diz: “Eu não fico olhando os corpos das pessoas e comparando, eu sei que tenho que emagrecer, mas eu não fico comparando”.

Sobre os padrões estabelecidos por esses agenciamentos, e em especial o do quadril, é de se pensar como o corpo da mulher brasileira, conhecido pelas curvas “exóticas”, transita nesse espaço. A abordagem de Freyre (1987) acerca do corpo miscigenado e equilibrado em contrastes da mulher brasileira choca-se com a ideia de que esta mesma mulher deva assimilar passivamente não só a moda europeia, como também seu padrão corporal.

A modelo B, no quinto item do Quadro 2, demonstra ter consciência do padrão que é exigido pelo mercado e do real padrão brasileiro, além da necessidade de adequação corporal para ter uma carreira de sucesso:

Pesquisadora: Você acha que o padrão da moda condiz com a maior parte da população?

Modelo B: Não, é bem diferente, porque as mulheres brasileiras têm o corpo bem mais desenhado, e as outras são bem mais retinhas, não têm muita bunda nem muito peso.

Pesquisadora: Você acha justo? Por que você acha que a moda insiste nisso?

Modelo B: Olha, eu acho que é porque eles têm um padrão para todas, e que sempre foi isso, que sempre foi esse padrão, aí a pessoa que não é desse padrão tem que ficar, e o pessoal que olha as revistas e eles tentam ter aquele corpo, eu acho meio errado, mas se é o que eles exigem, né?

Martinez (2003) afirma que as modelos devem seguir as condutas de embelezamento, de higiene e regras de padrões corporais e vestimenta, a qual deve ser simples para não atrapalhar a imagem perceptiva que a modelo vai passar. A modelo é avaliada como uma tela em branco, como um molde, para que corresponda aos diferentes estilos que uma modelo pode assumir. A compreensão de seus traços físicos ou desenho corporal possibilita as estratégias de venda da sua imagem.

Também para Martinez (2003), a modelo por si só vende sua imagem e o “segredo” consiste na adequação às regras do mercado e no diferencial desenvolvido por cada modelo para se destacar entre as concorrentes. Segundo Palmeira (2013), é tornar seu corpo ou sua imagem mais um produto atrativo, “original”, personalizá-los para que sejam atraentes.

Quando questionada sobre sua imagem corporal, a modelo B afirma que seu corpo se assemelha ao formato de um triângulo invertido, por ter o ombro mais largo. Analisando-se as imagens feitas, percebe-se um corpo mais sinuoso, apesar dos ombros mais expressivos e visualmente maiores, o que leva à assimilação da percepção corporal da modelo.

A consultora de imagem Christiana Francini (2002), afirma que na execução de uma consultoria, antes de separar o corpo em partes a serem dissimuladas é feito o que se denomina “teste do espelho”. Nele, a cliente pode analisar seu corpo e escolher dentre estas formas: ampulheta ou oito, retângulo, triângulo e triângulo invertido, mostradas na figura abaixo. A autora revela que as mulheres almejam ter o corpo em forma de ampulheta ou oito. Já quanto às modelos, muitas têm um corpo mais sinuoso, mas o triângulo invertido e o retangular predominam.

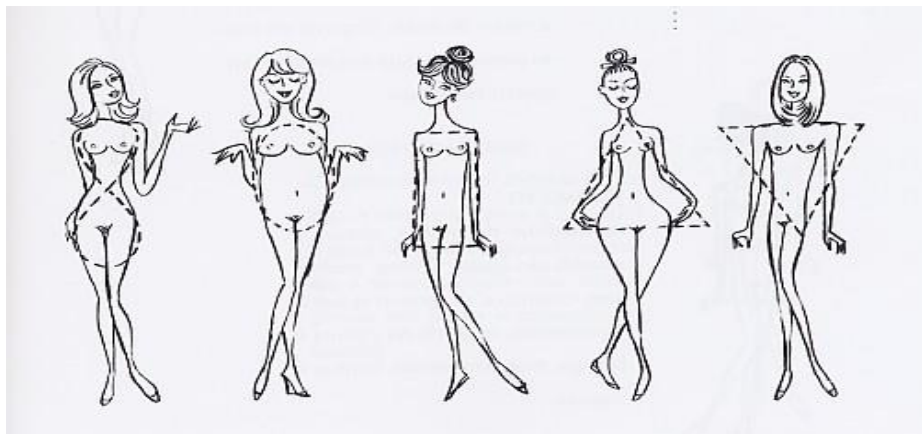


Figura 15 – Formas do corpo
Fonte: Ilustração de *Os segredos do estilo*, 2002

Quando perguntada se enxergava seu corpo igual aos das modelos nas revistas de moda, a modelo B diz que sim. Porém, sobre aquelas que desfilam por passarelas como a da São Paulo Fashion Week¹⁵ (SPFW), afirma que são bem mais magras e que teme não chegar àquele padrão, revelando insegurança em relação ao alcance do *corpo-molde*:

Pesquisadora: Você enxerga seu corpo nos desfiles? Nas revistas de moda? Você se percebe igual ou diferente delas?

Modelo B: Consigo. Igual.

Pesquisadora: Nas passarelas do São Paulo Fashion Week você consegue enxergar seu corpo igual ao das modelos?

Modelo B: Elas são bem mais magras, aí eu fico com medo, mas nada que me impeça, eu acho que elas são bem magras porque cada uma tem seu biótipo.

Pesquisadora: Você acha que consegue chegar a esse corpo?

Modelo (B): Sim, mas na minha faixa, igual, mas dentro do meu biótipo.

Pesquisadora: Qual é o seu biótipo?

Modelo (B): Elas são mais magras, ficam mostrando os ossos, e eu acho que até o meu pai mesmo não iria gostar que eu ficasse assim, eu acho que elas são muito, muito magras, e eu acho que é o corpo delas eu acho que eu tenho que ficar magra, mas no meu limite, é 87 o máximo de quadril, eu acho que tenho que ficar com 87, mas acho que elas têm menos.

Assim como a modelo B, uma das modelos entrevistadas por Scmitz (2013) fala sobre seu “encaixe” na profissão de modelos. Sua história é relatada desde que, ainda pequena, fez cursos de modelos e participou de seleções:

¹⁵ São Paulo Fashion Week (SPFW): Considerado o maior evento e semana de moda da América Latina e quinta maior do mundo, ficando apenas atrás das semanas de Paris, Milão, Nova York e Londres. Site oficial: <http://sp.fashionweek.com.br>.

Mesmo em idade infantil, o peso e as medidas foram mais de uma vez cobrados pelas agências e nos testes para comerciais. Perdeu a possibilidade de participar de um desfile por questão de um quilo, ela pesava 30 kg, enquanto deveria estar com 29 kg. Depois dessa exigência, ela diz que fez “*um regimezinho, e emagreci*”. Segundo o pai, perdeu um pouco da barriguinha. E o que mais ela perdeu foi outro trabalho, pois resultou que ela ficou quatro centímetros abaixo da medida da cintura. Outro problema que ela enfrentou, ainda criança, foi o tamanho do busto, que deveria ser maior, segundo seu relato (SCHMITZ, 2013, p.171).

A vivência dessa modelo se assemelha à experiência da modelo B, no que diz respeito a precisar perder medidas para alcançar um *corpo-molde*. Relativamente ao caso citado por Schmitz (2013), acabou se desligando da agência por não comparecer mais aos testes, ou mesmo sequer realizar a visita anual para que verificassem altura, peso e medidas. A modelo entrevistada pela autora ainda traz um critério importante visto nas agências, o de trabalhar com as “queridinhas” ou modelos que já possuem o *corpo-molde*:

[...] da última vez que eu tive lá [na agência], eu tinha que emagrecer um quilo. E eu fiquei muito braba porque era só “um quilo”. Daí depois eu parei de ir porque também todos os trabalhos que eles me mandavam era praticamente no mesmo lugar, e lá tinha pessoas que eles só aceitavam as conhecidas, as queridinhas... e eu nunca conseguia trabalho. Aí eu parei por um tempo. (SCHMITZ, 2013),

Voltando à modelo B, ela sofre cobranças difíceis de serem absorvidas na fase da adolescência, por não atender aos padrões exigidos. Seu corpo teria ficado preso ao *corpo-encaixe* e não alcança o *corpo-molde*, segundo o que diz o agenciador:

Agenciador: Você está linda hoje, mas eu viajo o Brasil todo e tem várias lindas como você. Seu momento está sendo agora, se eu achar uma menina aqui na moda, com o mesmo perfil que você, bonitas da mesma forma ou até mais bonitas que você, você se desclassifica para próxima seletiva. Até ontem você era minha prioridade aqui na agência, hoje você já não é mais, você era considerada minha “top” e eu vim aqui em Salvador para buscar você. Hoje em dia já não é mais você, minha prioridade agora é a modelo D. Se você tivesse aproveitado as oportunidades, estaria no exterior.

Entretanto, diante das rígidas obrigações e do não alcance do *corpo-molde* pela modelo B, cabe ressaltar mais um trecho importante da tese de Schmitz (2013), no qual ela traz que o sonho de ser modelo é muito maior que os entraves na adequação ao padrão de beleza vigente. Pode-se dizer que, frente ao percurso do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde* para a construção do corpo de uma modelo de sucesso, as exigências e limitações por vezes se fazem pequenas diante do sonho do prestígio, sucesso e *glamour* que a profissão carrega.

2.4.3 Análise 3 – Modelo C

Aos 17 anos, classe média baixa, estudante do terceiro ano do Ensino Médio, já tem contrato assinado com a agência da capital baiana e é considerada uma das promessas das passarelas. Desde muito nova, sofria *bullying* por ser muito magra e não aceitava seu próprio corpo, achava-o excessivamente magro e desprovido de curvas, como um corpo feio se comparado aos das amigas.

MODELO C
QUESTÕES QUE ENVOLVEM A PERCEPÇÃO CORPORAL DA MODELO C
<ol style="list-style-type: none"> 1. “Antes de entrar na agência via o meu corpo, como um palito, muito, muito, muito magra”. 2. “Agora eu continuo magra, mas tenho mais curvas, e tenho mais corpo que antes”. 3. “Quando eu olho no espelho acho meu corpo parecido um pouco com uma ampulheta, mas eu não acho que seja muito, não”. 4. “Só preciso reduzir mesmo o quadril, mas eu acho que nada exagerado no meu corpo”. 5. “Eu gosto do reflexo do meu corpo, gosto do que eu vejo, eu me sinto feliz e satisfeita”. 6. “Ainda não me identifico com o corpo de modelos como as de Nova Iorque. Ainda não, falta perder umas medidas”. 7. “Eu não me aceitava muito, sabe? Ser magra, bem magra. Antes de entrar na agência eu já me aceitava um pouco, mas hoje em dia eu já vejo que o meu corpo é bonito, que ser magra é bonito, porque o padrão da mulher brasileira é ter corpão, né? E aí eu via todas as minhas amigas cheinhas de corpo e aí eu achava que o meu era feio, e tinha muito do <i>bullying</i> também; todos me chamavam de muito magra, mas eu comecei a me aceitar. A entrada na agência mudou a alimentação, e melhorou os meus cuidados com o meu corpo, porque eu era muito desleixada”. 8. “Não sei, eu tenho pouco peito e a cintura assim fina, um pouco de gordurinha na barriga, e só”.

9. “Eu acho que as modelos são só as que mostram as roupas, as que vão sair nas revistas, e não o corpo da mulher brasileira. Mas é só para mostrar a roupa, não diz que você precisa ser daquele jeito”.

10. Satisfação relatada: nota 9.

CORPO NA IMAGEM FOTOGRÁFICA



Quadro 3 – Modelo C
Fonte: a autora (2016)

Com participação nas seletivas de agências em São Paulo e já enfrentando as difíceis tarefas da profissão, a modelo C alega que se identifica com o mundo. Tamanha fascinação pela carreira de modelo também é enfatizada nos discursos das modelos A e B, sendo explícito na amostra avaliada o sonho em ser modelo. Essa evidência está em sua narrativa, conforme abaixo e no item 1 do Quadro 3:

Pesquisadora: Você sempre quis ser modelo, foi uma coisa que aconteceu, ou você achou que tinha o corpo de modelo e resolveu vir para a agência?

Modelo C: Eu sempre gostei muito, sempre achei muito bonito, e desde pequena tinha isso das pessoas falarem que eu era boa para ser modelo; aí sempre pesquisei com a minha mãe, e eu via na televisão e adorava; sempre amei tirar fotos, então é um mundo que eu me identifico.

A trajetória desse corpo de modelo tem a imagem de um corpo magro ou esbelto cada vez mais forte na sociedade. O público feminino, para manter esse corpo magro, aderiu a dietas, exercícios e tratamentos estéticos. A mulher magra era (e é) muito mais do que uma moda, sua magreza tinha um quê de liberdade e atitude (SCHMITZ, 2013).

Quando indagada sobre a mudança em seu corpo, a modelo C ressalta o padrão estético do corpo feminino das mulheres brasileiras e a percepção que as modelos propagam:

Pesquisadora: Você acha que a moda dita um padrão de corpo que deveríamos ter?
Modelo C: Eu acho que só as que mostram as roupas, as modelos, as que vão sair nas revistas, e não o corpo da mulher brasileira, mas só para mostrar a roupa, não diz que você precisa ser daquele jeito.

A entrada na agência transformou a percepção que a modelo C tem de si mesma e de seu corpo. Ela conta que não se aceitava por carregar um corpo muito magro, mas o fato de encontrar corpos parecidos com o seu na agência a deixou mais familiarizada e a fez enxergar seu corpo de outra forma, como um corpo mais bonito. A agência também contribuiu para que ela cuidasse melhor da alimentação e do físico e para o fim dos casos de *bullying*.

Schmitz (2013) traz reflexões sobre a construção da identidade feminina, que pode ser vista como uma instância em constante formação, aprimoramento, mudança, ou seja, um *continuum*. O ingresso na agência é um momento de muita importância às jovens modelos, pois lá é onde elas encontram as bases para a percepção do seu corpo, do seu olhar sobre a beleza e de forma mais profunda sobre sua identidade. No caso da modelo C, com sua mudança de percepção corporal e sua própria aceitação, mudou também seu relacionamento com os outros: “as pessoas me aceitaram”.

O corpo feminino é visto como uma exposição pública de sucesso, e a magreza é tida como sinônimo de controle, competência, projeto de vida a ser eternamente alcançado: “[...] formas lineares dadas como garantia de eficácia” (VIGARELLO, 2006, p. 187). Sendo a forma linear a forma desejada no âmbito da beleza e da moda, à forma de ampulheta da modelo C é atribuído um excesso de curvas, o que tende a promover insatisfação e desejo de mudança corporal.

Sobre o público que a percebe, ou seja, sobre as mulheres brasileiras, a modelo C opina de forma consciente a respeito do corpo de uma modelo e a relação com esse público: “Eu acho que as modelos, são só as que mostram as roupas, as que vão sair nas revistas e não o corpo da mulher brasileira. Mas é só para mostrar a roupa, não diz que você precisa ser daquele jeito”.

Em um espaço de corpos magros considerados belos e ideais, as modelos passam a viver uma nova realidade com seus corpos, seus costumes, sua beleza e seu olhar perante o espelho. A preocupação estética corporal foi atribuída, sobretudo, aos holofotes da profissão de modelos, tornando-se um recurso eminentemente feminino (CAMPOS, 2009).

A associação feminina com a beleza, de acordo com Schmitz (2013, p. 45) se inicia na infância e, portanto, permeia também o período juvenil das garotas. Lembrando-se que a profissão de modelo inscreve uma relação direta entre o feminino e a aparência, pode-se concluir que começar e fazer sucesso nessa carreira também está ligado a uma realização feminina, dentro da dimensão da beleza que constitui a identidade da mulher.

É notória a quantidade de lojas, departamentos, clínicas de estéticas e toda a indústria de embelezamento que nas últimas décadas se apropria de modelos mulheres para ser a garota-propaganda da vez. De acordo com Palmeira (2013), se para mulheres da sociedade a preocupação com a aparência é tão marcante e intrínseca, imagine para as modelos que vivem o capital-beleza-corpo para ingressar e se manter na profissão?

Campos (2009) aborda o processo extrínseco e intrínseco que o público feminino, como a modelo C, vivencia no que tange à beleza. O processo extrínseco se dá pelas expectativas sociais que são criadas em torno dessa postura sobre a própria definição do ser mulher e modelo. O processo intrínseco se forma a partir dos *selves* individuais de cada um.

Cabe assinalar, conforme destaca Schmitz (2013), o período vivenciado pelas jovens modelos. A modelo C, na maturação do seu corpo na adolescência, bem como na construção do seu olhar sobre si, na conciliação dos processos internos e externos frente à entrada na agência de modelo, gera um novo contexto processual corporal, o de ser molde. Há o difícil dever de passar pelo processo do *corpo-encaixe* até atingir uma carreira bem-sucedida.

Na transição da infância para a adolescência, a menina vive o seu amadurecimento corporal, que traz consigo uma forte necessidade de pertencimento a um grupo social tomado como referência, envolvendo o compartilhamento de estilos de aparência, vestimenta e comportamento. A mídia, principalmente através das revistas e da televisão, e hoje, mais precisamente, das redes sociais, oferece referenciais para cópia, facilitando que amigas e colegas compartilhem do mesmo ideal (SCHMITZ, 2013).

Parte-se do pressuposto de que as exigências constantes sobre o peso, a qualidade da pele, a beleza do cabelo, e toda a aparência física a que são submetidas às meninas que trabalham – ou gostariam – como modelos profissionais possam levá-las a um uso muito específico dos referenciais midiáticos. A busca, o consumo e o valor que as próprias modelos e aspirantes atribuem às dicas tradicionais de beleza das revistas, dos sites e da mídia feminina em geral podem ser bem diferentes dos procedimentos de uma jovem que não tem a aparência como pré-requisito para o exercício profissional (SCHMITZ, 2013).

Para Libardi (2004), a profissão de modelo é uma daquelas em que a beleza é um dos aspectos mais importantes. A ex-modelo relata que uma das funções da profissão, e que se

atualiza na contemporaneidade, é associar a beleza e a aparência saudável para vender produtos, serviços e “marcas”.

Segundo Wolf, em sua obra *O mito da beleza*, “[...] nossa identidade deve ter como base a nossa ‘beleza’, de tal forma que permaneçamos vulneráveis à aprovação externa, trazendo nosso amor-próprio, esse órgão sensível e vital, exposto a todos” (1992, p. 17). Palmeira (2013, p. 118) afirma: “Dessa forma, para essas jovens a beleza não está associada apenas à construção de suas identidades enquanto mulheres, mas também é indispensável no quesito da profissão: quanto mais bonitas, mas trabalhos fazem e mais bem sucedidas se tornam”. Nesse sentido, elas moldam suas vontades e desejos no intuito de capitalizar essa beleza natural.

Na contemporaneidade, um corpo jovem e bonito – leia-se magro – é possível a toda e qualquer mulher, mediante empenho pessoal e investimentos econômicos, o que faz com que o acesso à beleza seja condicionado à quantia que se disponha (LIPOVETSKY, 2000). É uma situação também apontada por Sant’Anna (2014), que salienta os recursos do tempo e investimento do embelezar feminino. O que não seria democrático, visto que a condição financeira interfere – e muito – nessa possibilidade.

Diante das adequações do corpo e suas colocações no mercado e na mídia, a imagem corporal das modelos adquire contornos inquietantes. A proporcionalidade da imagem da modelo C é visível na imagem projetada se assimilada à forma de “ampulheta”¹⁶, devido à cintura fina e às proporções de ombro e quadril, algo que ela própria reconhece timidamente em sua fala do terceiro item do Quadro 3:

Pesquisadora: Quando você se olha no espelho, a imagem do teu corpo te remete a alguma forma?

Modelo (C): Um pouco ampulheta, mas eu não acho que seja muito não.

Apesar de saber que precisa reduzir o quadril para adequar seu corpo a um corpo de modelo (*corpo-molde*), ela se mostra confiante. Afirma que está feliz com sua imagem projetada no espelho e que faria pequenas mudanças no seu corpo ou apenas uma redução nas medidas no quadril: “Só preciso reduzir mesmo o quadril, mas eu acho que nada exagerado no meu corpo”. E completa, detalhando seu corpo no item 8 do Quadro 3: “Não sei, eu tenho pouco peito e a cintura assim fina, um pouco de gordurinha na barriga, e só”. Seu relato

¹⁶ A forma de corpo semelhante a uma ampulheta ou oito é um corpo que tem proporção em medidas semelhantes de ombros e quadris, com a cintura bem delineada (FRANCINI, 2002).

justifica sua nota 9 na autoavaliação. Nas falas abaixo, ela expõe sobre a temática da satisfação e a medida do quadril:

Pesquisadora: Você acha seu corpo adequado para o de uma modelo?
Modelo (C): Não, por causa do meu quadril que é muito largo.

Pesquisadora: Você está satisfeita com o seu corpo?
Modelo (C): sim.

Pesquisadora: Quando você olha seu reflexo na vitrine de uma loja, você acha o que do seu corpo? Você gosta do que vê?
Modelo (C): Eu gosto do que eu vejo, eu me sinto feliz e satisfeita.

Sobre a estética de um corpo magro, Lipovetsky (2000, p. 138) sustenta que a beleza longilínea está ligada à promoção de uma arte cujas tendências são rejeitar a ornamentação e simplificar as formas artísticas para chegar à “estética feminina”: “A estética da linha é para a mulher o que o despojamento e a abstração são para arte moderna”. Novaes (2006, p. 72) reforça o questionamento da estética longilínea:

Estar magra é positivado em qualquer contexto, discurso ou meio de sociabilidade. Estar magra é o melhor capital, portanto, a melhor forma de inclusão social e, por fim, a moeda de troca mais eficaz. Ser magra, nos dias atuais, é um adjetivo de beleza. Esta última por sua vez, reforça e condiciona a feminilidade.

Muitas consumidoras dessa imagem propagada sentem-se seduzidas a ter um corpo igual aos de modelos. Del Priore (2000, p. 11) afirma: "Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nossos corpos da desgraça da rejeição social. Nosso tormento não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho".

Cabe ressaltar o pensamento de Lipovetsky (2000) de que a “beleza-para-a-moda” encarnada pelas modelos difere da “beleza-para-o-desejo-masculino” que comumente é retratada no cinema. A estética “cabide” das *top models* destina-se a encantar as mulheres como consumidoras de moda e de mídia, especialmente de revistas, uma vez que são elas que buscam esse tipo de referência de beleza, mas se distancia das marcas tradicionais da sedução feminina aos olhos dos homens.

Eco (2007, p. 28), por sua vez, faz menção à história da beleza no período dos anos de 1980 para a década de 1990 quando “[...] a graça anoréxica das últimas modelos; a beleza negra de Naomi Campbell e a nórdica de Cláudia Schiffer” se fincaram como padrões corporais preconizados até hoje. A fala da modelo C mostra as pressões oriundas da busca pelo atendimento a esses padrões:

Pesquisadora: Você fica apavorada se ver que estar engordando e esse sonho de ser modelo pode não se realizar?

Modelo C: Não, só se eu vejo que estou precisando perder peso, eu fico chateada.

A modelo C vive este encaixe do corpo através da redução de medidas do quadril. Martinez (2009), em sua pesquisa com a temática da experiência de se tornar modelo profissional, inscrita na relação entre modelos, imagens e consumidores, destaca que nas suas entrevistas com modelos o corpo aparecia como uma categoria fundamental, representando a ruptura entre a carreira de modelo e a vida na cidade de origem.

O ingresso na agência marca a relação de aprisionamento corporal que, segundo Beauvoir (1949), está vinculada a ideia de disciplina, investimento e autovigilância constantes. A conscientização sobre o corpo é um dos primeiros aprendizados de uma modelo, que deve estar atenta a cada centímetro de altura, miligrama de gordura, aos defeitos e virtudes de cada parte do seu corpo e sempre buscando o aprimoramento deste.

Quanto ao sacrificar do corpo para chegar ao *corpo-molde*, em nível de modelo internacional, a modelo A diz, no sexto item do Quadro: “Só sacrificando para saber, né? Desde que eu me sinta bem. Ainda não me identifico com o corpo de modelos de Nova Iorque. Ainda não, falta perder umas medidas”.

O conflito para modelos se passa entre como alcançar um *corpo-molde* através do *corpo-encaixe* e a luta de medidas incessante do quadril e quilogramas da balança, em prol de uma meta grandiosa:

Pesquisadora: O que você sente quando vê os desfiles, as meninas da passarela?

Modelo (C): Eu sinto vontade de estar lá, eu gosto muito, quando eu era pequena eu desfilava para a loja que minha mãe trabalha, mas depois eu parei, e voltei desfilando agora em dezembro [2015], depois de desfilando eu me senti realizada.

Sobre a modelo C, questiona-se de que forma ela é consciente do seu corpo e que percurso que o *corpo-encaixe* faz até atingir o *corpo-molde*. De fato, ela o atingiu. Focada e determinada do início até o fim desta pesquisa, ela manteve contato com a pesquisadora, buscando adequar suas medidas através da mudança alimentar e cuidados com a beleza.

Com o acompanhamento da pesquisadora e orientações da agência, foi aprovada na edição 2016 do concurso de beleza The Look of the Year, responsável por revelar Gisele Bündchen em 1994. O evento descobre os novos talentos que prometem brilhar nas passarelas daqui para frente.

2.4.4 Análise 4 – Modelo D

Com 18 anos, natural da cidade de Vera Cruz, a modelo D foi para a capital baiana tentar o sonho de ser modelo. Hoje, mora sozinha e estuda Relações Públicas. A menina que sempre teve vergonha do próprio corpo por ser muito magra achou na agência uma forma de se encontrar, acreditando que, estando em um lugar em que todas as meninas fossem altas e magras, se sentiria à vontade.

MODELO D
QUESTÕES QUE ENVOLVEM A IMAGEM CORPORAL DA MODELO D
<ol style="list-style-type: none"> 1. “Eu cheguei à agência no intuito de melhorar o meu corpo, porque eu vi que as meninas têm basicamente o mesmo corpo que eu, e eu me sentiria melhor nesse grupo, por isso que eu vim para cá. Eu tinha essa vontade de ser modelo”. 2. “Não que meu corpo está adequado para modelo, eu acho que estou abaixo do peso”. 3. “Acho que meu corpo é reto! Não tem curvas nem quadril”. 4. “Algumas coisas estão nos lugares do meu corpo, mas eu acho que falta alguma coisa; eu sei que reclamo muito, mas falta alguma coisa”. 5. “Já fiz dieta maluca; eu comecei a comer muita coisa, muito hambúrguer, e aí eu peguei uma infecção intestinal, estomacal, e eu fiquei bem mal, perdi muito líquido e emagreci mais; eu até tinha conseguido ganhar peso, engordei uns cinco quilos, mas quando fui para o hospital eu perdi tudo de novo”. 6. “Não fiz muitos trabalhos na agência, por causa disso, o meu quadril! Eu já fui chamada para várias seleções, até para a agência de São Paulo, mas meu quadril é muito abaixo. Vestida eu tenho 84 cm, mas quando eu não estou com 84 cm, com certeza eu tenho muito menos”. 7. “Sim, a moda dita o corpo que a modelo deve ter, de certa forma sim, ela dita um número para cada local do corpo. Peito 77 cm, cintura 60 cm e no máximo 90 cm de quadril. Sapato tem que ser 38, porque a maioria é esse numero, se você calça menos ou mais, tem que ser o sapato que esta lá, mesmo que apertado”. 8. “Sinto-me péssima quando não sou aprovada; é como se tivesse ido tudo por água abaixo. É como quando chego a uma seleção e têm 50 meninas, eu fico entre as 10, mas quando eu olho o corpo das meninas, eu já imagino logo que não vou passar, no último concurso foi exatamente assim”.

9. “Espelho-me na Hellen Santiago, a Babi Valente, que é daqui de Salvador, eu não me espelho em modelos famosas assim, porque sei que não sou parecida. Acho que elas são demais, é um corpo surreal, né? São corpos malhados, são magras, mas são definidas, o corpo no lugar, peitos perfeitos, parecem até deusas! Mas perfeita mesmo, só a Gisele”.
10. “Não consigo de jeito nenhum enxergar meu corpo nas revistas de moda, raramente, e eu me pergunto por que, né? Por que elas conseguiram chegar lá? Se meu quadril é considerado um problema, e por que elas conseguiram? Desfile, passarela, mas eu ainda sou muito mais magra que elas, e às vezes tem os comentários que aqui dentro da própria agência, por exemplo, porque eu sempre sou a mais magra, e me dói muito”.
11. “Sim, sou muito insegura, não me sinto bem, aí fico muito acanhada”.
12. “Não, eu não sei o que eles pensam, sabe? Se eles querem diferenciar, ou que o corpo de uma mulher pode parecer de uma boneca, é como um cabide, mas se você não for famosa, você não tem nome”.
13. “É mais um cabide mesmo, essa é a palavra, CABIDE! E você nunca está pronta, sempre falta algo, aqui eu posso me preparar e ganhar corpo, mas pode ter uma agência que vai dizer que eu engordei”.
14. “Assim, eu pesquisei bastante, vejo nas agências, e o padrão é esse, são os números que dizem que a gente tem que ter”.
15. “Sim, não é que eles barram, mas eles acham diferente; que tem que ser uma modelo com aparência europeia para a propaganda de um shopping, por exemplo, as modelos negras são sempre as primeiras a serem eliminadas”.
16. “Difícil darem preferências às modelos negras, muito difícil, só para trabalhos característicos, e mesmo assim não pode ter o cabelo alisado, tem que ser crespo ou com a cabeça raspada, é uma das regras, não é falado, mas eu percebo”.
- 17. Nota de satisfação corporal: 5.**

CORPO PROJETADO NA IMAGEM FOTOGRÁFICA



Quadro 4 – Modelo D
Fonte: a autora (2016)

Ao contrário das outras meninas, ela se esforça para ganhar peso e aumentar suas medidas, pois está sempre abaixo dos critérios exigidos e acredita que precisa de uma imagem mais saudável. Conta não conseguir alguns trabalhos por seu corpo muito magro e, principalmente, por ser negra. A modelo revela sofrer muito preconceito e diz que em alguns desfiles só há negras por ser obrigatória a cota de apenas 10%, devido ao acordo do Ministério da Previdência Social com a empresa Luminosidade, responsável pela São Paulo Fashion Week e Fashion Rio (RAMALHO, 2014).

O trabalho de RUGGI (2005) intitulado *Aprendendo a ser a corporificação da beleza* lança luz ao fato de que ser modelo consiste num aprendizado, tanto de técnicas corporais como de conduta. Através também de entrevistas semiestruturadas, a autora pesquisou 19 alunas de um curso de modelos. Sendo esta pesquisa também uma análise em uma agência que tem cursos de modelos, percebe-se a mudança na relação com o meio social e corporal da modelo D após sua chegada à agência, conforme fala primeiro item do Quadro 4:

Pesquisadora: O que mudou em seu corpo durante esse tempo na agência?

Modelo D: Na verdade, eu cheguei à agência no intuito de melhorar o meu corpo, porque eu vi que as meninas têm basicamente o mesmo corpo que eu, e eu me sentiria melhor nesse grupo, por isso que eu vim para cá. Eu tinha essa vontade de ser modelo.

A sensação de pertencimento fica evidente na narrativa da modelo. Seu corpo passa a se identificar com outros corpos dentro de um mesmo espaço, que é a agência de modelos. Segundo ela, “[...] as meninas têm basicamente o mesmo corpo que eu”. No entanto, ao longo da narrativa ficam expostas as limitações dessa identificação:

Pesquisadora: Você acha que seu corpo está adequado para um corpo de modelo?
Modelo D: Não, eu acho que estou abaixo do peso.

Dentro do senso comum, estar em uma agência de modelo já remete a um pertencimento, mas para as jovens da pesquisa não basta só fazer parte desse contexto, é preciso adequar o corpo para a profissão. A modelo D, em particular, relata que está abaixo do peso ou do parâmetro exigido, logo se enquadra como *corpo-encaixe* em busca de atingir o *corpo-molde*.

A nota de satisfação da modelo D foi 5, a menor dentre todas da amostra. Sua autoavaliação se justifica com sua percepção corporal, revelada quando a pesquisadora pergunta o que ela acha do próprio corpo: “Nossa! Eu acho que... Não gosto muito; na verdade eu sempre tive vergonha de ficar de biquíni, tirar foto, mas eu estou melhorando; isso aqui foi uma forma de eu conseguir melhorar um pouco mais”. Apesar disso, a adolescente diz que entrar na agência melhorou sua relação com ele.

O ofício de ser modelo envolve uma adequação do corpo, visto que este é um instrumento de trabalho:

Ser modelo não é uma brincadeira, nem deve ser seu *hobby* predileto. É uma profissão. Assim como um médico precisa adquirir conhecimento, estudar seis anos, fazer residência, gastar com livros, etc., e manter-se atualizado para clinicar, o modelo também tem suas obrigações. A principal delas é estar em dia com a aparência (cabelo, pele, corpo). Outra é ter dinheiro para investir no início da carreira. Gastos com roupas e material fotográfico são imprescindíveis. Não considerar séria essa profissão ou nem considerá-la como profissão é um preconceito que não se aplica à realidade de profissionais como Gisele Bündchen. (LIBARDI, 2004, p. 79).

Em relação à forma de seu corpo, assim como nas outras narrativas, o quadril também apareceu como insatisfação. Mas ao invés do excesso temido pelas outras modelos, a modelo D se esforça para ganhar medidas e aumentar o quadril. Mesmo possuindo um corpo reto e tubular (requerido na moda), ainda assim, por falta de alcance de medidas, ele não é considerado um *corpo-molde*.

Na construção do corpo de uma modelo, o percurso do *corpo-encaixe* para o *corpo-molde* pode causar sentimento de incompletude, seja pelo objetivo de perder peso e medidas,

seja pelo desejo de ganhá-los. Se nas falas das modelos A e B são “pequenos detalhes”, ajustes que parecem pequenos, para a modelo D tomam uma dimensão bem maior, faltando sempre “alguma coisa”.

Na pesquisa realizada por Pereira (2008) no Projeto Lente dos Sonhos, no Centro de Tecnologia em Moda do Senac do Rio de Janeiro, também com adolescentes candidatas a modelos, o destaque vai para a fala de uma das entrevistadas, que, assim como a modelo D viveu o sentimento de pertencimento: “Porque eu vejo as outras garotas que também são muito magras, então eu entrei no meu mundo” (PEREIRA, 2008, p. 162). Trata-se da certeza de que há um mundo possível para quem é magra como ela.

No que se refere ao sentimento de satisfação, sobressai outro trecho da entrevista feita por Pereira (2008):

Tem vezes que me acho magra demais. Mas tem vezes que não, porque acho que é o peso ideal pra minha idade. O comentário das pessoas me incomoda. Eu gosto de ser magra. Se eu for gorda demais, as pessoas falam. Se eu for magra demais, também falam, entendeu? Mas eu não me importo, não, eu estou satisfeita, estou feliz assim. Eu acho normal, porque se ela quer ser modelo, mesmo, tem que fazer o que os professores pedem. Não acho que é exagerado. Acho que se eles estão pedindo isso, é porque elas têm que chegar no peso ideal que eles querem. Não são eles que estão querendo, é o mundo da moda que quer elas daquele jeito. (RA, 13 anos, aluna do Senac).

Das entrevistas realizadas, a da modelo D foi de fato a mais tocante para a pesquisadora. Foram feitas várias pausas, pois a entrevistada silenciou e chorou em alguns momentos, relatando seus sentimentos com seu corpo e com o mundo da moda de forma intensa. Essa intensidade vai além das paredes da agência e das lentes das câmeras fotográficas, pois altera costumes em razão da busca do *corpo-molde*.

A pesquisadora pergunta à modelo D se ela já mudou radicalmente a alimentação para adquirir peso. Ela responde: “Já, eu comecei a comer muita coisa, [...] peguei uma infecção intestinal, estomacal, e eu fiquei bem mal, perdi muito líquido e emagreci mais, eu até tinha conseguido ganhar peso, engordei uns cinco quilos, mas quando fui para o hospital eu perdi tudo de novo”.

Destoando das modelos A, B e C, cujo objetivo era perder medidas para alcançar o *corpo-molde*, a narrativa da modelo D trouxe para a pesquisa uma abordagem diferente sobre as táticas de construção do corpo de uma modelo. Se nas outras entrevistas os termos “dieta” e “restrição” foram frequentes, nesta última foram relatadas práticas prejudiciais à saúde para ganhar peso e aumentar o quadril. Surgiu o questionamento de um corpo contraditório, corpo que não pode ser abaixo nem acima da medida estipulada pelas

agências. Sua falta ou seu excesso são fatores excludentes. Foi estranho à pesquisadora, depois de tantas queixas pelos centímetros a “mais” no quadril, escutar que uma modelo precisava ganhar mais medidas e que, por conta dessa falta de centímetros, deixava de ser aprovada nas seletivas dos concursos.

Se o *corpo-molde* é expresso na concepção desta pesquisa em números e medidas, pergunta-se à modelo D se a moda dita o corpo que a modelo deve possuir: “Sim, de certa forma sim, ela dita um número para cada local do corpo. Peito 77 cm, cintura 60 cm e no máximo 90 cm de quadril. Sapato tem que ser 38, porque a maioria é esse numero, se você calça menos ou mais, tem que ser o sapato que esta lá, mesmo que apertado”. Essa busca pela exatidão de medidas nos dias de hoje chega a remeter, de certa forma, ao ideal grego de proporção e simetria (ECO, 2014).

Assim, como abordado, a relação do corpo com a moda é a da produção de um corpo mensurado, métrico que precisa atender a um molde específico para a profissão. E, para alcançar essas medidas, a modelo vive o “construir” do seu corpo de acordo com que o mercado da moda proporciona.

Pereira (2008, p. 35) trata das medidas, trazendo o padrão atual proposto por Pascolato e Lacombe (2003): “Normalmente, uma modelo tem 1,70 metro ou mais e pesa entre 15 e 20 quilos a menos do que sua altura. Por exemplo, se você tem 1,75 metro, deve pesar cerca de 55 quilos.”

No campo da moda, atribui-se às medidas do corpo de Gisele Bündchen o momento de transição entre ideais de beleza distintos e também a abertura do mercado internacional para as modelos brasileiras, que passaram a ser uma importante referência. Gisele traz um novo panorama, de um *corpo-molde* que exclui aquele que não o atinge por falta de medidas. A citação de uma das entrevistadas de Pereira (p. 181, 2008) esclarece essa concepção:

Chegou uma época que você olhava uma capa de revista, uma Vogue, principalmente, as modelos pareciam aidéticas de tão magras. Eu tenho certeza que qualquer pessoa, em sua consciência, olhava aquela roupa e não se sentia atraído pela roupa, porque aquela pessoa que tava com a roupa que leva a roupa pro consumidor, não agradava. Ela pensava, ‘pô, mas, magra, hein? Que olheira, hein?’. O meu bom senso me leva a crer que o pessoal começou a vender menos. [...] E aí cai, nesse exato momento, nessa transição, a Gisele, que é magra, mas com uma cara saudável, coradinha, com uma bochechinha, com um corpo magro, mas definido, com perna bonitinha, músculo, com bundinha, e tal, ela é uma mulher magra, manequim 38, mas as pessoas olham pra ela e vêem saúde, então volta aquela geração saúde novamente, então a moda já muda (HM).

A modelo D permitiu analisar a relação entre a percepção corporal e o sentimento despertado pela não aprovação em algumas seletivas, ou melhor, por não atingir o *corpo-molde*. Assim ela descreve como se sente quando reprovada: “Péssima, é como se tivesse ido tudo por água abaixo. É como quando chego a uma seleção e têm 50 meninas, eu fico entre as 10, mas quando eu olho o corpo das meninas, eu já imagino logo que não vou passar, no último concurso foi exatamente assim”.

Diferentemente das outras modelos entrevistadas, que se mostravam confiantes e empenhadas em driblar os obstáculos na carreira e realizar seus sonhos, a modelo D parece não estar confortável com seu corpo atual, passando por um problema de baixa autoestima. Entre duas pausas na sua narrativa, falar de seu peso e quadril a fez chorar.

Sobre a sensação de exclusão, Ruggi (2005, p. 36) coloca em sua pesquisa o depoimento de uma de suas entrevistadas, cuja vivência é similar à da modelo D:

Como que é a sensação de ser assim descartada ou aceita tão rápido?
É difícil, é difícil porque você não gosta nunca de receber um não, né? É difícil você receber um não, você fica pensando poxa, por que que eu não passei, o que eu tenho, por que que ela passou e eu não passei. No dia assim eu ficava bem mal, ainda mais quando as minhas amigas aqui da CasaBlanca, a minha amiga Liliane, quando elas passavam e eu não, para mim era terrível saber que elas vão, tão lá trabalhando e eu não, não vou tá lá com elas fazendo bagunça no desfile e tudo...

No campo da presente pesquisa, evidenciaram-se as dificuldades que surgem no processo de adequação do corpo aos padrões do mundo da moda, em especial para as modelos de passarela. Na visão de todas as modelos da amostra, suas formas corporais eram fatores decisivos para a inclusão ou exclusão nos concursos propostos pela agência.

No caso da modelo B, seu excesso de peso e sua medida excedente do quadril determinou sua exclusão. Por outro lado, a magreza da modelo D a impede de ter aprovação nas seletivas. Já as modelos A e C, ambas com excesso de peso e medidas do quadril, porém otimistas e determinadas, conseguiram atingir as medidas exigidas e fazer a transição do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*. A construção do corpo de modelo das entrevistadas A e C se deu ao longo desta pesquisa. Suas medidas deixaram de se apresentar como um problema e passaram a ser um fator de inclusão profissional.

O conceito de “imitação prestigiosa”, de Mauss (2003), cabe devidamente aos referenciais sociais que as modelos tomam como “espelho” na construção da sua identidade profissional. Como referências, as modelos entrevistadas citaram, principalmente, Gisele Bündchen e modelos baianas que passaram pela agência pesquisada e hoje fazem sucesso, a

exemplo de Marina Nery. A modelo D foi exceção, mencionando identificar-se com modelos menos famosas, o que talvez seja consequência de seu sentimento de incapacidade de atingir o corpo das modelos mais famosas:

Modelo (D): Tem a Hellen Santiago, a Babi Valente, que é daqui de Salvador, eu não me espelho em modelos famosas assim, porque sei que não sou parecida.

Pesquisadora: Por que você que você não é parecida?

Modelo(D): Acho que elas são demais, é um corpo surreal, né?

Pesquisadora: E como é esse corpo surreal para delas?

Modelo(D): São corpos malhados, são magras, mas são definidas, o corpo no lugar, peitos perfeitos, parecem até deusas! Mas perfeita mesmo, só a Gisele.

A pesquisadora questiona a modelo (D) o que ela acha do corpo de Gisele Bündchen, a modelo brasileira que revolucionou os padrões corporais do mundo da moda: “Eu não sei explicar, eu acho perfeito, tudo no lugar, quadril perfeito”. A pesquisadora pergunta se ela tem informações a respeito do quadril da célebre modelo: “90 cm, sonho! Para mim é, porque eu queria muito ter mais corpo, entendeu?” A modelo D deixa claro que Bündchen é o ideal de perfeição e revela seu desejo de ter mais medidas para chegar ao *corpo-molde*.

Outro aspecto digno de abordagem na entrevista modelo D diz respeito à relação entre produtos midiáticos e percepção corporal. Ela nega que seu corpo seja semelhante aos corpos que ela costuma ver nas revistas de moda, por exemplo:

Modelo D: Não consigo de jeito nenhum enxergar, raramente, e eu me pergunto por que, né? Por que elas conseguiram chegar lá? Se meu quadril é considerado um problema, e por que elas conseguiram?

Pesquisadora: Você enxerga seu corpo mais nas revistas ou nos desfiles?

Modelo D: Desfile, passarela, mas eu ainda sou muito mais magra que elas, e às vezes têm os comentários aqui dentro da própria agência, por exemplo, porque eu sempre sou a mais magra, e me dói muito.

Sua narrativa explicita seu sofrimento por não atingir o *corpo-molde*, além de sua baixa autoestima diante do preconceito sofrido dentro da própria agência por corpos que não estão adequados. Corpos que ainda não são de acordo com Goldenberg (2007) “corpo-capital” que gerem lucro para os empresários.

A baixa autoestima da modelo D pode se explicar em fatos narrados pela própria, como o *bullying* na escola (era chamada de “Olívia Palito” por causa da magreza). Ela reconhece que episódios dessa natureza a fragilizam: “Sim, sou muito insegura, não me sinto bem, aí fico muito acanhada”.

Sobre a ligação existente entre baixa autoestima e percepção negativa da profissão, no estudo de Pereira (2008, p. 164) figura o depoimento de uma estudante de modelo a respeito da percepção corporal e da comparação com padrões:

Acho que o mais difícil é se perceberem como pessoas especiais, elas estão numa fase muito comparativa, para o negativo, acho que a descoberta mais interessante, mais importante que elas fazem é descobrirem a beleza que elas têm. Descobrir que elas têm um dom único, que aquele defeitinho com que ela encanou a vida inteira pode ser um ponto positivo, então são várias descobertas que chegam num ponto comum: elas se aceitarem mais, se sentirem mais à vontade consigo mesmas. (SL).

Modelos podem ser consideradas como cabides sem autonomia, como corpos-capitais. Não decidem qual roupa vão vestir em desfiles, qual vai ser seu papel em comerciais nem qual das diversas fotos merece ser publicada. Daí que sua capacidade de adaptação, a propriedade de camaleão de cada um (a) deles (as), seja tão valorizada. São pessoas que não trabalham nem a própria imagem, antes a vendem para que possam ser trabalhadas por terceiros. Nesse sentido, a modelo D concorda com a concepção de corpo cabide:

Modelo D: É mais um cabide mesmo, essa é a palavra, CABIDE! E você nunca está pronta, sempre falta algo, aqui eu posso me preparar e ganhar corpo, mas pode ter uma agência que vai dizer que eu engordei. Eu pesquisei bastante, vejo nas agências, e o padrão é esse, são os números que dizem que a gente tem que ter.

No corpo cabide, excessos e volumes são retirados das formas femininas, que não devem atrair os olhares, assim como seus movimentos devem ser harmoniosos. “Dócil” (FOUCAULT, 1987), o corpo da modelo se deixa submeter à disciplina e se destitui de seu erotismo; “útil”, ele se instrumentaliza e se transforma em cabide.

Dessa forma, sacrifício, poder e felicidade fazem parte da busca do corpo de modelo, chegando-se a desprezar fatores genéticos, antropológicos, culturais e fisiológicos. A literatura, os editoriais de moda e os anúncios visuais indicam que mesmo no cenário baiano a inserção das modelos negras está muito abaixo do que deveria, o que justifica a narrativa da modelo D.

Os estudos apontam que as garotas brancas quase sempre são maioria nas campanhas. Isso leva a crer que a modelo negra contratada apenas participa do marketing por atendimento à cota determinada pela Constituição do Estado da Bahia (1989): “Art. 289 - Sempre que for veiculada publicidade estadual com mais de duas pessoas, será assegurada a inclusão de uma

da raça negra”. Com isso, a pesquisadora indaga: “Por você ter traços afrodescendentes, você já sofreu algum preconceito? Quando eles dão preferência às negras?”.

Modelo D: Sim, eu e várias amigas, aqui na agência mesmo. Tem que ser uma modelo com aparência europeia para a propaganda de um shopping, por exemplo, as modelos negras são sempre as primeiras a serem eliminadas. Quando eles dão preferência às negras? Difícil, muito difícil, só para trabalhos característicos, e mesmo assim não pode ter o cabelo alisado, tem que ser crespo ou com a cabeça raspada, é uma das regras, não é falado, mas eu percebo.

Segundo Correa et al. (2012), em uma pesquisa sobre análises de campanhas publicadas na revista Vogue e as modelos negras no Brasil, houve destaque para as modelos Emanuella de Paula e a britânica Naomi Campbell, que tiveram uma repercussão superior às expectativas, com vendas bastante acima da média do mês. Derrubou-se um dos mais preconceituosos mitos da mídia impressa: o de que modelos negras não vendem revista no Brasil porque em tese as leitoras não gostam de se ver estampadas na capa, querem apenas sonhar com a mulher intangível.

A britânica Naomi Campbell, a mais velha entre as indicadas e a modelo negra mais famosa, nasceu em 1970 e despontou em meio às primeiras grandes *tops* dos anos 90. Eco (2007) a colocou entre as principais referências de beleza do final do século passado. Interessante constatar que ela ainda sirva de referência às novas gerações, embora se especule que essa preferência possa estar relacionada ao fato de que metade das garotas que a indicaram também é negra.

Pereira (2008) informa sobre a história de Gisele Guimarães, uma modelo negra, destacando suas vivências na profissão. Ela passou por mudanças como a aplicação de *megahair* (aplique de alongamento dos cabelos) para se adequar aos padrões exigidos pelo seu público. Já a modelo D relata sua dificuldade de ter cabelos alisados, conforme ela afirma, para trabalhos característicos.

A análise da narrativa da modelo D finaliza-se com a notícia da sua mudança de agência. Como relatou em seus discursos, ela sofria preconceitos na agência de então, não se sentindo confortável naquele local, o que de certa forma influenciava seu desempenho profissional e a construção do seu corpo de modelo, na transição do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*. Após o acompanhamento nutricional e a finalização da pesquisa, ela começou a ganhar peso, cortou o cabelo alisado, deixando-o natural, e ingressou em uma nova agência, mostrando-se mais confiante e feliz na sua busca por ser modelo.

3 O PARADOXO DO QUADRIL NA DINÂMICA DO *CORPO-ENCAIXE AO CORPO-MOLDE* E OS DITAMES DA FITA MÉTRICA

Um dos sinais mais claros que identificam o corpo feminino é a forma ampulheta do seu tronco, dada pela proporção da cintura e do quadril. O quadril tão temido pelas modelos ficou marcado como símbolo da silhueta feminina ao longo da história, as chamadas “ancas”. Independentemente de a cintura ser estreita ou não, uma bacia larga remetia nos séculos passados à mensagem primitiva de que a mulher era capaz de gerar descendência (MORRIS, 2004).

Com a entrada da mulher no mercado de trabalho, a preferência pela juventude à fecundidade provoca uma perda de interesse pelos quadris largos, exaltando-se a forma corporal reta, enfatizando-se mais ainda o modelo magro e esguio das modelos (MORRIS, 2004). Assim, visando-se à composição da análise desta pesquisa, partiu-se para um aprofundamento sobre o paradoxo do quadril na construção do corpo de modelo, do *corpo-encaixe ao corpo-molde*.

A altura também é um ponto importantíssimo. Geralmente, a altura ideal é entre 1,73 m e 1,80 m. É claro que existem modelos mais baixas, mas, se a jovem pensa e deseja ser uma *top model* com carreira internacional, tem de atender a essa exigência. As medidas também são importantes. Quanto maior a perfeição nesse quesito, maiores serão as chances de êxito:

As modelos profissionais são mais magras, ficam mostrando os ossos, e eu acho que até o meu pai mesmo não iria gostar que eu ficasse assim, eu acho que elas são muito magras, e eu acho que é o corpo delas, eu acho que eu tenho que ficar magra, mas meu limite é 87 o máximo de quadril, eu acho que eu tenho que ficar com 87, mas acho que elas têm menos. (MODELO B).

O corpo de uma modelo é seu passaporte para uma carreira de sucesso nas passarelas e nas revistas e mídias publicitárias. Como principal vetor da construção da dimensão corporal de uma modelo, o quadril aparece nas narrativas como fator crucial de aprovação nas seletivas e concursos de moda para uma carreira internacional de sucesso. No decorrer das narrativas, foi recorrente a temática da percepção da medida do quadril e sua adequação aos padrões da moda:

Não acho meu corpo adequado para uma modelo por causa do meu quadril que é muito largo. Para adequar o meu corpo só precisa reduzir o quadril. (MODELO A).

Não faço muitos trabalhos na agência por causa do meu quadril, eu já fui chamada para várias seleções, até para a agência de São Paulo, mas meu quadril é muito abaixo. (MODELO D).

Para a modelo A, perder medidas do quadril é fundamental para que ela encontre sua melhor forma. Já a modelo D fica impedida de chegar ao *corpo-molde* por apresentar uma medida do quadril abaixo da exigida. Seja pelo excesso de centímetros ou pela falta, o quadril fora dos padrões é sério obstáculo para uma carreira bem-sucedida de modelo.

A visão trazida pelos agenciadores de modelos que chegam à Bahia é a de que o estado é atravessado pela miscigenação. O mercado de moda baiano é tido como território de beleza “exótica”, diferenciando-se por traços e curvas que seduzem e encantam o mercado externo e as grandes empresas do ramo.

O diretor da agência revela que as modelos baianas de sucesso como Adriana Lima, além das características “exóticas”, devem se enquadrar nos padrões europeus de medidas. Suas medidas, mesmo constituídas de curvas, devem responder aos requisitos de um corpo moldado para passarelas internacionais.

O quadril herdado da miscigenação, característica local, antes celebrado como indicativo de beleza e feminilidade, foi perdendo seu espaço, sendo substituído por um corpo tubular (LIPVETSKY, 2000), ágil, modelado e reestruturado para o novo perfil de mulher surgido na sociedade, com novas tarefas e anseios além da maternidade.

Como a bacia da mulher é mais larga que a do homem, a largura dos quadris é um dos principais sinais de diferenciação. Causa da insatisfação das modelos pesquisadas, o quadril sempre foi fruto de aflições. No passado, muitas vezes, as mulheres se tornaram escravas do desejo de possuir um quadril avantajado (MORRIS, 2005).

Segundo Morris (2005) no século XVI, os ateliês europeus vendiam “almofadas” desajeitadas, semelhantes a pneus de automóveis. Esses travesseiros eram amarrados por baixo das saias para dobrar o tamanho dos quadris, mas os vestidos ficavam tão pesados que as mulheres não conseguiam desempenhar atividades que exigissem mais agilidade física.

No século XVIII, apareceram as “anquinhas”, uma armação de arame usada sob a saia para criar a impressão de ancas largas. As saias ficavam tão maiores que as mulheres precisavam atravessar as portas de lado. Passando da forma aos movimentos e posturas, não chega a surpreender que quase todos os movimentos dos quadris tenham uma marca feminina (MORRIS, 2005).

Em 1920, a forma corporal feminina sofreu mudanças significativas devido ao marco da Primeira Guerra Mundial e o recesso do luxo. Com a adoção do esguio e longilíneo, o quadril perde seu espaço, dando lugar a um corpo mais magro e mais próximo da estética masculina. As curvas são escondidas e atenuadas pelas roupas e artifícios femininos. A estilista Coco Chanel sela a relação entre corpo e roupa quando cria o *tailleur* feminino, possibilitando às mulheres uma vestimenta para o mercado de trabalho (PINHEIRO, 2012).

Assim, a intensificação da preocupação com desenho do corpo tangencia a história da moda e a relação com o vestuário. A flexibilidade deste proporcionou novas composições do desenho corporal, principalmente do quadril. A projeção dos artifícios de beleza com roupas se transpôs para o corpo na contemporaneidade. Hoje, o corpo é reestruturado, remodelado e redesenhado (SANT'ANNA, 2011).

De acordo com as narrativas das modelos, elas se projetam para ter um corpo sem imperfeições, a menos que estas sejam camufladas. Preconizam a mensagem imaginária de um cabide, de formas longilíneas, sem sinuosidade exagerada. Por isso, o quadril em sua forma toma uma conotação negativa no mercado da moda.

Atualmente, modelos de grande sucesso transmitem a imagem de um corpo distante, por exemplo, das formas largas que são típicas da mulher brasileira, despertando nas mulheres e nas jovens modelos incitantes o repúdio ao quadril. Com as narrativas das modelos participantes desta pesquisa, percebeu-se a interferência de Gisele Bündchen no desejo de uma imagem corporal semelhante e a influência de seu quadril, dos centímetros específicos desejados e idealizados.

Para os agenciadores, cada centímetro de quadril equivale a um quilo. A luta contra a balança e contra as medidas se torna frequente na vida das modelos ao adentrarem a agência. A valorização exacerbada de um corpo magro e rígido vem instigando as modelos a uma série de comportamentos que resultam em uma busca por medidas podem ser inatingíveis, preconizadas na mensuração do quadril e repercutindo em hábitos alimentares inadequados, bem como em percepções negativas da imagem do próprio corpo:

Olho-me no espelho e falo que tenho que emagrecer principalmente o quadril porque é o muito grande, aí eu falo que amanhã vou caminhar, eu boto o tênis, mas na hora me dá uma preguiça. Meu corpo não está adequado para o corpo de modelo. Ainda tenho que emagrecer e perder medidas no quadril, emagrecer de 3 a 4 quilos. (MODELO B).

A vida das modelos, para além do sonho e do *glamour*, se expressa em centímetros e quilos a serem perdidos para a obtenção de glórias profissionais. A esse respeito, a modelo D

descreve: “Meu corpo é reto, não tenho curvas nem quadril”. A modelo A, por outro lado, diz: “Eu gosto do meu corpo, mas tem o quadril que é muito grande, os glúteos que têm um pouco de celulite, mas só isso mesmo”. A modelo C ressalta: “Não penso em mudar meu corpo, eu gosto dele assim, só tenho que emagrecer um pouco por causa do quadril”.

Na percepção imagética corporal das modelos, destaque-se o seu olhar sobre a mídia, a cobrança da agência e suas próprias exigências para chegar a um *corpo-molde*. O quadril é enfrentado pela perspectiva do desafio do encaixe e da superação, quando as medidas exigidas pelas agências são atendidas – caso da modelo C, mas não da modelo D: “Não consigo de jeito nenhum enxergar meu corpo nas revistas de moda, eu me pergunto por que, né? Por que elas conseguiram chegar lá? Se meu quadril é considerado um problema, e por que elas conseguiram?”.





Diante de um padrão de beleza tão específico, como lidar com tantas jovens que não se enquadram nele e, ainda assim, almejam um dia se tornar modelos? Para que fosse possível correlacionar os dados do quadril e da altura à análise de cada modelo e sua satisfação corporal, foi proposto um quadro com o objetivo de estabelecer uma visibilidade da adequação das medidas dessas modelos aos parâmetros requeridos na agência.

As análises são feitas em paralelo com a fotografia corporal das modelos com os parâmetros da agência pesquisada para se atingir um *corpo-molde*, junto à satisfação corporal, na tentativa de correlacionar o fenômeno da pesquisa e tornar visíveis os dados obtidos no estudo pela conclusão das narrativas de cada modelo.

Os quadros com o corpo das modelos permitiram mergulhar nas semelhanças e discrepâncias entre o corpo percebido e corpo real fotografado, medido pela pesquisadora, trazendo questionamentos sobre o quadril e a construção do corpo de uma modelo do *corpo-encaixe ao corpo-molde*.

Quadro 6 – Paradoxo do quadril na dinâmica do *corpo-encaixe ao corpo-molde*

Fonte: a autora (2016)

MODELOS	MEDIDA DO QUADRIL (Referência da Agência: Mínimo: 86 cm – Máximo: 90 cm)	ALTURA (Referência da Agência: Mínimo: 1,75 cm)	SATISFAÇÃO CORPORAL
MODELO A 	92 cm. Quadril com índice acima, segundo classificação da agência pesquisada.	1,74 cm. Altura abaixo do parâmetro para modelo internacional.	7
MODELO B 	92 cm. Quadril com índice acima, segundo classificação da agência pesquisada.	1,80 cm. Altura dentro do parâmetro para modelo internacional.	8
MODELO C 	92 cm. Quadril com índice acima, segundo classificação da agência pesquisada.	1,78 cm. Altura dentro do parâmetro para modelo internacional.	9
MODELO D 	76 cm. Quadril com índice abaixo, segundo classificação da agência pesquisada.	1,75 cm. Altura dentro do parâmetro para modelo internacional.	5

Otimista desde o início da pesquisa, a modelo A se autoavaliou com nota 7 de satisfação corporal. Apesar das medidas do quadril acima da referência da agência no momento da pesquisa, ela conseguiu, posteriormente, adequar-se à medida exigida de 90 cm. Como sua altura é menor que a requisitada para modelo de passarela, na agência onde agora trabalha, em São Paulo, ela está fazendo mais trabalhos de moda com cunho comercial, como editoriais para revistas.

A modelo B apresentou nota 8 de satisfação corporal. Com altura adequada para passarelas, ela estava na fase de seletivas para agências internacionais, mas não conseguiu adequar sua medida do quadril e seu peso mesmo depois da pesquisa e do acompanhamento nutricional.

Com nota de satisfação corporal 9, a modelo C se mostrou otimista, com domínio do corpo e do seu sonho. Esta foi a modelo que melhor representou a transição do *corpo-encaixe ao corpo-molde*. Construiu seu corpo na trajetória desta pesquisa, adequou suas medidas,

como a do quadril, que estava acima do exigido, com o acompanhamento nutricional da pesquisadora. Venceu o mesmo concurso que a modelo Gisele Bundchen, o The Look of the Year, no dia 06 de dezembro de 2016, concretizando um sonho não só da modelo e da família, mas da pesquisadora e de todos os envolvidos.



Figura 16 – Vencedoras do concurso The Look of the Year, edição 2016

Fonte: http://s2.glbimg.com/V_AJRYs0V5mXlzykTFyWBYGvTuE=/640x413/smart/e.glbimg.com/og/ed/f/original/2016/12/07/anita_pozzo_luana_trancozo_alicia_weiland_rebeca_bertoldo.jpg

A modelo D constitui um paradoxo frente à temática do quadril. Enquanto as modelos A, B e C precisavam perder medidas ou centímetros do quadril, ela sofria com a falta de medidas, o que também a excluía das seletivas. Isso, entre outros fatores, causou uma satisfação corporal baixa, com nota autoavaliativa 5, e uma baixa autoestima explícita em toda a sua narrativa. Ao contrário do que pensava a pesquisadora, ganhar medidas ou centímetros foi mais difícil que perder peso e chegar ao *corpo-molde*. O descontentamento com medida do quadril levou a modelo D a mudar de agência para uma onde pudesse se sentir melhor, mais aceita e confortável. Essa mudança proporcionou-lhe o ganho de peso, com acompanhamento da pesquisadora, e ela passou a se dedicar a seu sonho de maneira mais confiante, assumindo seu cabelo natural.

SACIEDADE AGUÇADA

É apropriado pedir licença ao leitor neste momento para me colocar nesta pesquisa em primeiro lugar. Corroborando a denominação da itinerância inicial, Caixinha de Surpresas, de fato esta dissertação revelou o imprevisível em campo. A cada narrativa das modelos, a cada contato com o grupo, novas possibilidades para o estudo vinham à mente.

Mas havia algo que inquietava. Qual era mesmo a dificuldade do percurso de um corpo de modelo? Do que aquelas meninas precisariam para que fossem aprovadas nas seletivas das grandes agências de moda? E o que eu, como pesquisadora, designer de moda e nutricionista, poderia fazer por elas? Intensa que sou, estava presente em todos os momentos da pesquisa, refletindo também com base no que o aprofundamento teórico trazia. Por meio deste referencial, compreendi as mudanças no padrão estético feminino e suas relações com a imagem corporal de modelos.

Tendo optado por realizar um estudo de caso e deslocar-me para o campo de pesquisa, o desfecho das narrativas fez então surgir dois conceitos-chaves, o *corpo-encaixe* e o *corpo-molde*. Percebi que as modelos tentavam se encaixar naquelas medidas exigidas pela agência, sendo que molde é aquela base de modelo que usamos como referência para multiplicar um modelo, o que realmente acontecia com os corpos das modelos entrevistadas. Tratava-se da primeira de muitas questões que pude analisar através dessa transição.

As narrativas das modelos desta pesquisa, portanto, foram construídas a partir das análises do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*. Promissor, mas dificilmente acessível, o *corpo-molde* é esculpido em um corpo cabide e se transforma em um *corpo-capital*, trazendo todo o sonho e o *glamour* que existem na profissão de modelo.

Estabelecer um diálogo com as modelos foi como encontrar o lugar do corpo no campo de pesquisa. Foi pensar o universo da moda, da cultura, da sociedade vigente e das redes de comunicação como estruturador de signos, símbolos, formas e conceitos. Foi constatar os entraves que permeiam as relações do corpo, do molde, do encaixe, da moda e da construção de um corpo de modelo dentro da sua profissão (CASTRO, 2014).

Através das análises dos quadros das modelos (A, B, C e D), contendo as imagens fotográficas correlacionadas aos discursos orais, pude responder ao questionamento de quais as percepções da imagem corporal que as modelos têm de si, na transição do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde*. Nesse sentido, este trabalho contribui com o estudo sobre corpos de modelos e

seus reflexos na sociedade, trazendo histórias de meninas e as percepções corporais que caminham na produção do corpo de modelo.

O paradoxo do quadril, no terceiro capítulo, trouxe uma visão geral do fenômeno da pesquisa, na transição do *corpo-encaixe* ao *corpo-molde* com as quatro modelos entrevistadas, fornecendo compreensão sobre a dinâmica do quadril no contexto da “construção” do corpo de modelo. As medidas exigidas pela agência foram correlacionadas com o transcorrer da vida das modelos até o fim deste estudo.

No início desta pesquisa, cheguei a crer que seriam apenas as entrevistas e que não haveria tanto envolvimento com as modelos. Para minha surpresa, foi algo bem mais intenso, que me possibilitou ver a transformação das modelos, suas fragilidades, conquistas e superações.

Vinda de uma pesquisa sobre modelos feita em 2012, fruto da conclusão de uma graduação em Nutrição, com foco em transtorno alimentar, ao contrário do que esperava, me deparei com um público de forma geral saudável, porém ansioso pelo sonho da carreira de modelo. Essa ansiedade, em alguns momentos, conduziu a comportamentos inadequados no que diz respeito à alimentação.

A intervenção nos questionamentos sobre a percepção corporal e no acompanhamento nutricional se mostrou um divisor de águas para modelos A e C. Já nas narrativas das modelos B e D, a ênfase recaiu mais sobre as dificuldades da profissão.

Schmitz (2013, p. 273), em seu trabalho, também relata os desafios presentes tanto no ato de pesquisar acerca do ofício de modelo quanto no desejo de seguir a profissão em si mesma:

Ao enunciar que se trabalharia com meninas que sonham em ser modelo, ouviu-se algumas brincadeiras sobre o fato de pesquisar somente “coisas bonitas”, ao final do processo, muito do que se viu não tem nada de belo. Um mundo da beleza sustentado por sonhos. Sonhos que têm um preço e que muitas não podem pagar. E, mesmo entre as que dispõem de capital financeiro, a maioria nunca chegará a concretizá-lo, visto a distância que separa o sonho da realidade do mercado das modelos.

Assim como os achados desta pesquisa, Schmitz (2013) verificou uma distância entre o corpo sonhado e o corpo real, que pode ser medido por centímetros a menos ou a mais. Os traços do rosto, a textura do cabelo ou a qualidade e cor da pele, na maioria das aspirantes, também seguem direção oposta ao caminho para onde o mercado de modelos conduz. Muitos corpos são descartados por não ultrapassar o *corpo-encaixe*, por não

preencher os requisitos exigidos. Existe uma linha tênue – equilíbrio inevitável entre o *corpo-encaixe* e o *corpo-molde*.

A percepção corporal das modelos se constrói, às vezes, junto às mudanças dos seus corpos, respaldada no que as agências propõem, com rígidas cobranças quanto a medidas, peso e aparência que nem todas conseguem atingir, como a modelo B. Em certos casos, provoca baixa autoestima, como na modelo D. As jovens que ingressam na profissão estarão sempre tentando alcançar ou se manter no *corpo-molde*.

Constatei, pelos depoimentos das modelos, que a magreza feminina tem premissas, pela falta ou pelo excesso. Esta é a dinâmica do *corpo-molde*. Questiona-se hoje, conforme Schmitz (2013): para que serviria essa magreza do tamanho 36 em corpos de quase 1,80 m? Assegurar somente o bom caimento das peças na passarela ou dispensar a prova pré-desfile, já que todas possuem o mesmo manequim? Parece ser pouco para explicar corpos extremamente magros, ou mesmo problemas de saúde.

Sinto-me ainda naquele domingo no parque em São Paulo, sendo descoberta por um olheiro, chegando à agência, sendo avaliada por medidas. Tendo orientação alimentar para perder peso, voltando para casa cheia de sonhos. Sonhos que ficaram para trás por quase uma década, mas que talvez tenham se realizado pelas modelos desta pesquisa.

Sonhos que se concretizaram através dos sonhos delas, no decorrer deste trabalho. De vivenciar cada medida que se encaixou em cada corpo que alcançou o *corpo-molde*. A proposta destas últimas palavras é manter-nos momentaneamente saciados, visto que os questionamentos e objetivos foram alcançados. Porém, que possamos sentir-nos aguçados para todos os possíveis desdobramentos que os corpos de modelos podem ocasionar na sociedade.

REFERÊNCIAS

- ABREU, C. N. de; CANGELLI FILHO, R. **Anorexia nervosa e bulimia nervosa: abordagem cognitivo-construtivista de psicoterapia.** Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/ptp/article/view/1033>. Acesso em: 20 jul. 2014.
- ALVARENGA, Marle dos Santos et al. **Insatisfação com a imagem corporal em universitárias brasileiras.** Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/jbpsiq/v59n1/v59n1a07>. Acesso em: 03 mai. 2012.
- AMPARO, Lígia Amparo da Silva. **O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais e alimentares no mundo contemporâneo.** Salvador: Edufba, 2008.
- ARAÚJO, Denise Castilhos; LEORATTO, Daniele. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. **Revista Brasileira de Ciência e Esporte**, Florianópolis, v. 35, n. 3, p. 717-739, jul./set. 2013.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BEAUVOIR, Simone de. **Le deuxième sexe**, 2 vols. Paris: Gallimard 1, 1949.
- BONADIO, Maria Claudia. **As modelos negras na publicidade de moda no Brasil dos anos de 1960.** Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/18190/10845>. Acesso em: 09 jun. 2014.
- BONADIO, Maria Claudia. **Dignidade, celibato e bom comportamento: relatos sobre a profissão de modelo e manequim no Brasil dos anos 1960.** Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010483332004000100004&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 05 set. 2012.
- CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo.** 2. ed. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2007.
- CASTRO, Inês Rugani Ribeiro de, et al. **Imagem corporal, estado nutricional e comportamento com relação ao peso entre adolescentes brasileiros.** Disponível em: <http://www.producao.usp.br/handle/BDPI/13028>. Acesso em: 20 jul. 2014.
- CASTRO, Luís Victor Castro Júnior (Org.). **Festa e corpo: as expressões artísticas e culturais nas festas populares baianas** Salvador: Edufba, 2014.
- DEL PRIORE, Mary. **Mulheres no Brasil colonial.** São Paulo: Contexto, 2000.
- DUARTE, Bárbara Nascimento. **Em boa forma: a percepção do corpo feminino.** Disponível em: <http://csonline.ufjf.emnuvens.com.br/csonline/article/view/481/448>. Acesso em: 18 mai. 2014.
- ECO, Umberto. **História da beleza.** 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2014.

FERREIRA, Edson Dias. **Desenho, fotografia e cultura na era da informática**. Disponível em: <http://www2.uefs.br/msdesenho/docs/desenho-fotografia-e-cultura.pdf>. Acesso em: 06 ago. 2015.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1987.

FOUCAULT, Michel. A ética do cuidado de si como prática da liberdade. In: **Ética, sexualidade, política**, v. 5. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

FRANCINI, Christiana. **Os segredos de estilo: um manual para você ficar sempre bem**. São Paulo: Alegro, 2002.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande & senzala: introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil**. 40. ed. Rio de Janeiro: Record 2000.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem, modas de mulher**. Rio de Janeiro: Record, 1987.

GAMBARDELLA, A. M. D.; FRUTUOSO, M. F. P., FRANCHI, C. Prática alimentar de adolescentes. **Reviews Nutrition**, New York, v. 12, n. 1, p. 55-63, 1999.

GARRINI, Selma Peleias Felerico. Do corpo desmedido ao corpo ultramedido: reflexões sobre o corpo feminino e suas significações na mídia impressa. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0037-1.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDENBERG, Mirian. Gênero e Corpo na Cultura Brasileira. **Revista de Psic. Clin.**, Rio de Janeiro, Vol. 17, n. 2, p. 65-80, 2005.

GOLDENBERG, Mirian. **Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GOLDENBERG, Mirian (Org.). **O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira**. 2. ed. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2007.

HEXSEL D. M.; DAL'FORNO, T.; HEXSEL, C. L. **A validated photonumeric cellulite severity scale**. Disponível em: <http://www.vadressabueno.com.br/wp-content/uploads/2012/09/ESCALAFOTONUMERICA.pdf>. Acesso em: 21 de jul. 2013.

HEXSEL, D. M.; GOBBATO D. O., MAZZUCO R., HEXSEL. **Dermatologia estética**. São Paulo: Ateneu, 2003.

LE BRETON, David. **As paixões ordinárias: antropologia das emoções**. Petrópolis: Vozes, 2009.

LIBARDI, Margareth. **Profissão modelo: em busca da fama**. São Paul: Senac, 2004.

LIMA, Lucimara; BASSO, Cristiana. **Estado nutricional e hábito alimentar de modelos do município de Santa Maria**. Disponível em: <http://sites.unifra.br/Portals/36/CSAUDE/2005/estado.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher**: permanência e revolução do feminino. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. Beleza para todos. Entrevista concedida a Silvia Rogar. **Revista Veja**, (1770): 5-11. 25 de Setembro de 2002.

LORENSONI, Muryllo Rhafael et al. **O corpo na moda**. Disponível em: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33261221/44_o_corpo_na_moda.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1481822212&Signature=%2BqCiDjutE%2Bk%2F4kSb%2F%2FCGKchdFPM%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DO_CORPO_NA_MODALA.pdf. Acesso em: 14 out. 2015.

LUCIVAL FRANÇA. Disponível em: www.correio24horas.com.br. Acesso em: 15 jul. 2016.

MARTINEZ, Fabiana J. **De menina a modelo, entre modelo e menina**: gênero, imagens e experiência. Tese de Doutorado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas/ Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2009.

MARTINEZ, Fabiana J. **O espelho de narciso**: corpos e textos do consumo. Dissertação de Mestrado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas/ Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2003.

MAUAD, Ana Maria. Fotografia pública e cultura do visual, em perspectiva histórica. **Revista Brasileira de História da Mídia**, vol. 2, n. 2, jul/2013.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **(Re) Introdução à história oral no Brasil**. São Paulo: Xamã, 1996.

MINAYO, M. C. D. S. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994.

MORRIS, Desmond. **A mulher nua**: um estudo do corpo feminino. São Paulo: Globo Livros, 2005.

PALMA, Domingos et al. Guia de nutrição clínica na infância e na adolescência. In: **Guias de medicina ambulatorial e hospitalar**. Barueri: Manole, 2009.

PALMEIRA, Lara Virgínia S. **A construção de uma modelo**: corpo, práticas e subjetividade. Recife, 2013. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Antropologia. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza.

PEREIRA, Claudia da Silva. **Gisele da favela**: uma análise antropológica sobre a carreira de modelo. 2008. 218f. Tese (Doutorado em Sociologia e Antropologia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

PHILIPPI, S. T.; ALVARENGA, M. D. S. **Transtornos alimentares: uma visão nutricional**. Barueri: Manole, 2004.

PINHEIRO, Clara Silva. **Padrão estético e estado nutricional e fatores de riscos para transtornos alimentares em modelos na cidade de Feira de Santana**. (Monografia - Curso de Nutrição). Faculdade Nobre de Feira de Santana. Feira de Santana, 2012.

PIRES, Luciana et al. **Qualidade de vida de adolescentes modelos profissionais**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v28n1/09.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2015.

RUGGI, Lennita Oliveira. **Aprendendo a ser a corporificação da beleza: pesquisa com alunas de uma escola de modelos**. Disponível em: <http://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/7415>. Acesso em: 04 nov. 2014.

RUSSO, Renata. Imagem corporal: construção através da cultura do belo. **Movimento & Percepção**, 2005, 5 (6), 80-90.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **Cidade das águas: usos de rios, córregos, bicas e chafarizes em São Paulo (1822-1901)**. São Paulo: Senac, 2007.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea**. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Do glamour ao “sex-appeal”: notas sobre a história do embelezamento feminino entre 1940 e 1960. **HISTÓRIA&PERSPECTIVAS**, N. 23 – jul./dez. 2000 – Uberlândia/MG. Universidade Federal de Uberlândia. Curso de História e Programa de Mestrado em História.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Corpo e História. In: **O corpo ainda é pouco: Seminário sobre a contemporaneidade**, Feira de Santana. CABEDA, Sonia; CARNEIRO, Nadia, LARANJEIRA, Denise (ORGS.). Feira de Santana, NUC/UEFS, 2000.

SCHMITZ, Daniela Maria. **Modelos de quê? A beleza feminina midiaticizada na moda e a profissão de modelo**. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/04/69_Iara_ed-vol-8-n-1-ano-2015.pdf. Acesso em: 07 mar. 2016.

SCHMITZ, Daniela Maria. **Vivendo um projeto em família: consumo midiático, beleza feminina e o sonho juvenil de ser modelo profissional**. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/78770>. Acesso em: 12 mai. 2015.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2005.

SILVA, G. L.; CARAMASCHI, Sandro. **Insatisfação Com A Imagem Corporal Em Mulheres Com Depressão**. Disponível em: <http://repositorio.unesp.br/handle/11449/89333>. Acesso em: 15 fev. 2015.

TAVARES, M. C. G. C. **Imagem corporal**. São Paulo: Manole, 2003.

ULLMAN, D. **O peso da felicidade**: ser magro é bom, mas não é tudo. Porto Alegre: RBS Publicações, 2004.

VICTOR VILLARPANDO. Disponível em: <http://www.correio24horas.com.br>. Acesso em: 16 nov. 2015.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Disponível em: http://posgraduacao.uepb.edu.br/ppgli/download/publicacaoonline/literaturaecienciashumanas/4_.pdf. Acesso em: 16 ago. 2014.

VILLAÇA. Nízia. **A construção do corpo e as estratégias da moda**. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wpcontent/uploads/2015/01/02_IARA_vol_1_n2_Dossie.pdf. Acesso em: 20 jan. 2016.

XIMENES, Maria Alice. **Moda e arte na reinvenção do corpo feminino do século XIX**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

ANEXOS

ANEXO I

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, Clara Silva Pinheiro, mestranda em Desenho, Cultura e Interatividade, e meu orientador Dr. Luís Vitor Castro Júnior convidamos você a participar da pesquisa intitulada *Corpo e moda: a moda que desenha o corpo das modelos e os desenhos dos corpos modelados*, em uma agência localizada na cidade de Salvador. Temos como objetivo geral investigar o desenho da imagem corporal que as modelos desta agência têm de sobre si e a projeção dessa autoimagem na sociedade. Para alcançá-lo, vamos realizar uma entrevista ou um diálogo que se baseia na história oral. Será filmada com uma câmera que registrará o seu depoimento. A entrevista terá duração média de trinta minutos variando de acordo com cada participante. Será composta de perguntas que envolvem a relação do desenho do corpo de modelo, padrão estético e moda. Bateremos um papo sobre sua experiência nos trabalhos de moda e sobre a relação corpo e o desenho dos corpos de modelos propagando nas revistas e desfiles nos meios de comunicações. Posteriormente com o seu consentimento faremos uma fotografia para que seja representado o desenho do seu corpo através da imagem fotográfica. Este documento visa solicitar sua colaboração com o estudo, através da concessão a entrevista e fotos, que serão registrados durante os encontros. As informações obtidas serão tratadas com sigilo e confidencialidade, impossibilitando a identificação tanto da agência quanto das modelos. Para isto utilizaremos o código S, de sujeito, acompanhado do número da ordem de entrevista ou um nome fictício. Dessa forma, ressaltamos que, ao concordar em participar da pesquisa, você estará participando de um estudo científico apoiado e autorizado pelo Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade (PPGDCI) a qual segue o código de ética para pesquisas com seres humanos. Você não receberá qualquer vantagem financeira. O custo da pesquisa é apenas do deslocamento até a agência de modelos, deixando claro que ficará sobre sua responsabilidade. O risco da pesquisa é de trazer lembranças e sentimentos que causem desconforto. Se estes vierem a acontecer, a pesquisadora se compromete a parar a pesquisa e minimizar os danos ocorridos. As imagens das entrevistas não serão usadas para fins comerciais e propagandas. Ficarão sobre o poder do pesquisador até o fim da pesquisa sendo descartadas após finalização do estudo. O único risco é ter imagens ou filmagens que você não goste, mas tem o direito de ver, modificar ou retirar as imagens gravadas. Os benefícios da pesquisa é que ela contribuirá para o conhecimento sobre o desenho corporal de modelos de acordo com a relação corpo e padrão estético. Após a finalização da pesquisa marcaremos um encontro na agência para a apresentação dos resultados com cada participante individualmente em um bate papo dinâmico expondo e esclarecendo os dados da pesquisa no período de 31/08/2016 a 02/09/2016. A escolha do local, dia e hora serão feito pela pesquisadora em acordo com a agência tendo com critério de participação a disponibilidade das voluntárias ou modelos. Sua participação não é obrigatória. Você será esclarecido (a) em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou

recusar-se. A qualquer momento pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador ou com a instituição. Em caso de dúvidas éticas você pode entrar em contato com Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UEFS através do e-mail cep@uefs.br e telefone (75) 3161-8067. E em caso de dúvidas sobre a pesquisa entre em contato com os pesquisadores através Universidade Estadual de Feira de Santana-BA. BR 116 Norte, Km 03. CEP: 44031-460. Telefone: (75) 3161-8373 (Mestrado em Desenho Cultura e Interatividade - PPGDCI, Módulo 2, sala 16). Se aceitar participar da pesquisa você deverá assinar este termo em duas vias, uma ficará com você e outra com a pesquisadora.

Assinatura do (a) declarante ou modelo

Assinatura do (a) orientador (a)
Prof. Dr. Luís Vitor Castro Júnior

Assinatura do (a) pesquisador (a)
Clara Silva Pinheiro

ANEXO II**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA OS PAIS OS RESPONSÁVEIS**

Eu, Clara Silva Pinheiro, mestranda em Desenho, Cultura e Interatividade, e meu orientador Dr. Luís Vitor Castro Júnior, convidamos sua filha ou dependente a participar da pesquisa intitulada *Corpo e moda: A moda que desenha o corpo das modelos e os desenhos dos corpos modelados*, em uma agência localizada na cidade de Salvador. Temos como objetivo geral investigar o desenho da imagem corporal que as modelos desta agência têm de sobre si e a projeção dessa autoimagem na sociedade. Para alcançá-lo vamos realizar uma entrevista ou um diálogo que se baseia na história oral. Será filmada com uma câmera que registrará o depoimento sua filha ou dependente. A entrevista terá duração média de trinta minutos variando de acordo com cada participante. Será composta de perguntas que envolvem a relação do desenho do corpo de modelos, padrão estético e moda. Bateremos um papo sobre sua experiência nos trabalhos de moda e sobre a relação corpo e o desenho dos corpos de modelos propagando nas revistas e desfiles nos meios de comunicações. Posteriormente com o seu consentimento faremos uma fotografia da sua filha ou dependente para que seja representado o desenho do seu corpo através da imagem fotográfica. Este documento visa solicitar sua colaboração e da sua filha ou dependente com o estudo, através da sua concessão a entrevista e fotos, que serão registrados durante os encontros. As informações obtidas serão tratadas com sigilo e confidencialidade, impossibilitando a identificação tanto da agência quanto das modelos. Para isto utilizaremos o código **S**, de sujeito, acompanhado do número da ordem de entrevista ou um nome fictício. Dessa forma, ressaltamos que, ao concordar em participar da pesquisa, sua filha ou dependente estará participando de um estudo científico apoiado e autorizado pelo Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade (PPGDCI) a qual segue o código de ética para pesquisas com seres humanos. Sua filha ou dependente não receberá qualquer vantagem financeira. O custo da pesquisa é apenas do deslocamento até a agência de modelos, deixando claro que ficará sobre sua responsabilidade. O risco da pesquisa é de trazer lembranças e sentimentos que causem desconforto. Se estes vierem a acontecer, a pesquisadora se compromete a parar a pesquisa e minimizar os danos ocorridos. As imagens das entrevistas não serão usadas para fins comerciais e propagandas. Ficarão sobre o poder do pesquisador até o fim da pesquisa sendo descartadas após finalização do estudo. O único risco é ter imagens ou filmagens que sua filha ou dependente não goste, mas tem o direito de ver, modificar ou retirar as imagens gravadas. Os benefícios da pesquisa é que ela contribuirá para o conhecimento sobre o desenho corporal de modelos de acordo com a relação corpo e padrão estético. Após a finalização da pesquisa marcaremos um encontro na Agência para a apresentação dos resultados com cada participante individualmente em um bate papo dinâmico expondo e esclarecendo os dados da pesquisa no período de 31/08/2016 a 02/09/2016. A escolha do local, dia e hora serão feito pela pesquisadora em acordo com a agência tendo com critério de participação a disponibilidade das voluntárias ou modelos. A participação da sua filha ou dependente não é obrigatória. Você será esclarecido (a) em qualquer aspecto que desejar e estará livre para autorizar a

participação ou recusa da sua filha ou dependente. A qualquer momento pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa e da sua filha ou dependente não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador ou com a instituição. Em caso de dúvidas éticas você pode entrar em contato com Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UEFS através do e-mail cep@uefs.br e telefone (75) 3161-8067. E em caso de dúvidas sobre a pesquisa entre em contato com os pesquisadores através Universidade Estadual de Feira de Santana-BA. BR 116 Norte, Km 03. CEP: 44031-460. Telefone: (75) 3161-8373 (Mestrado em Desenho Cultura e Interatividade - PPGDCI, Módulo 2, sala 16). Se aceitar participar da pesquisa você deverá assinar este termo em duas vias, uma ficará com você e outra com a pesquisadora.

Assinatura do (a) responsável, declarante ou modelo

Assinatura do (a) orientador (a)
Prof. Dr. Luís Vitor de Castro Júnior

Assinatura do (a) pesquisador (a)
Clara Silva Pinheiro

ANEXO III

TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA MENORES DE 18 ANOS

Eu, Clara Silva Pinheiro, mestranda em Desenho, Cultura e Interatividade, e meu orientador Dr. Luís Vitor Castro Júnior, convidamos você a participar da pesquisa intitulada *Corpo e moda: a moda que desenha o corpo das modelos e os desenhos dos corpos modelados* em uma agência localizada na cidade de Salvador. Temos como objetivo geral investigar o desenho da imagem corporal que as modelos desta agência têm de sobre si e a projeção dessa autoimagem na sociedade. Assim vamos realizar uma entrevista ou um diálogo. Será filmada com uma câmera que registrará o seu depoimento. A entrevista terá duração média de trinta minutos variando de acordo com cada participante. Será composta de perguntas que envolvem a relação do desenho do corpo de modelos, padrão estético, moda, e sobre a forma do desenho do seu próprio corpo conforme representado abaixo.

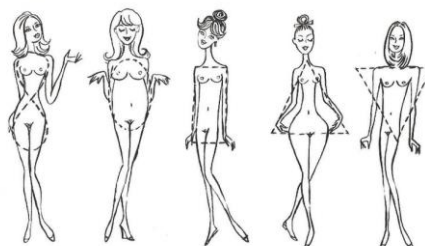


Imagem 1: <http://www.dicasdemulher.com.br/qual-e-o-seu-tipo-fisico/>Foto reprodução: Hello Magazine.

Bateremos um papo sobre sua experiência nos trabalhos de moda e sobre a relação com seu corpo e o desenho dos corpos de modelos propagando nas revistas e desfiles nos meios de comunicações conforme exemplo na ilustração abaixo com imagens da modelo Gisele Bündchen.



Imagem 2: <http://www.bloginvoga.com/wp-content/uploads/2014/06/elle-canada-gisele-bundchen-770x1085.jpg>



Imagem 3: http://s2.glbimg.com/zmwrCtkG-be26HbY_Nav7r6VC2g=/620x465/top/s.glbimg.com/jo/eg/f/original/2015/04/15/manu3085.jpg

Posteriormente com o seu consentimento faremos uma fotografia para que seja representado o desenho do seu corpo através da imagem fotográfica conforme imagem abaixo:

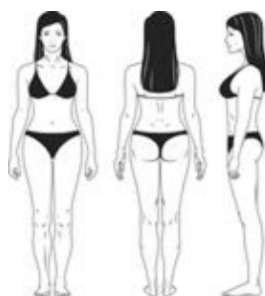


Imagem 4: <http://us.123rf.com/450wm/ksym/ksym1402/ksym140200014/25955620-corps-de-la-femme-avant-de-calibre-et-le-dos.jpg>

Assim, este documento visa solicitar sua colaboração com o estudo, através da sua concessão a entrevista e fotos, que serão registrados durante os encontros. As informações obtidas serão tratadas com sigilo e confidencialidade, impossibilitando a identificação tanto da agência quanto das modelos. Para isto utilizaremos o código **S**, de sujeito, acompanhado do número da ordem de entrevista ou um nome fictício. Dessa forma, ressaltamos que, ao concordar em participar da pesquisa, você estará participando de um estudo científico apoiado e autorizado pelo Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade (PPGDCI) a qual segue o código de ética para pesquisas com seres humanos. Você não receberá qualquer vantagem financeira. O custo da pesquisa é apenas do deslocamento até a agência de modelos, deixando claro que ficará sobre sua responsabilidade. O risco da pesquisa é de trazer lembranças e sentimentos que causem desconforto. Se estes vierem a acontecer, a pesquisadora se compromete a parar a pesquisa e minimizar os danos ocorridos. As imagens das entrevistas não serão usadas para fins comerciais e propagandas. Ficarão sobre o poder do pesquisador até o fim da pesquisa sendo descartadas após finalização do estudo. O único risco é ter imagens ou filmagens que você não goste, mas você tem o direito de ver, modificar ou retirar as imagens gravadas. Os benefícios da pesquisa é que ela contribuirá para o conhecimento sobre o desenho corporal de modelos de acordo com a relação corpo e padrão estético. Após a finalização da pesquisa marcaremos um encontro na Agência para a apresentação dos resultados com cada participante individualmente em um bate papo dinâmico expondo e esclarecendo os dados da pesquisa no período de 31/08/2016 a 02/09/2016. A escolha do local, dia e hora serão feito pela pesquisadora em acordo com a agência tendo com critério de participação a disponibilidade das voluntárias ou modelos. A sua participação não é obrigatória. Você será esclarecido (a) em qualquer aspecto que desejar e estará livre para autorizar ou recusar sua participação. A qualquer momento pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador ou com a instituição. Em caso de dúvidas éticas você pode entrar em contato com Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UEFS através do e-mail cep@uefs.br e telefone (75) 3161-8067. E em caso de dúvidas sobre a pesquisa entre em contato com os pesquisadores através Universidade Estadual de Feira de Santana-BA. BR 116 Norte, Km 03. CEP: 44031-460. Telefone: (75) 3161-8373 (Mestrado em Desenho Cultura e Interatividade - PPGDCI, Módulo 2, sala 16). Se aceitar participar da pesquisa você deverá assinar este termo em duas vias, uma ficará com você e outra com a pesquisadora.

Assinatura do (a) declarante ou modelo

Assinatura do (a) orientador (a)
Prof. Dr. Luís Vitor de Castro Júnior

Assinatura do (a) pesquisador (a)
Clara Silva Pinheiro

ANEXO IV**ROTEIRO DE PERGUNTAS AO DONO DA AGÊNCIA**

1. Como começou a agência?
2. Qual o processo e quais os serviços disponíveis para modelos?
3. Como é o cadastro?
4. Qual o processo seletivo para modelos? De que forma acontece?
5. Quais modelos a agência já exportou?
6. Conte-nos um pouco sobre a história das agências de Salvador.
7. Quem são as suas atuais concorrentes?
8. O que é preciso para ser uma modelo de passarela? Quais as medidas necessárias? Quem dita essas medidas?
9. Quanto em média pode ganhar uma modelo regional, nacional ou local?
10. Quais as agências que mais procuram as modelos baianas? De que forma acontece a exportação? Qual forma de corpo eles mais procuram?
11. Existe restrição a modelos negras? Quais as principais modelos baianas de sucesso?
12. Qual a sua visão do corpo da modelo baiana em relação ao corpo das modelos europeias?
13. Qual são os critérios de medidas e seleção das maiores agências internacionais?

ANEXO V



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENHO, CULTURA E
INTERATIVIDADE – PPGDCI



GRUPO DE PESQUISA ARTES DO CORPO: MEMÓRIA, IMAGEM E IMAGINÁRIO.

ROTEIRO DE PERGUNTAS DA ENTREVISTA

- 1 Como você se sente com seu corpo atual? Está satisfeita? Quer mudar? E com seu peso atual?
- 2 Acha que seu corpo está adequado para um corpo de modelo?
- 3 Em qual corpo da mídia ou corpo de modelo você se espelha?
- 4 O que você já fez para perder peso ou para ganhar?
- 5 Já fez ou faz alguma dieta de revista?
- 6 De que forma você percebe o desenho da silhueta seu corpo?
 - ❖ **AMPULHETA** – ombros e quadris da mesma largura, cintura bem definida, costas largas e coxa volumosa.
 - ❖ **TRIÂNGULO INVERTIDO** – muito busto, ombros largos, quadris estreitos e pernas finas; triângulo – quadris e coxas mais acentuados do que os ombros, ombros estreitos, quadris largos e coxas volumosas.
 - ❖ **RETÂNGULO** – cintura não definida, harmonia entre as medidas do ombro e dos quadris, braços e pernas finos em relação ao corpo e poucas curvas.
 - ❖ **OVAL** – silhueta de formas arredondadas, volume nos quadris, cintura e busto, com barriga proeminente.
 - ❖ **OUTRA FORMA**
- 7 Você já entrou em desespero por conta do seu corpo?
- 8 Como sente seu com corpo? Acha-o rígido, flácido? Você já evitou correr ou dar tchau pelo fato de que seu corpo poderia balançar?
- 9 Estar com homens (mulheres) em forma *fitness* ou magros (as) faz você se sentir preocupada em relação ao seu físico? Sente-se em desvantagem?
- 10 Pensar no seu corpo interfere em sua capacidade de se concentrar em outras atividades (como, por exemplo, enquanto assiste à televisão, lê ou participa de uma conversa)?

- 11 Como é a relação do com corpo em frente ao espelho? Estar nua, por exemplo, durante o banho, faz você se sentir gorda, magra ou estranha?
- 12 Você deixou de participar de eventos sociais (como, por exemplo, festas) por sentir-se mal em relação ao seu corpo?
- 13 Você acha que seu físico atual decorre de uma falta de autocontrole?
- 14 Você se preocupa que outras pessoas possam estar vendo dobras na sua cintura ou estômago ou costelas?
- 15 Ver seu reflexo (por exemplo, num espelho ou na vitrine de uma loja) faz você sentir-se mal em relação ao seu corpo?
- 16 Você enxerga seu corpo nas revistas de moda, nas novelas e mídias de comunicação como propagandas?
- 17 Você enxerga seu corpo nos desfiles de moda? Acha seu corpo adequado para passarelas?
- 18 Fica apavorada com a ideia de estar engordando e preocupa-se com o desejo de ser mais magra?
- 19 O que as pessoas acham do seu corpo?
- 20 Pensa em fazer cirurgias plásticas ou tratamentos estéticos para perda de peso ou redução da gordura corporal?
- 21 Você compara seu corpo com o corpo que viu na revista?
- 22 Fotos de modelos magras despertam em você o desejo de ser mais magra?
- 23 Se você fosse mais magra seria mais feliz?
- 24 Desenho da boneca Barbie: você se espelha ou se espelhou na Barbie?