

AS QUESTÕES DE GÊNERO E A VALORIZAÇÃO DO CORPO NA CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES SOCIAIS

THE GENDER ISSUES AND THE ENHANCEMENT OF THE BODY IN THE CONSTRUCTION OF NEW SOCIAL IDENTITIES

Leci Maria Soriano Bobsin Corrêa¹

RESUMO

A esfera das relações sociais sofreu, durante anos, transformações importantes, sendo uma delas, a valorização do indivíduo e do seu corpo, não só como uma mera resposta a estímulos biológicos, mas também como uma construção social, refletindo a imagem da sociedade e do ser humano. Os indivíduos, mais especificamente, o gênero feminino, vivem, hoje, as exigências próprias e da sociedade, quanto à aparência física, criando um “estereótipo” de mulher perfeita, assim como os laços sociais foram transferidos para o “olhar do outro”, numa forma de alteração da existência social e na busca de uma nova identidade.

Palavras-chave: Gênero. Mulheres. Corpo.

ABSTRACT

Along the years, the realm of social relations has undergone important transformations, such as the enhancement of the individual and his/her body, not just as a mere response to biological stimuli, but also as a social construction, reflecting the images of society and the human being. The individuals, more specifically of the female gender, are living nowadays their own requirements, and society's requirements as well, with regard to their physical aspects, creating a “stereotype” of perfect woman and as the social ties have been also transferred to the “other one's gazing”, in a way of changing the social existence, and the searching of a new identity.

Keywords: Gender. Women. Body.

INTRODUÇÃO

O termo gênero começou a ser pensado e discutido a partir da década de 1970, quando alguns autores iniciaram questionamentos quanto às diferenças entre masculino e feminino, “sexo biológico” e “sexo social”, discorrendo sobre a construção biológica, social e cultural entre homens e mulheres.

Difundiou-se, nos anos 80, com a visão de as mulheres feministas ampliarem os conceitos e as reflexões, nas Ciências Humanas e Sociais, de uma nova proposta teórico-conceitual, dividindo e distinguindo os gêneros, abordagem esta, até então ancorada nas Ciências Biológicas. Por este motivo, a palavra gênero normalmente está relacionada à “mulher”, como se fosse um sinônimo, sendo uma simples referência de determinado contexto em relação às mulheres para praticar a perspectiva de gênero.

Em épocas anteriores, a condição legal das mulheres era bastante limitada, a partir do Código Penal Brasileiro, que sujeitava as casadas aos desejos e decisões do marido, também não podendo ocupar o espaço público e nem viajar, sem o consentimento do líder ou chefe da casa. Ainda, houve toda uma transformação de ideias e concepções, a partir do surgimento da pílula anticoncepcional, em 1949, com a prática sexual ganhando novos contornos e possibilidades para elas. A ânsia por liberdade e igualdade de direitos, na época, fez com que as mulheres fossem se tornando independentes em suas atitudes e ações, sem mais precisar estar sujeitas a seus maridos, pois o uso de contraceptivos mais seguros possibilitou-lhes um processo de separação entre sexo e reprodução, podendo planejar quando e quantos filhos queriam ter bem como viver sua sexualidade, sem associá-la à gravidez. Esse novo método interferiu nas relações sociais entre homens e mulheres, uma vez que podia ser usado sem o conhecimento do marido, dos pais ou de quem quer que fosse.

Esse novo perfil social aconteceu em um contexto cultural, em que ocorreu o avanço da participação da mulher no espaço público, a diminuição constante de certos valores tradicionais e morais, até então estabelecidos e formatados pela sociedade, a “revolução sexual”, os crescentes movimentos homo-eróticos, a emergência de novos estilos de vida alternativos e o crescimento do mercado do consumo.

Com as mudanças e transformações decorrentes das novas conquistas, atingindo diretamente as identidades sociais, tem-se um debate entre espaço público e privado, masculino e feminino, homens e mulheres, fazendo parte de uma nova conjuntura sócio-cultural e, nessa teia de identidades sociais, a compreensão é de que esses novos caminhos possam redefinir a pós-modernidade.

Neste artigo, esta temática será abordada quanto à perspectiva do corpo e sua autorrepresentação, não somente a estímulos biológicos, mas também sociais. Nesta direção, segue uma leitura sobre a evolução dos gêneros, assim como dos diversos papéis que homens e mulheres desempenham na sociedade ocidental, na busca desenfreada por satisfação e aceitação, levando o olhar do indivíduo ao corpo, na valorização deste e na construção de identidades sociais.

1 A EVOLUÇÃO DOS GÊNEROS E O CORPO COMO OBJETO DE CONSTRUÇÃO SOCIAL

Nos tempos antigos, as mulheres não viviam as exigências dos investimentos estéticos e da aparência física, época em que eram vistas como reprodutoras e com pouca vaidade. Com o passar dos anos, o modelo perfeito da mulher brasileira passa a fazer parte de um processo de transformação da sua imagem e do seu corpo. Toda essa transformação da imagem feminina se reflete nos relacionamentos e nas identidades, onde o “olhar do outro” torna-se fator preponderante para a satisfação pessoal e conquista de novos parceiros afetivos.

Diferentemente de anos atrás, quando as mulheres exibiam “gordurinhas” em excesso, sendo consideradas, assim, pela sociedade, como saudáveis e o modelo perfeito da mulher brasileira, hoje o culto ao corpo é cada vez mais valorizado. “O processo de valorização do corpo, através dos tempos, acompanha, de certa forma, a valorização/desvalorização da imagem de uma época para outra” (VILLAÇA; GÓES, 1998: 15).

Da mesma forma, durante décadas, os conselheiros e escritores da área da beleza eram formados por homens, boa parte médicos, que limitavam a aparência feminina a revelar uma alma pura, na condição de manter o corpo limpo e fecundo, sendo a beleza considerada como

um dom divino e não como uma conquista individual, bem como os produtos de beleza eram somente remédios, com o intuito de manter o corpo sadio.

Hoje, os produtos de beleza passaram a adquirir outro tipo de poder, podendo influenciar diretamente o psiquismo de cada mulher “tornando-a, não somente mais bela, como também mais feliz e satisfeita com ela mesma” (SANT’ANNA, 2005: 128). A partir da década de 50, iniciaram-se diversas transformações físicas, com mudanças aceleradas, sendo cada mulher responsável pela sua própria aparência, conforme mencionado:

Na verdade, os anos 50, e, sobretudo a década seguinte, representam uma época de transformações aceleradas para a história do embelezamento no Brasil: modernização das técnicas de produção de perfumes e de cosméticos, ampliação do mercado de produtos industrializados ligados ao conforto e aos cuidados corporais, a batalha da beleza pretende ser, mais do que nunca, uma luta pessoal e cotidiana, que diz respeito não apenas às mulheres da elite, mas também às funcionárias públicas secretárias, professoras e donas de casa (SANT’ANNA, 2005: 30).

A representação das mulheres no “mercado” da beleza torna-se mais frequente e a ênfase dada aos produtos para o embelezamento é integrada à sua vida cotidiana, tanto no espaço público como privado, em locais de trabalho, ou em casa, sendo todos os momentos dedicados a se fazer bela.

Dentro desse novo contexto, o “visual” torna-se fator preponderante para elas, sendo a vaidade e os caprichos estéticos uma forma de satisfação, tanto pessoal, como de manter-se “apresentável” aos homens e à sociedade, com vestimentas e adereços da moda, desfrutando de inúmeros produtos no “mercado” da beleza.

É cultuada hoje, no Brasil, a partir da “indústria do embelezamento”, uma exigência estética feminina em constantes transformações, sendo o corpo, um objeto a ser mostrado e admirado pelas pessoas e também explorado pela mídia.

Esta, de um modo geral, apresenta as pessoas, tanto homens, e em maior número as mulheres, como um objeto em mutação, não só no físico, como em gênero, criando identidades sociais e sexuais. O rosto é explorado pelos meios de comunicação e cultuado nas sociedades, como fruto da mostra de belas mulheres em invariável concorrência e disputa, sendo estimuladas pelas técnicas de embelezamento, hoje disponíveis no “mercado” das estéticas e clínicas de beleza, divulgados, dia a dia em jornais, comerciais de TV e revistas, em larga escala, na busca desenfreada do aperfeiçoamento daquilo que a natureza não lhes proporcionou de forma desejável.

O físico e a estética, no Brasil, nunca foram tão cultuados e admirados, como hoje sendo a realização dos indivíduos e da sua própria existência transferida para a idealização física, numa forma de mudança e reconstrução do indivíduo contemporâneo, multiplicando, com isso, os personagens e os laços sociais. Todo esse jogo de realização visual pode ser traduzido pela preocupação que os indivíduos têm de satisfazer-se em relação ao olhar do outro, traduzindo a filosofia do existir, quando a preocupação reside na satisfação da existência do olhar.

Os desejos de satisfação e aprovação física acontecem de forma que o emissor e o receptor têm uma interpretação no olhar quanto ao consenso da aparência, sendo que os dois fazem uma leitura com significados de valor erótico, psicológico e sociológico que estarão baseados individualmente em convívios familiares e criações, mas também na beleza socialmente construída, aquela que foi “fabricada” artificialmente, tornando-se um “valor de mercado”, muitas vezes mais significativo do que os de outros valores. “(...) a aparência é a

parte visível que a pessoa oferece à percepção sensorial do outro e todo ato social que utiliza a aparência ocorre em um ambiente visual” (GOLDEMBERG, 2007: 118). Le Breton (2007) enfatiza que, por meio do corpo e por um conjunto de rituais, as pessoas fazem do mundo a extensão de suas experiências, conforme mencionado, a seguir:

Existir significa em primeiro lugar mover-se em determinado espaço e tempo, transformar o meio graças à soma de gestos eficazes, escolher e atribuir significado e valor aos inúmeros estímulos do meio, graças às atividades perceptivas, comunicar aos outros a palavra, assim como um repertório de gestos e mímicas, um conjunto de rituais corporais implicando a adesão dos outros. Pela corporeidade, o homem faz do mundo a extensão de sua experiência; transforma-o em tramas familiares e coerentes, disponíveis à ação e permeáveis à compreensão (LE BRETON, 2007: 08).

A partir dos avanços tecnológicos e da “indústria do embelezamento”, a perfeição física, passa a fazer parte do cotidiano brasileiro, mais especificamente das mulheres. As imagens de modelos esculturais e de corpos e rostos perfeitos, em TVs, telas de cinema, revistas, *outdoors* e computadores, muitas vezes retocados por meio de computação gráfica, tendem a induzir a busca desse tipo de perfeição como sendo um modelo de felicidade, produzindo e reproduzindo culturas que investem cotidianamente no “mercado” da saúde e que consomem todos os tipos de produtos materiais, como revistas, filmes, dietas, estéticas, suplementos alimentares, academias de ginástica, clínicas de embelezamento, dentre outros. A publicidade surge, direcionando o mundo do consumo e da beleza.

Anterior à década de 1970, esta preocupação com a estética era quase nula e considerada incompatível com o ideal da realização pessoal feminina, criticada, inicialmente nos Estados Unidos com o chamado “mito da beleza” e depois, no Brasil, sendo empecilho para a realização pessoal das mulheres. Porém, com o avanço dos movimentos feministas e com a crescente “indústria do embelezamento”, a boa aparência acaba por ser um “quesito” quase obrigatório para o universo feminino, no momento da inserção no mercado de trabalho e na procura pelos seus parceiros sexuais. “A competência acaba se equiparando à imagem física, trazendo às mulheres uma maior ‘segurança’ no momento de encarar os desafios do espaço público e afetivo” (CORRÊA, 2010: 29).

Reportando-se um pouco mais à História, no início do século XX, o processo de envelhecer no Brasil era considerado natural e as mulheres, segundo Haiken (1997), que resistissem ao envelhecimento eram ridicularizadas. Durante a primeira metade desse século, as questões relacionadas à beleza limitavam-se às prescrições médicas e às regras de uma moral católica; segundo os padrões da época, a mulher brasileira deveria se contentar com o uso de jóias, chapéus e luvas. O embelezamento, para a época, colocava em risco a moral das “moças de família”, dando uma conotação de moral duvidosa.

A partir da guerra, esse quadro inicia um processo de mudança e a cultura americana passa a ser dominada por um “*ethos* terapêutico” Goldemberg (2007) e um crescente aumento da indústria da beleza, disseminou-se, aos poucos, também no Brasil. Porém, para os Estados Unidos, essa aceitação veio acompanhada de dúvidas morais, provocando controvérsias, como por exemplo, quanto às cirurgias plásticas de implante de silicone nos seios, sendo essa prática proibida em 1992, pela FDA - *Food and Drug Administration*. Em contrapartida, no Brasil, os implantes de silicone nunca foram proibidos ou considerados como politicamente errados, ou trazendo riscos à saúde feminina, pelo fato de a beleza, em nosso País, estar desvinculada das questões morais, políticas ou de raça. “No Brasil, cosméticos podem ser ‘apenas’ cosméticos;

cabelos louros, narizes finos, seios reduzidos - ou aumentados - são considerados ‘coisas da beleza’, não da raça” (GOLDEMBERG, 2007: 120).

Com a ascensão dos movimentos feministas em larga escala, tanto nos Estados Unidos, como no Brasil e com maior participação da mulher no espaço público, bem como devido às novas formas de embelezamento e ao aumento alucinante da indústria de cosméticos, um novo espaço para pesquisas floresce, em substituição à construção social da feminilidade e da masculinidade e dos estudos sobre gênero, tornando-se, não somente as mulheres, mas também os homens, objeto de estudo e de interesse de alguns autores.

Segundo cada sociedade e de acordo com diferentes períodos da História, a construção cultural masculina também passa por diversas etapas; de acordo com Badinter (1993) a masculinidade demanda um trabalho e um processo pedagógico, em que o verdadeiro homem, viril, é estimulado socialmente a desenvolver-se por meio de provas e deveres. Para o autor, o processo de construção de identidade masculina se inicia negativamente pelo fato de ele ter que provar, à medida que for crescendo, que não é nem criança, nem mulher e nem homossexual, mudando a sua identidade de menino para homem. Tanto para Badinter (1993) como para Trevisan (1998), ser homem é opor-se a tudo que se assemelha à mulher, evidenciando a fragilidade masculina, pois no mundo masculino “(...) a falta de um único elemento coloca em risco todo o edifício” (GOLDEMBERG, 2007: 55). Diferentemente dos homens, as mulheres, por terem menos medo de se assemelhar a eles, adotam padrões masculinos, como usar calças compridas, apesar de que a masculinidade é um gênero infinitamente vigiado e precavido pelos homens.

Da mesma forma que diferem as construções de identidade masculina e feminina, percebe-se, na sociedade brasileira, uma hesitante e articulada negação do masculino quanto à sua fragilidade, manifestada por meio da moda - técnica corporal associada mais ao papel feminino, como um significativo elemento, na formação de identidades e dos papéis de gênero, conforme citado:

(...) No mundo da moda, a aparência dos sexos continua organizada por uma dissimetria estrutural que faz com que mulheres e homens não ocupem uma posição equivalente. Se, por um lado, as mulheres podem usar quase tudo, incorporar ao seu guarda roupa peças de origem masculina, por outro, os homens são submetidos a uma codificação implacável, baseada na exclusão incondicional dos emblemas femininos (LIPOVETSKY, 1989 apud GOLDEMBERG, 2007: 199).

Se, de um lado, por meio da vestimenta, a identidade social se confundiu, por outro, com a identidade sexual isto não ocorreu, sendo a moda vista como um atributo mais feminino do que masculino, mesmo hoje havendo uma preocupação com ela por parte de alguns homens, tanto quanto ao seu físico.

Para a sociedade brasileira a estética, associada à vaidade, parece ser uma peculiaridade mais feminina e se há um investimento estético mais acentuado entre os homens, em geral é visto como um traço efeminado. Hoje, o imaginário da sociedade brasileira e dos ditos populares ainda é permeado por pensamentos e procedimentos nesse sentido, sendo a mulher estimulada aos investimentos e atributos físicos e estéticos e o homem, de acordo com Da Matta (1997), à eterna vigilância das emoções, dos gestos e do corpo, deixando para elas, a futilidade e os caprichos estéticos. A sociedade ocidental é impregnada de estereótipos sociais em que tanto o menino como a menina são educados conforme uma predestinação social. “A interpretação que o social faz da diferença dos sexos

orienta as maneiras de educar e criar a criança segundo o papel estereotipado que dela se espera” (LE BRETON, 2007: 67).

Por outro lado, o que falar do metrosssexual? Um novo jeito de ser do homem metropolitano que se preocupa com o aspecto visual, com sua aparência, cuidando do corpo, pele, rosto e unhas, utilizando-se também dos atributos ditos como femininos, frequentando academias, estéticas, perfumarias e clínicas de embelezamento, sendo confundido muitas vezes com *gay*. Termo criado no final dos anos 90, os metrosssexuais são conhecidos por andarem na moda, terem bom gosto e normalmente encontrarem-se bem estabilizados profissionalmente. Conforme Le Breton (2007), o homem, como ator social, refere-se ao corpo associando-o a uma posse, atributo ou *alter ego* e nesse discurso, é colocado não como algo indistinto ou ameaçador ao ser humano, e, sim, como a fantasia e o imaginário desse discurso. De acordo com o autor, o corpo é o lugar elevado de contato com o mundo, tanto para homens como para mulheres, estando sob a luz dos refletores, conforme mencionado:

A crise de significação e de valores que abala a modernidade, a procura tortuosa e incansável por novas legitimidades que ainda hoje continuam a se ocultar, a permanência do provisório transformando-se em tempo da vida, são, entre outros fatores, os que contribuíram logicamente para comprovar o enraizamento físico da condição de cada ator. O corpo, lugar privilegiado do contato com o mundo, está sob a luz dos holofotes (LE BRETON, 2007: 10).

Vale ressaltar que, por mais que a insistência de associar a beleza aos caprichos estéticos esteja voltada mais às mulheres, ou de que a beleza está para o feminino assim como a força está para o masculino, as maneiras de problematizar as aparências ou de produzir o embelezamento, não cessam de ser alteradas.

Alguns autores ainda fazem menção ao corpo como sendo portador da auto-identidade, como Giddens (1993) referindo-se que este está cada vez mais ligado às decisões individuais e de estilos da vida cotidiana. Para o autor, o corpo exerce um papel ativo e interligado nas questões de decisão do ser humano, não estando dissociado do contexto social, e, sim, revelando um aprendizado social, a partir do momento em que se vive, sente e age por meio dele (VILLAÇA; GÓES, 1998).

Além da participação ativa do corpo nas decisões dos indivíduos e dos estímulos sociais, a tendência do ser humano passa a ser de um mero espectador a de um detentor de atribuição de responsabilidade e esforço para o alcance de uma aparência desejável, sendo o consumo um dos fatores preponderantes na aquisição de uma identidade cultural.

Para Sant’Anna (2005) toda ação que se destina a conhecer e embelezar o corpo possui, também, sua parte de risco e fraqueza. O processo de transformação do corpo, assim como dos instrumentos e serviços de embelezamento, outrora inexistia. Afirma, ainda, que:

Um tal paradoxo convoca a presença do inesperado em cada tentativa de controle e de manipulação do corpo. Impossível, portanto, apreendê-lo de uma vez por todas, compreendê-lo em algumas linhas. Seu conhecimento é interminável tanto quanto são diversificadas as bases culturais que, da medicina à religião, passando pela filosofia e pela antropologia, o constituem e o transformam (SANT’ANNA, 2005: 12).

Com esforço e dedicação e com a ajuda de recursos na “indústria do embelezamento”, com o decorrer dos anos o corpo é persuadido a alcançar uma aparência desejável e

satisfatória. O paradigma da racionalidade moderna passa de um corpo estagnado a disciplinado, sendo um objeto de controle, ancorado na satisfação e no desejo real recebendo inúmeras versões, dissimulando-se em diferentes práticas amparadas em crenças religiosas, ideias filosóficas, políticas e culturais, conforme mencionado:

O corpo passa de uma mera narrativa classificatória, para uma infinidade de discussões legitimadas em produções que realizam os regulamentos de privado e público, real e irreal, levando a discussão para o significado e os limites do corpo, e pensar, hoje, sobre ele é ultrapassar seus limites, numa projeção de subjetividades (CORRÊA, 2010: 33).

Hoje, os movimentos de identificação e representação do corpo não estão dissociados dos elementos heterogêneos, biológico, social e imaginário, tornando-o, um objeto de transmutação, numa verdadeira revolução de identidade, sendo a transformação um hábito de diversas culturas, desestruturando categorias, invertendo o papel de tradicional a mutante, dando lugar ao prazer, à satisfação e ao fascínio.

Uma das questões históricas do corpo está relacionada à era industrial, com uma sociedade de produção e com corpos sendo mutilados, manipulados como instrumento de produção, disciplina e controle. Com o passar dos anos, ele foi sendo dominado não mais pela sociedade de produção, e, sim, pela sociedade do consumo, quando passou a ser transformado por imagens e padrões de representação, com uma gama de opções disponibilizadas no “mercado” do embelezamento, satisfazendo necessidades e desejos, na chamada - era do consumo.

O termo corpo também foi dedicado e debatido pelos movimentos feministas, visto como um pilar da organização sóciopolítica, dando ênfase à fertilidade como um início de afirmação. Os autores discorrem sobre esta questão, afirmando que:

Nessa linha, a negligência do corpo pela sociologia tradicional era devida ao fato de ser esta uma ciência masculina, que tentava naturalizar a diferença de gênero. Dessa forma, o feminismo nos ensinou que a história começa e termina com a apropriação do corpo (VILLAÇA; GÓES, 1998: 40).

A cultura brasileira é composta, dentre outras características, por uma particularidade diferenciada em relação a outras culturas, expressa pela proximidade com que as pessoas se relacionam, seja de forma verbal ou física, numa manifestação de intimidade. Na língua, esta característica se exterioriza por meio de palavras e dos apelidos e no físico, pelo sorriso, pelo contato, pelo toque, este último muito característico no Rio Grande do Sul, pelo abraço, beijo e aperto de mão, vistos como gestos cordiais, expressando laços de intimidade corporal, funcionando como uma técnica de ligação social. “O Brasil valoriza o corpo e é essa ligação com o concreto que serve de base para a cordialidade da vida social brasileira (...)” (GOLDEMBERG, 2007: 120). Dessa forma, nossas relações sociais são expressas por meio do corpo, da valorização das construções corporais, da aparência física, da beleza, da sensualidade, do carnaval, do bronzado, no verão, incorporadas à ideologia da aparência e muito próximas às de gênero e de erotismo, diferentemente, por exemplo, do europeu que vive as suas relações sociais separadas do corpo, distantes e impessoais, “valorizando” o controle, a disciplina e a autonomia individual, sendo o corpo desvinculado da vida social e ficando afastado de um encontro social espontâneo, como no caso do Brasil.

Todo esse jogo de corpos sendo “moldados” e “aperfeiçoados” em um processo de aprovação ou rejeição e de aprimoramento visual e estético, nessa teia de laços sociais e nas diferenças de masculino e feminino, remete ao estudo de novas questões quanto às construções sociais, no Brasil, não sendo dissociadas da ideologia de gênero.

Homens e mulheres representam atributos de virilidade ou fragilidade, reconstruindo diferentes valores estéticos, dando margem a novas identidades sociais, ultrapassando barreiras e multiplicando os personagens, num verdadeiro método de “mutação” e “transformação” corporal, sendo o “olhar do outro”, a transcendência da verdadeira existência social.

2 CONCLUSÃO

Com todas as discussões propostas pelos autores mencionados quanto às diferenças de comportamentos e pensamentos entre homens e mulheres e a partir das inúmeras concepções com que o corpo tem sido considerado e transformado, no decorrer dos anos, o fato é que se vive um tempo de supervalorização dele e da sua imagem, refletida na boa aparência e na busca incansável da melhor performance e na constante construção de uma nova representação física, sendo o “olhar do outro”, o balizador de todas as atitudes.

A partir das inúmeras mudanças e concepções pelas quais o corpo passou, no decorrer dos anos, de um simples elemento imóvel a um objeto de constantes modificações e variações, outras formas de representatividade, tanto social como pessoal, foram introduzidas, podendo ser manifestadas pelo físico, algumas por meio de vestimentas, maquiagens e adereços, todas largamente utilizadas pelas mulheres. As vestimentas e a moda significam, para os indivíduos e a representação corporal, na busca de mais expressão, dando ao corpo, o poder de ação de afetar e transparecer sentimentos, atitudes, emoções, vontades e desejos.

Um dinâmico e ativo processo de autorrepresentação se apresenta nas sociedades, tornando o corpo, pelas vestimentas, adornos, adereços, transformações estéticas, etc., uma nova forma de identidade dos indivíduos, invertendo as estruturas de sociedades formatadas na estagnação de um corpo imóvel, para um corpo em constantes e variáveis transformações, podendo, tanto as mulheres como os homens, serem o universo de vários estudos antropológicos e sociológicos, por meio das mais diversas expressividades e representatividades.

Giddens (2005), fazendo referência à identidade dos indivíduos, define essa questão no campo das Ciências Sociais, sendo as peculiaridades atribuídas ao “eu” pelo “outro”, como papéis sociais, isto é, uma identidade. O “ser”, como gênero, profissão ou condição política define o sujeito “para o outro”, admitindo, assim, a construção de inúmeras identidades sociais.

A partir das análises dos autores e das observações propostas neste artigo tem-se uma nova representação principalmente do gênero feminino, com as mulheres desfrutando dos diversos espaços sociais, numa forma de satisfazer suas necessidades pessoais e afetivas, talvez, outrora perdidas, utilizando-se do corpo, das vestimentas, dos adereços e das inúmeras disponibilidades no “mercado” da beleza, com o objetivo de atrair o “olhar do outro”, numa busca incessante de aperfeiçoamento e satisfação pessoal.

Os comportamentos humanos não são somente respostas a estímulos biológicos, mas também sociais, desenvolvendo diversos papéis na sociedade. Alguns desses papéis dizem respeito à busca incessante do ser humano por satisfação, aceitação e realização, levando o

olhar do indivíduo ao corpo, na busca desenfreada por beleza, numa paradoxal teia de identidades corporais, como forma ingênua da perfeição humana,

ⁱ Mestre em Ciências Sociais (2010) e Pós-Graduada em Gestão Empresarial (2007) pela Pontifícia Universidade Católica do RS (Brasil). Administradora e Docente das Faculdades Integradas São Judas Tadeu (Brasil).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BADINTER, E. **XY**: sobre a identidade masculina. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

CORRÊA, Leci M. S. B. **É namoro ou amizade?** Estudo etnográfico sobre sites de namoro na Internet. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2010.

DA MATTA, Robert. **Carnavais, Malandros e Heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

GIDDENS, A. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: UNESP, 1993.

GIDDENS, A. **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

GOLDEMBERG, Mirian. **Nú & Vestido**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

HAIKEN, E. A History of Cosmetic Surgery. **MD: The John Hopkins University Press**. Baltimore: Venus Envy, 1997.

LE BRETON, D. **A Sociologia do Corpo**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero**: a moda e seus destinos nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SANT'ANNA, D. B. **Políticas do Corpo**. 2.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

TREVISAN, J. S. **Seis balas num buraco só**: a crise do masculino. Rio de Janeiro: Record, 1998.

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