

Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética ¹

Camila Suenaga ²

Daiane Carla Lisboa ³

Mariane Santos da Silva ⁴

Vandressa Bueno de Paula ⁵

Resumo:

A estética sempre esteve ligada às reflexões filosóficas, a crítica literária ou a história da arte. Para compreender o belo contemporâneo, é preciso voltar aos pensamentos e conceitos que constituem a sociedade. Os padrões estéticos não são eternos, variam no tempo e no espaço, de uma região à outra, de uma cultura a outra. Assim, para melhor compreender este universo cultural estético é preciso identificar os principais fragmentos históricos da beleza, buscando-os nas diferenças entre os povos que podem ser influenciadas pelo clima, crenças religiosas, a história da sociedade, os regimes políticos, os sistemas econômicos, etc. O estudo ora apresentado caracteriza-se por uma pesquisa de caráter exploratório cujo objetivo é o de analisar a construção do embelezamento no decorrer da história da estética. Foram levantados estudos que relacionam este contexto em livros, revistas e sites. Pode-se perceber que a beleza é representada como um dever cultural, sobre influências da mídia e da moda, onde o corpo é transformado em mercadoria e o objeto de desejo o corpo padrão, ou, a beleza padrão. Entende-se que o padrão de beleza ideal é mutável e que a busca por este, quando não concretizado, pode acarretar graves consequências ao ser humano.

Palavras-chaves: Estética; História; Beleza; Padrão Estético; Pesquisa exploratória.

¹ Artigo apresentado como requisito para aprovação no Curso de Especialização Lato Sensu em Estética Facial e Corporal, da Universidade do Vale do Itajaí, Unidade Ilha, Florianópolis, SC, sob orientação do Prof. Msc Mariane Santos da Silva. Novembro, 2012.

² Acadêmica do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Unidade Ilha, Santa Catarina. E-mail: camilasuenaga@hotmail.com

³ Acadêmica do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Unidade Ilha, Santa Catarina. E-mail: daialisboa@hotmail.com

⁴ Orientadora, Professora do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Unidade Ilha, Santa Catarina. E-mail: mariane_silva@univali.br

⁵ Co-orientadora, Professora do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Unidade Ilha, Santa Catarina. E-mail: vbuenop@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

Diversas áreas de conhecimento (psicologia, filosofia, antropologia, entre outros) têm suas definições de beleza e estética. Ressaltando que no dicionário Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, o belo é o que tem forma perfeita e proporções harmônicas; que é agradável, elevado, sublime. (1998, p.90).

A busca da beleza e do esteticamente belo segundo Schubert (2009) é tão antiga quanto à existência da humanidade. O estilo e o asseio pessoal se transformaram muito ao longo da história e refletiram as tradições e costumes de períodos específicos. Portanto os padrões de beleza modificam-se a cada época em função da sua evolução comportamental. Idealiza-se que a estética e a beleza acompanhe sempre o padrão utilizado como ideal. O presente trabalho tem por objetivo analisar a construção do embelezamento no decorrer da história da estética.

1.2 Compreensão do Belo

A etimologia da palavra estética vem do grego *aisthesis*, conforme Duarte (2001 p.13) que afirma ser: "capacidade do ser humano de sentir a si próprio e ao mundo num todo integrado". Tão simples de entender como o é entender o seu oposto: anestesia - perda das sensações, perda dos sentidos. Hillman (1993, p.17) também dá o seu entendimento de *aisthesis*: "A palavra em grego para percepção ou sensação era *aisthesis*, que significa, na origem, "inspirar" ou "conduzir" o mundo para dentro. A *aisthesis* trata da relação com o mundo." (HILLMAN, 1993, p.17).

Sabe-se que a estética sempre esteve ligada as reflexões filosóficas, a crítica literária ou a história da arte (BAYER, 1968, p.13). Segundo Schubert (2009) diferentes épocas e culturas têm seus modelos ou padrões específicos de beleza. Assim, para a compreensão do belo contemporâneo, voltemos para os pensamentos que constituem a sociedade. (SCHUBERT, 2009).

Segundo Croce (1912, p.35) a arte é a visão ou intuição, em suas palavras "o artista produz uma imagem ou fantasma; e quem aprecia a arte dirige o olhar para o ponto que o artista lhe apontou, olha pela fresta que ele lhe abriu e reproduz em si

aquela imagem”, cria uma concepção em relação a noções de gosto, de equilíbrio, de harmonia e de perfeição da obra. (CROCE, 1912, p.35).

Para Adorno (1950, p.12-13) a arte tem seu conceito na constelação de momentos que se transformam historicamente. O caráter artístico específico que nela existe deve deduzir-se, quanto ao conteúdo, qualquer exigência de uma estética. A estética da arte segundo Croce (1912, p.111) tinha como problema responder qual o papel que a arte exerce na vida do espírito, da relação da fantasia com o conhecimento lógico e com a vida prática e a moral. (CROCE, 1912, p.111).

Em decorrência desse fato os pensadores da filosofia antiga, sob estímulos da física e da metafísica, desenvolveram diálogos estéticos e críticas para compreender o problema estético. Segundo Croce (1912, p.187) destacaram-se de maneira negativa, Platão com a negação do valor da poesia, positivamente, com a defesa de Aristóteles, que tentou garantir à poesia um domínio próprio entre o da história e o da filosofia, e por outro lado, com as especulações de Plotino, que, pela primeira vez, juntou os dois conceitos, que vagavam separados, da “arte” e do “belo”. (CROCE, 1912, p.187).

Com o surgimento da filosofia moderna, a estética segundo Croce (1912, p.111), entre seiscentos e setecentos, separa a arte do sentimento estético. Cumpre ressaltar que segundo Adorno (1950, p. 21) Kant foi o primeiro a adquirir o conhecimento, segundo o qual o comportamento estético está isento dos desejos imediatos, referiu-se a estética como a ciência do belo. Em sua Obra Crítica da Faculdade do Juízo I (XVII), Kant compreende que:

Não pode haver nenhuma regra de gosto objectiva, que determine por meio de conceitos o que seja belo. Pois todo juízo proveniente desta fonte é estético; isto é, o sentimento do sujeito e não o conceito de um objeto é o seu fundamento determinante. Procurar um princípio de gosto, que fornecesse o critério universal do belo através de conceitos determinados, é um esforço infrutífero, porque o que é procurado é impossível e em si mesmo contraditório. (KANT, apud CEIA, 1790).

Em contrapartida, segundo Bayer (1978, p.180), Baumgarten foi o primeiro esteta a ter uma doutrina de beleza e a separar o belo da ciência e a considerar a estética uma ciência. O fim da estética é estabelecer o que é beleza, e o

conhecimento sensível é o belo. A beleza, segundo Baumgarten, manifesta-se sob três aspectos:

Reside primeiro num acordo dos pensamentos, abstraindo da ordem por que se apresentam e dos sinais que servem para exprimi-los; o acordo desses pensamentos entre si num só elemento é fenomenal. [...] A beleza é o acordo da ordem interna segundo a qual arrumamos as coisas belamente pensadas. Mas a ordem das coisas é uma ordem interna que deve ser sentida e não pensada. [...] Finalmente, a terceira definição da beleza, segundo Baumgarten, é o acordo dos sinais, acordo interno, acordo com os pensamentos e acordo com as coisas. É o acordo da expressão, da dicção, com os pensamentos, com a ordem por que se arrumam e com as próprias coisas. (BAUMGARTEN apud BAYER, 1978, p. 180- 181).

No século XIX, Hegel influenciado pela escola de Baumgarten e pelas idéias kantianas, defendeu o pensamento que o belo não é uma realidade absoluta e intocável pelo ser humano, o belo é resultado do trabalho humano realizado em comunidade. (CEIA, 2006).

2 FRAGMENTOS HISTÓRICOS DA BELEZA ATRAVÉS DOS TEMPOS

Os padrões estéticos não são eternos, variam no tempo e no espaço e de uma região à outra. As diferenças entre os povos podem ser influenciadas pelo clima, as crenças religiosas, a história da sociedade, os regimes políticos, os sistemas econômicos, etc. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000). Para melhor compreender o universo cultural estético vamos identificar os principais fragmentos históricos da beleza.

2.1 Início dos tempos

Desde os tempos mais remotos da história e da pré-história, o ser humano faz do seu corpo um objeto cultural. Existem muitos relatos em que os povos primitivos usavam substâncias para maquiagem e embelezamento, demonstrando a preocupação com a aparência. Rostos e corpos eram pintados e tatuados para agradar aos deuses e afugentar os maus espíritos. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000).

Os egípcios foram os primeiros a cultivar a beleza de uma forma extravagante. Eles usavam os cosméticos como parte de seus hábitos de embelezamento pessoal, para cerimônias religiosas e ao preparar os mortos para o enterro. Um dos usos mais antigos da henna era como enfeite no antigo Egito, para a arte corporal e as unhas. Para os antigos egípcios, a limpeza era uma forma de proteção contra o mal e também contra as doenças. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.5).

Os antigos hebreus tinham inúmeras técnicas de asseio e cuidados com a pele. Em razão de sua natureza nômade, eles adotavam muitas técnicas de outras culturas. Os rituais de asseio dos hebreus eram fundamentos no princípio de que o corpo era um presente, que deveria ser bem cuidado. Os cosméticos eram usados principalmente para a limpeza e conservação da pele, dos cabelos, dos dentes e da saúde em geral. Eles usavam azeite de oliva e óleo de semente de uva para hidratar e proteger a pele. Preparavam pomada de hissopo (uma planta aromática encontrada originalmente perto do Mar Negro e da Ásia central) para limpeza, e também bálsamos de canela para conservar o calor do corpo. A mirra e a romã eram os produtos mais úteis para eles: a mirra em pó era usada como anticéptico e ajudava a repelir os vermes intestinais. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.5).

Os padrões de beleza e harmonia criados na Grécia Clássica (V e IV d.C) são imitados até hoje. Os gregos nos transmitiram o gosto pela harmonia, pela proporção das formas, pelo equilíbrio perfeito. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.17). O ideal grego incluía a perfeição da mente e do corpo. Os atletas gregos eram a definição do equilíbrio entre a mente e o corpo. Os gregos viam o corpo como um templo. Eles costumavam a banhar em azeite de oliva e polvilhar uma areia fina por cima, para regular a temperatura do corpo e se proteger do sol, mostrando que conheciam muito bem os efeitos dos elementos naturais sobre o corpo e o processo de envelhecimento. Costumavam usar mel e azeite de oliva para

a proteção contra o clima e sempre estavam buscando formas de melhorar sua saúde e aparência. Esse amor pela perfeição tornou os gregos pioneiros nas técnicas avançadas de asseio e cuidados com a pele. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.6).

Os romanos antigos eram famosos pelas casas de banho, que eram construções públicas magníficas com partes separadas para homens e mulheres. Suas ruínas sobrevivem até hoje. Tratamento com vapor, massagens e outras terapias físicas estavam disponíveis nessas casas de banhos. Depois do banho, os romanos aplicavam óleos e outros preparos na pele para mantê-la saudável e atraente. As fragrâncias de flores, açafrão, amêndoas e outros ingredientes também faziam partes dos rituais de banho e asseio. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.6).

Os asiáticos, assim como os egípcios, combinavam a natureza, os animais e o homem em uma cultura sofisticada e elaborada, que seguia um alto padrão de asseio e boa aparência. As culturas chinesas e japonesas incorporaram a riqueza do ambiente natural em sua aparência. A história também mostra que, durante a dinastia Shang (1600 a. C.), os chineses passavam uma mistura colorida de goma arábica, gelatina, cera de abelha e claras de ovos nas unhas, para deixá-las carminas ou pretas. As gueixas não apenas exemplificavam o ideal da beleza, mas também o incorporavam em rituais intrincados. Elas removiam os pelos do corpo com uma técnica semelhante ao que chamamos de “depilação com linha” atualmente. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.6).

Na Idade Média o ideal de beleza feminina dava preferência as mulheres de pele branquíssima, cabelos louros e ar virginal. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.19). Nessa época, a religião cumpria uma função dominante na vida das pessoas. A cura, principalmente com ervas, ficava a cargo da Igreja. A cultura da beleza também era praticada, porém o clero combatia vigorosamente à maquiagem, considerada uma prática sedutora que conduzia ao pecado. Tapeçarias, esculturas e outros artefatos desse período mostram perucas altíssimas, penteados complexos e o uso de cosméticos na pele e nos cabelos. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.7).

A nobreza começa a mudar de função na sociedade. No Renascimento os cavaleiros têm a necessidade de participar das guerras e passam grande parte do tempo nos palácios, fazendo política e se dedicando na arte da sedução. O luxo se torna mais visível, homens e mulheres passam a usar jóias e a maquiagem ganha maior importância. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.20-21). Uma das

práticas mais comuns era depilar as sobrancelhas e a linha dos cabelos para mostrar uma parte maior da testa, acreditava-se que isso fazia as mulheres parecerem mais inteligentes. As fragrâncias e os cosméticos eram usados. Os cabelos eram meticulosamente penteados e enfeitados com ornamentos ou perucas. As representações do corpo feminino nas obras passam a valorizar os seios e as nádegas e ganham contornos mais curvilíneos. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.8).

A partir do século XIX, inicia uma nova era nas concepções de beleza. Os comportamentos se alteram, o elegante é visto nos pequenos detalhes e não no exagero. As mulheres passam a ostentar maneiras mais discretas e o traje masculino se uniformiza. A burguesia buscava uma aparência mais natural e saudável. Nasce a sociedade de consumo, onde as indústrias produzem artigos de beleza em larga escala, tornando-os mais baratos. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000).

2.2 Século XX

Com o século XX vieram muitas mudanças, cuidados com a pele e inovação na cultura da beleza. A cada década a estética mudava, enquanto no começo da história tais modificações demoravam cerca de um século. Essas mudanças ocorreram principalmente em função da exposição maior a outras culturas e a industrialização das civilizações. Viagens, jornais, revistas, rádios e o cinema foram fontes importantes de informação. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2000, p.8-9). Costumes e comportamentos alteram-se, as mulheres passam a adotar hábitos antes permitidos exclusivamente aos homens, como fumar e beber em público, discutir política, seguir uma profissão ou afirmar a sexualidade. Uma das inovações com maior peso simbólico foi à moda do cabelo curto para as mulheres. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.23).

Nos anos 60 consagram o visual unissex. Calças jeans, sapatos baixos, cabelos compridos para os homens, enfim, maneiras de comportamento e de vestimenta passam a ser comuns a ambos os sexos. Apesar dessa tendência de aproximação da aparência entre homens e mulheres, os dois papéis continuam a ser

distintos e a se basear em padrões de belezas diferentes. Os homens devem ser musculosos e aparentar certa agressividade, e obter poder seja pelos bens de consumo, pelas despesas significativas ou com cargos de chefia. Contudo, a mulher é muito mais cobrada do que o homem em relação à beleza do que com o poder. Corpos malhados em academias e emagrecidos através de dietas, maquiagem no tom da moda, cabelos pintados para esconder os fios brancos, unhas embelezadas, pêlos depilados, cremes para rejuvenescimento são usados cotidianamente em busca da beleza ideal. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.23-24).

Com a entrada dos anos 90, a moda mudou de forma muito rápida. Nas passarelas, modelos magérrimas vendiam um novo padrão de beleza. Assim como modelos de roupas, cores, comprimento de saia, altura de cós das calças, estilos de maquiagem e mesmo o tom de pele podem marcar a moda e variam de uma estação à outra. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.24-25).

A ciência renovou a estética, a beleza se constrói pela técnica e os materiais. As pesquisas se multiplicam, a revolução da cosmetologia alavanca a descoberta de novos produtos e a maquiagem torna-se objeto fundamental do uso cotidiano. (VIGARELLO, 2006, p.167).

O início do século XXI trouxe a nanotecnologia, a arte de manipular os materiais em uma escala atômica ou molecular, ou seja, uma “micronização” dos ingredientes. Modificando as propriedades químicas e transformando-as em unidades cada vez menores, essa técnica revigorou os ingredientes já testados e criou outros novos, diminuindo as reações adversas. Os aparelhos ficam cada vez mais sofisticados e os tratamentos cosméticos são personalizados, destinados especificadamente para cada tipo de pele e idade. (D’ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.9).

Segundo Vigarello (2006, p.178) o corpo se tornou “o nosso mais belo objeto de consumo”. As revistas generalizaram a cultura da estética e dos cuidados com a aparência. O consumo acompanha o embelezamento, as vendas de cosméticos corporais aumentaram entre 2000 e 2001, o número dos salões de beleza multiplicou e as operações de cirurgia plástica estética obtiveram uma progressão anual altíssima. (VIGARELLO, 2006, p.178).

Com a “independência feminina”, a publicidade disseminou que a beleza não define gênero, e pode ser cultivada e mesmo reivindicada por ambos os sexos. VIGARELLO (2006, p.177) explica que a “beleza ilimitada” desencadeou na

valorização do mercado de beleza masculino, cirurgias estéticas para homens ficaram em evidência, salões de beleza se especializaram no atendimento a esse novo público e o maior investimento se deu nas novas tecnologias cosméticas específicas para os homens. (VIGARELLO, 2006, p.177).

O conceito e as formas de beleza se estabelecem e se incorporam em homens e mulheres que pertencem a sociedades historicamente constituídas. Vale ressaltar que o ideal de beleza de cada sociedade nunca é único, sempre existe grupos que tentam afirmar imagens alternativas e contestadoras, como no caso dos hippies, dos punks, dos nerds, etc. Ou seja, a relação do indivíduo com a beleza e com o corpo também varia segundo sua inserção social. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.25).

Atualmente, apesar de existirem imensas diferenças culturais entre os povos, à uma forte tendência à “globalização” dos padrões estéticos. Essa “globalização” das aparências não apaga, evidentemente, as diferenças culturais e nacionais. As tradições de cada povo propiciam a diferenciação dos modelos estéticos e das formas de conduta. Os padrões de beleza incorporam elementos de modelos muito antigos. Ou seja, a cultura dos nossos antepassados continua de certa maneira viva entre nós, pois conservamos alguns aspectos de sua cultura. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.97).

2.3 Influências dos padrões de beleza na sociedade

Na sociedade contemporânea, a prática do culto ao corpo e a beleza instituiu a sua explicitação e centralidade, transformando-o em um componente do mercado, como sujeito ou objeto de consumo, integrado as indústrias de cosméticos, roupas, objetos eróticos, clínicas estéticas, academias de ginásticas, publicidade, técnicas médicas, sob a lógica do sistema da moda. Salieta Mota (2006) que a indústria cultural, através dos meios de comunicação encarrega-se de criar desejos e reforçar imagens padronizando ideais de beleza associados à juventude. (MOTA, 2006).

Para Le Breton (1990), o corpo moderno é fruto do individualismo e do descolamento do indivíduo do todo comunitário, causando-lhe um sentimento de “si mesmo” antes de sentir-se membro de uma comunidade. (LE BRETON, 1990).

Para Barthes (1982), a imagem corporal deve ser compreendida como uma resultante da influência que o ambiente exerce sobre o sujeito, em um processo em que as representações corporais estão em constante transformação. Assim, nas palavras do autor: “meu corpo é para mim mesmo a imagem que eu creio que o outro tem deste corpo”, (BARTHES, 1982, p.645).

Se a beleza é representada como um dever cultural, em contrapartida, a obesidade assume um lugar de diferenciação, chegando aos dias atuais como uma forma de exclusão. Ser magro é ser belo, é ser jovem, ou seja, a aparência jovem é extremamente valorizada. Para Mota (2006), na contemporaneidade a beleza estética norteia a idéia de que para ter reconhecimento social o único caminho é estar dentro do padrão de beleza estipulado pela sociedade. A busca por este padrão de beleza quando não atingida pode determinar no aparecimento de baixa auto-estima, de depressão e de transtornos psicológicos e alimentares, enfatiza o autor. (MOTA, 2006).

Segundo Novaes e Vilhena (2003), o terrorismo contemporâneo em relação à beleza tem menos a ver com o grau de repetição das mensagens do que com a evolução da mesma, devido inclusive à sua democratização. O que é normativo para a mulher contemporânea não é o fato de modelos de beleza ser impostos, uma vez que isto sempre existiu, nem mesmo que seja dito que ela deve ser bela, mas o fato de afirmar-se, sem cessar, que ela pode ser bela, se assim o quiser. Enquanto nos séculos passados podíamos culpar a natureza, na contemporaneidade a negligência é a responsável e a culpa é individual. (NOVAES; VILHENA, 2003).

Ressalta Russo (2005) que o predomínio do bem estar é considerado um fator primordial no mercado da beleza. As aparências são unificadas, emagrecer é uma obrigação rigorosa e generalizada. As dietas são personalizadas e adaptadas ao estilo de vida pessoal. O peso ideal é aquele que você se sentirá bem e em harmonia com o seu corpo. A obesidade é reconhecida como um estilo de vida e liberdade. Onde, cada um é responsável pelo ser estado físico. (RUSSO, 2005).

Podemos associar hoje o corpo à idéia de consumo. Para Russo (2005), corpo é objeto de valorização exagerada, dando oportunidade de crescimento no “mercado do músculo” e ao consumo de bens de serviço destinado a “manutenção deste corpo”. Aquele corpo esculpido, músculos bem torneados, mais do que um índice de saúde é também resultado de interesses. Por trás de cada fibra enrijecida

estão milhões de reais investidos em novos tipos de aparelhos de ginásticas, programas de condicionamentos, anabolizantes. (RUSSO, 2005, p.81).

Segundo Malysse (1997), esforçamo-nos o ano todo com exercícios massacrantes, para no verão termos a recompensa de poder ir à praia expor nosso corpo sem vergonha. Disciplinamos o corpo a freqüentar uma academia de ginástica, a fim de que, à custa de muito suor e calorias perdidas, consigamos reconhecimento social e aprovação. Como ressalta Fernandes: “O corpo está em alta! Alta cotação, alta produção, alto investimento... alta frustração.” (FERNANDES, 2003, p.13).

Com resultado imediato e menos disciplina cotidiana do indivíduo, Neto e Caponi (2007) compreendem que o crescimento da cirurgia plástica merece destaque pelo impacto que as alterações corporais, propostas pela medicina da beleza causam em relação à imagem corporal. A cirurgia estética é realizada para dar nova forma às estruturas normais do corpo, com o objetivo de melhorar a aparência e a auto-estima. A superexposição na mídia leiga afeta a percepção correta do papel dessas cirurgias na melhoria da qualidade de vida das pessoas. Há críticas de que seriam modismo ou futilidade. (NETO; CAPONI, 2007).

Vale ressaltar que a relação entre o corpo e a moda é carregada de ambigüidades e tensões, segundo Castro (2004) na medida em que a moda atua na formatação do corpo, ao valorizar determinadas zonas, aumentar ou reduzir volumes corporais, enquanto o corpo, por sua vez limita a moda, impondo os parâmetros objetivos de proporção, volume e medidas para a criação do estilista. (CASTRO, 2004).

A roupa assume a posição de segunda pele, valorizando o corpo que assume a condição de expressar, antes das roupas os adornos a ser utilizado, um estilo, uma identidade. Para Castro (2004) a moda traz sempre um conjunto de convenções e regras, impondo o que é ou não é permitido em termos de cumprimento, cor, corte, tecido, contudo, paradoxalmente, ao vestir-se o indivíduo desfruta da possibilidade de manifestar seu gosto pessoal e comunicar um estilo ou um estilo contrário dos padrões sugeridos pelo mercado. (CASTRO, 2004).

A mídia leva ao leitor as últimas novidades e descobertas tecnológicas e científicas, ditando e incorporando tendências. Segundo Almeida (2012), a mídia tem influência sobre a opinião pública. A mídia não diz ao público como pensar, mas sobre o que pensar. As mídias e suas publicidades por sua vez, provocam profundo

efeito sobre a percepção dos indivíduos no que diz respeito ao corpo. Portanto, potencializa a difusão e capitalização do culto à beleza padronizada, constituindo assim o que podemos denominar de 'indústria da beleza'. (ALMEIDA, 2012).

Entre outras palavras, segundo Mota (2006) o corpo é transformado em mercadoria e desejo de beleza. Os corpos são transfigurados, transformados, construídos de acordo com a dinâmica e os modelos estabelecidos pelos meios da comunicação em massa. (MOTA, 2006).

Diante desta contextualização, parte-se a seguir para a realização da análise proposta pelo artigo.

3 METODOLOGIA

O estudo em questão caracteriza-se por uma pesquisa de caráter exploratório, do tipo descritivo que, segundo Gil (1991, p. 45) tem a finalidade de “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”, bem como, o aprimoramento de idéias e a descoberta de intuições. “Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado” (GIL, 1991, p. 45).

Neste caso, utilizaram-se dados provenientes de levantamento bibliográfico, assim sendo, revistas científicas, artigos, meio eletrônico, livros didáticos de publicação nacional e internacionais, site do acervo da biblioteca da Universidade de Vale do Itajaí, no período de agosto a novembro.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Com o objetivo de analisar a construção do embelezamento no decorrer da história da estética, verificou-se inicialmente que a estética integrou-se as reflexões filosóficas, a crítica literária e a história da arte. (BAYER, 1968, p.13).

Associada a história da arte, a estética tinha como objetivo estudar os fundamentos da arte, baseados nas diferentes formas e técnicas artísticas. Contudo, as reflexões e as críticas filosóficas antigas sobre a arte, em relação às noções de gosto, equilíbrio, harmonia e perfeição, despertaram o sentimento do belo e da sensação de prazer.

A estética do belo foi estudada fundida com a lógica e a ética. O belo, o bom e o verdadeiro fundavam uma unidade com a obra. O belo tinha como problemática desvendar a fonte original de todas as belezas sensíveis. Com a filosofia moderna, através da Doutrina kantiana a estética foi considerada a ciência de belo. Mais tarde, entre seiscentos e setecentos, Baumgarten separa o belo da ciência e considera a estética uma ciência. (BAYER, 1968).

A estética pode ser considerada uma ciência moderna, pois recentemente constituiu-se em ciência independente com método próprio. Entretanto, verificou-se que desde a pré-história, homens e mulheres utilizavam produtos extraídos da natureza para o embelezamento, demonstrando a preocupação com a aparência.

Identificou-se através dos fragmentos históricos o uso de práticas relacionadas à estética, como maquiagem, tatuagens, cuidados com a pele e anexos, casas de banho com aromatizantes, tratamento com vapor, massagens, terapias físicas, depilação, uso de cosméticos naturais, etc. Contudo, com o decorrer dos séculos a ciência renovou a estética, as pesquisas na área se multiplicaram, inovando e aperfeiçoando as técnicas conhecidas.

Desta análise concluiu-se que os padrões de beleza incorporam elementos de modelos muito antigos. As práticas antigas se misturam a hábitos modernos e regem nas relações dos homens e mulheres com seus corpos. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p.97).

O embelezamento ganhou importância, sobre tudo o que se permite reconstruir a aparência, em busca de belezas singulares, marcantes e exclusivas. Identificou-se que a imagem do indivíduo é “fabricada” diante de técnicas cotidianas com o intuito de realçar ou esconder certas partes do corpo e manipular os traços naturais por meio da arte da beleza ou cirurgicamente. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, p.41).

Vale ressaltar que a relação do indivíduo com a beleza e o corpo varia culturalmente, no tempo e no espaço, de uma região a outra, sob influências do

clima, das crenças religiosas, da história da sociedade, dos regimes políticos, dos sistemas econômicos e da inserção social na qual se enquadra.

Segundo Mota (2006) na sociedade contemporânea, o culto ao corpo e a beleza instituiu sua explicitação e centralidade. A beleza é representada como um dever cultural. O predomínio do bem estar é considerado um fator primordial no mercado da beleza, a aparência jovem é extremamente valorizada, o corpo é emagrecido por dietas, músculos e siluetas definidas são evidenciados. (MOTA, 2006).

Sobre influências da mídia e da moda, o corpo é transformado em mercadoria e desejo de beleza. A mídia se encarrega de levar aos leitores as novidades e inovações, ditando e incorporando tendências, e a moda tende a valorizar o corpo ao assumir a condição de expressar, antes das roupas, os adornos a ser utilizados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No primeiro momento a pesquisa mostrou a evolução histórica da beleza e da estética através dos tempos. Provou-se que os padrões são instituídos de acordo com a sociedade, a cultura, a economia e até mesmo o clima. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000).

Conforme a linha do tempo criada, verificamos que desde a pré- história o ser humano faz do seu corpo um objeto cultural. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000). Os egípcios foram os primeiros a cultivar a beleza de uma forma extravagante. Os hebreus tinham inúmeras técnicas de asseio e cuidados com a pele. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011).

Vale ressaltar que os padrões de beleza e harmonia dos gregos são imitados até hoje, eles tinham o corpo como um templo. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000). Os romanos eram famosos por suas casas de banho. Os asiáticos combinavam a natureza, os animais e o homem em uma cultura sofisticada e elaborada, que seguia um alto padrão de asseio e boa aparência. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011).

Na Idade Média é importante considerar que a religião cumpria função dominante na vida das pessoas. O clero combatia o uso da maquiagem,

considerada uma prática sedutora que conduzia ao pecado. Com o Renascimento, o luxo se torna mais visível, as jóias, os penteados, as maquiagens, as fragrâncias e os cosméticos ficam em evidência. (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011).

No século XIX, iniciou-se uma nova concepção de beleza. Nasce a sociedade de consumo, onde as indústrias produzem artigos de beleza em larga escala. Com a entrada do século XX, vieram muitas mudanças, cuidados com a pele e inovação na cultura da beleza. Nos anos 60, consagram o visual unissex. Nos anos 90, modelos magérrimas vendiam um novo padrão de beleza nas passarelas. (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000).

O século XXI foi marcado pela evolução dos cosméticos, aparelhos e técnicas estéticas. A beleza passa a ser cultivada por ambos os sexos e o mercado de beleza masculino é aprimorado. Salões de beleza são espalhados pelo mundo. A procura pela cirurgia estética aumenta. O culto do corpo se torna objeto de consumo e cria padrões ideais de beleza que são ditados e incorporados na sociedade.

Na segunda parte, a metodologia permitiu analisar sites, livros e revistas e buscar as comprovações para os fragmentos da beleza estética através dos tempos.

Desta análise resultou que a idéia de beleza é subjetiva e conceitual, onde cada um é responsável pelo seu estado físico. Porém ao longo dos tempos, foram construídos diferentes discursos em torno da beleza que resultaram na delimitação de padrões estéticos a serem seguidos. Com isso, ressaltamos na contemporaneidade o aumento das pesquisas na área, a evolução tecnológica dos aparelhos, avanço dos produtos cosméticos, aperfeiçoamento das práticas e técnicas estéticas decorrentes da busca da beleza ideal.

Verificou-se que a constante evolução e aprimoramento das novas tecnologias de comunicação proporcionam à sociedade informações rápidas e abrangentes. O padrão de beleza ideal é difundido pela moda e divulgado como real e acessível a todos. Segundo Baldanza (2006) a mídia potencializa a difusão e a capitalização do culto à beleza padronizada, constituindo assim o que podemos denominar de "indústria da beleza". (BALDANZA, 2006).

Consideramos que a influência da mídia não é interpretada homogeneamente, segundo Almeida (2012) há percepções diferentes sob as informações recebidas perante a sociedade, portanto, pode agir positiva ou negativamente em relação à busca do padrão de beleza ideal. (ALMEIDA, 2012).

A “indústria da beleza” contemporânea aumenta a lei da oferta e conseqüentemente a aumenta a lei da procura, ditando tendência e incorporando padrões, estabelecendo reconhecimento perante a sociedade. Arriscamos afirmar que os padrões de beleza são inalcançáveis, pois salienta Maldonado (2006) que a beleza ideal que nos é apresentada através de imagens digitais é constituída e processada pelas modernas técnicas de computação gráfica. Todavia, creditar toda culpa nos meios de comunicação seria um equívoco, mas isentá-los também. (MALDONADO, 2006).

Vale ressaltar que o bem estar mascara o culto obsessivo ao corpo perfeito, dito como essencial para o reconhecimento social do indivíduo, que quando não atingido pode acarretar em graves conseqüências ao ser humano.

Ao término da presente pesquisa, fica evidente que a estética apresenta técnicas e comportamentos muito antigos. Os padrões de beleza são impostos pela sociedade, difundido pela mídia e incorporado pela moda.

6 REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Teoria Estética**. São Paulo: Edições 70, 2003.

ALMEIDA, Juliana R. **A Padronização da Beleza na Mídia**: A experiência de mídia jovem da Associação Imagem Comunitária. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ouro Preto. 28-30 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1824-1.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2012.

BALDANZA, Renata F.; ABREU Nelsio R. **A Comunicação na Mídia e os Símbolos de Beleza**: Reflexões Sobre Influência da Indústria Cultural da Difusão de Valores Estéticos. In: XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Rio Preto. São Paulo, 22-24 mai. 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/167508017538146484738011001647797473999.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2012.

BARTHES, Roland. **Encore le corps**. Paris. Critique, n.423-424, p.645-654, 1982.

BAYER, Raymond. **História da Estética**. Lisboa: Editorial Estampa, 1995.

CASTRO, Ana Lúcia. **Culto ao corpo**: identidade e estilos de vida. In: VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais Coimbra, 16, 17, 18 set. ed. AnnaBlume, Portugal, 2004. Disponível em:

<<http://www.ces.uc.pt/lab2004/inscricao/pdfs/painel24/analuciacaastro.pdf>>. Acesso em: 6 set. 2012.

CEIA, Carlos. **Belo**. E-Dicionário de Termos Literários. Disponível em: <http://www.edtl.com.pt/index.php?option=com_mtree&task=viewlink&link_id=141&Itemid=2>. Acesso em: 2 out. 2012.

CROCCE, Benedetto. **Breviário de Estética**. São Paulo: Ática, 2001.

D'ANGELO, Janet; LOTZ, Shelley; DEITZ, Sallie. **Fundamentos de Estética 1: orientações e negócios**. 10. ed. São Paulo, 2001.

DUARTE, João Francisco. **O sentido dos sentidos: a educação (do) sensível**. Curitiba: Criar Edições, 2001.

FERNANDES, Maria H. **Corpo. Clínica psicanalítica**. São Paulo: Ed. Casa do Psicólogo. Livraria e editora Ltda, p. 13, 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, p. 90, 1988.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

HILLMAN, James. **Cidade & alma**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

KURY, Lorelai; HANGREAVES, Lourdes; VALENÇA, Máslova T. **Ritos do Corpo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.

LE BRETON, David. **Corps et sociétés: Essai de sociologie et anthropologie du corps**. (1985). In: Lib. des Meridiens. (1990). *Anthropologie du corps et modernité*. Paris: PUF.

MALDONADO, Gisela de R. **A educação Física e o Adolescente: a imagem corporal e a estética da transformação na mídia impressa**. Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte, v5, n1, p. 59-76, 2006. Disponível em: <<http://www.ricardosalदानha.com.br/wp-content/uploads/2008/04/a-educacao-fisica-e-o-adolescente-a-imagem-corporal-e-a-estetica-da-transformacao-na-midia-maldonado-2006.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2012.

MALYSSE, Stephane. **A la recherche du corps ideal: culte féminin du corps dans la zone balnéaire de Rio de Janeiro**. In: Cahiers du Brésil Contemporain, Paris, n31, p. 157-174, 1997.

MINATO, Mauren de V. TRAESEL, Elisete S. **Corpo e contemporaneidade: paradigmas estéticos e envelhecimento na atualidade**. Centro Universitário Franciscano. Disponível em: <http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/296.%20corpo%20e%20contemporaneidade.pdf>. Acesso em: 5 set. 2012.

MOTA, Maria Dolores de B. **Dê Vênus a Kate Moss**: reflexões sobre o corpo, beleza e relações de gênero. Universidade Federal do Ceará, 2006. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A009.pdf>. Acesso em: 20 ago, 2012.

NETO, Paulo P.; CAPONI, Sandra N. C. **A medicalização da beleza**. In: Comunicação, Saúde, Educação; v. 11, n. 23, Botucatu, São Paulo, set./dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832007000300012>. Acesso em: 5 set. 2012.

NOVAES, Joana V.; VILHENA, Junia de. **De Cinderela a moura torta**: sobre a relação mulher, beleza e feiúra. Interações, São Paulo, v. 8, n. 15, jun. 2003. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-29072003000100002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 20 nov. 2012.

RUSSO, Renata. **Imagem corporal**: construção através da cultura do belo. Rev. Movimento & Percepção, v. 5, n. 6, Espírito Santo de Pinhal, São Paulo, p. 80-90, jan./jun. 2005. Disponível em: <<http://189.20.243.4/ojs/movimentopercepcao/viewarticle.php?id=39>>. Acesso em: 6 set. 2012.

SCHUBERT, Claudio. **A construção do conceito estético Ocidental e sua implicação na formação valorativa e no processo educacional**. In: Divisão Temática Interfaces Comunicativas do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Blumenau, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-1303-1.pdf>>. Acesso em: 5 set. 2012.

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