

O processo iconofágico na relação entre o corpo feminino e as imagens midiáticas: o caso Andressa Urach

The process of iconophagy in the relationship between the female body and the images in the media: the case of Andressa Urach

Rodrigo Daniel Sanches

Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FFCLRP/USP); Mestre em Comunicação e Semiótica (PUC/SP); Graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pelo Centro Universitário Ibero-Americano.

E-mail: rodrigo.dsa@gmail.com

Norval Baitello Jr.

Professor Titular na Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP); Doutor em Comunicação na Freie Universität Berlin; Graduação em Comunicação e Semiótica pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de São José do Rio Preto (FFCLSJRP) da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

E-mail: norvalbaitellojr@gmail.com

Submetido em 10/05/2017

Aceito em 03/08/2017

RESUMO

O presente artigo busca refletir sobre as relações entre o corpo biológico (coagido pela exortação à visibilidade) e o corpo-perfeito que circula no ambiente midiático, partindo do caso amplamente divulgado pela mídia do problema de saúde da modelo Andressa Urach após uma aplicação de hidrogel. Para analisar as transformações corporais vivenciadas pela modelo e noticiadas em escala mundial, adotamos os referenciais teóricos da iconofagia (Baitello, 2005), uma frente de pesquisa antropológica que investiga a atual condição do ser humano numa época em que a proliferação das imagens satura o cotidiano e sua compreensão. O objetivo é discutir e problematizar a representação do corpo feminino no cenário da “beleza midiática” e demonstrar como a iconofagia está presente e se materializa na atualidade em práticas sociais e condutas corporais. A nossa hipótese é a de que as imagens midiáticas sobre o corpo feminino afetam a constituição do sujeito e sua relação com o corpo na atualidade.

Palavras-chave: Corpo; Imagem; Mídia; Iconofagia.

ABSTRACT

The present article seeks to reflect on the relationship between the biological body (coerced by the exhortation to be visible) and the perfect body that circulates in the media environment, starting from the widely publicized case of model Andressa Urach's health problem after a hydrogel application. In order to analyze the corporal transformations experienced by the model and reported worldwide, we adopted the theoretical references of iconophagy (Baitello, 2005), an anthropological research front that investigates the current condition of the human being at a time when the proliferation of images saturates daily life and the understanding thereof. The objective is to discuss and problematize the representation of the female body in the context of "media-worthy beauty" and to demonstrate how iconophagy is present and materialized at the present time in social practices and corporal conducts. Our hypothesis is that the media-conveyed images of the female body affect the constitution of the subject.

Keywords: Body; Image; Media; Iconophagy.

RESUMEN

Este artículo pretende reflexionar sobre la relación entre el cuerpo biológico (coaccionado por la exhortación a la visibilidad) y el perfecto cuerpo que circula en el entorno de los medios, a partir del caso informado ampliamente en los medios de comunicación del problema de salud de modelo Andressa Urach después de una aplicación de hidrogel. Para analizar los cambios en el cuerpo que experimenta la modelo y reportados en todo el mundo, adoptamos los marcos teóricos de iconofagia (Baitello, 2005), un frente de la investigación antropológica que investiga la actual condición del ser humano en un momento en que la proliferación de imágenes satura todos los días y la comprensión. El objetivo es discutir y cuestionar la representación del cuerpo femenino en la configuración de "belleza de los medios" y demostrar cómo está presente la iconofagia y se encarna en los comportamientos sociales y en las prácticas de cuerpo presente. Nuestra hipótesis es que las imágenes de los medios del cuerpo femenino afectan a la constitución del sujeto y su relación con el cuerpo hoy.

Palabras-clave: Cuerpo; Imagen; Media; Iconofagia.

1. Introdução

Hermann Hesse (2009) aponta que cada época, cada cultura, cada costume e tradição têm seu próprio estilo, têm sua delicadeza e sua severidade, suas belezas e suas crueldades, aceitam certos sofrimentos como naturais, sofrem pacientemente certas desgraças. Neste artigo, abordaremos um fenômeno que carrega em seu âmago a busca incessante de uma beleza irreal, porém pode revelar-se uma crueldade ou sofrimento atual: a contaminação dos

corpos pelas imagens midiáticas; em outras palavras, a relação entre o corpo real, biológico, e o corpo-perfeito do imaginário midiático. Para refletir sobre as relações entre o corpo da realidade (coagido pela exortação à visibilidade) e o *corpo-imagem*, produzido pelas imagens midiáticas, partiremos do caso amplamente divulgado pela mídia do problema de saúde da modelo Andressa Urach (e seus desdobramentos) após uma malfadada aplicação de hidrogel em seu corpo. E para analisar as transformações corporais vivenciadas por Andressa Urach e noticiadas em escala mundial, adotamos os referenciais teóricos da iconofagia (Baitello, 2005).

A “teoria iconofágica” constitui uma frente de pesquisa antropológica importante que investiga a atual condição do ser humano numa época em que a proliferação das imagens satura o cotidiano e sua compreensão (Sodré; Yamamoto, 2014). Através da iconofagia podemos “pensar o profundo da imagem, pensá-la como um complexo sensorial no qual toda imagem responderá a uma ausência estranhamente presente, mas na forma de imagem e não da coisa referenciada” (Lebedev 2014, p. 235). Conforme ressalta Kamper (2016), é preciso saber qual a estrutura, a gênese, a topologia e a história das abstrações corporais, considerando que estas não são apenas objeto do conhecimento, mas condição de possibilidade do conhecimento. Entendendo o corpo como o primeiro suporte dos textos culturais e dos processos comunicativos, a iconofagia pressupõe um circuito de devoração de imagens – como imagem, nosso corpo serve de alimento à mídia; concomitantemente nos alimentamos de imagens da mídia (Sodré; Yamamoto, 2014).

Muito já se escreveu sobre o corpo: antropólogos, linguistas, psicólogos, psiquiatras, sociólogos e pesquisadores de inúmeros campos de estudo têm se debruçado sobre o tema. E nunca este tema se mostrou tão atual e relevante para se pensar o corpo enquanto texto da cultura, um dos principais espaços simbólicos na construção de identidades e estilos de vida. Todo processo comunicativo começa e termina no corpo (Baitello, 2005). Cleide Campelo (1996) nos diz que ao ler, como um texto, o corpo de um homem de qualquer tempo ou qualquer grupo social, poderemos decifrar ali os vestígios de sua cultura.

Quais os vestígios que o corpo da atualidade carrega e que dão pistas para entendermos a cultura contemporânea? David Le Breton (2003) observa que, enquanto o corpo dos anos 60 encarnava a verdade do sujeito, seu ser no mundo, hoje ele não passa de um artifício submetido ao design permanente da medicina ou da informática. “Em outros tempos suporte da

identidade pessoal, seu status hoje é muitas vezes o de um acessório” (Le Breton 2003, p. 46). Em outras palavras, o corpo da contemporaneidade é um suporte midiático (Sanches, 2009), um acessório para o mundo das imagens (das quais o sujeito contemporâneo, de uma forma ou de outra, tem anseio de participar¹). E por que este tema ainda se revela tão instigante? Justamente por aquilo que Michel Serres (2004) aponta como o fator responsável por nos distinguir dos demais seres vivos: as metamorfoses do corpo. Não se trata de uma metamorfose natural, como as que ocorrem na natureza (por exemplo, a transformação de um casulo em uma borboleta), mas de uma intervenção planejada: alterações estéticas que somente a medicina moderna oferece ao sujeito moderno.

Frente a esse cenário, os objetivos deste trabalho são: 1) discutir, a partir de um caso amplamente divulgado pela mídia, a relação entre as imagens midiáticas do corpo feminino e sua relação com o sujeito contemporâneo; 2) problematizar a representação do corpo feminino no cenário da “beleza midiática”; e 3) demonstrar como a iconofagia está presente e se materializa na atualidade em práticas sociais e condutas corporais. A nossa hipótese é a de que as imagens midiáticas, em especial as imagens sobre o corpo feminino, afetam a constituição do sujeito e sua relação com o corpo na contemporaneidade. A materialização desse fenômeno pode ser observada através das transformações corporais a que se submeteu a modelo Andressa Urach com um único objetivo: alcançar um “visual perfeito” para ampliar sua exposição na mídia. Em menos de quatro anos, Urach realizou 14 cirurgias a um custo de mais de um milhão de reais em intervenções, clínicas e tratamentos pré e pós-operatórios (Urach, 2015).

Andressa de Faveri Urach nasceu no dia 11 de outubro de 1987 na cidade de Ijuí, no Rio Grande do Sul. Com 27 anos, ficou conhecida por ostentar o título de “Vice Miss Bumbum Brasil em 2012”. Pousou nua para revistas masculinas, participou de programas de TV e fez peça de teatro. Em decorrência de complicações de uma aplicação de hidrogel em 2009, no fim de 2014 a modelo precisou se submeter a uma drenagem cirúrgica e chegou a ficar hospitalizada em estado grave, respirando com o auxílio de aparelhos.

E sua autobiografia, *Morri para viver: meu submundo de fama, drogas e prostituição*, Urach revela em detalhes todos os artifícios que usou para se tornar uma “celebridade a

¹ Seja na mídia em geral (programas de TV, por exemplo) ou nas redes sociais, o indivíduo contemporâneo faz um esforço brutal para ver e, em especial, ser visto.

qualquer preço”. Um deles foi a aplicação de hidrogel para ampliar/tornear as coxas, uma intervenção estética que permitiria a ela “dormir com coxas finas e acordar com dois supercoxões” (Urach, 2015, p. 50). Neste artigo vamos focar nas transformações do seu corpo, em especial o episódio da infecção com o hidrogel.

A primeira cirurgia plástica ocorreu quando Urach tinha apenas 20 anos. “O visual extravagante de adolescente se tornou ínfimo diante da futura metamorfose do meu corpo com uma cadeia insana de cirurgias plásticas e procedimentos estéticos em geral” (Urach, 2015, p. 90-91). As cirurgias plásticas nunca estiveram tão presentes e ao alcance como estão agora para o sujeito coetâneo: é possível modificar, diminuir, esticar, esvaziar (lipoaspiração) ou preencher (inserção de próteses de silicone), alterar o tom da pele (bronzamento artificial), dos pelos (tingimento dos cabelos, dos pelos corporais). É possível fazer pequenas modificações, como alterar o tamanho e formato de um nariz, até mudanças corporais mais drásticas. A percepção que temos do corpo muda ao longo do tempo, e cada período e cultura tem seu padrão de beleza; formas corporais desejáveis têm especificidades culturais, e os preconceitos se acumulam sobre aqueles cujos corpos são diferentes (Foxcroft, 2013).

O que pretendemos abordar aqui é a profunda imbricação entre corpos e imagens na contemporaneidade. Diante da produção e reprodução de imagens em ritmo frenético, típico da sociedade imagética em que vivemos, a transformação do corpo em imagem é alardeada pelos mais diversos suportes midiáticos. Um exemplo está nas prateleiras de qualquer banca de jornal: há cada vez mais periódicos destinados exclusivamente a mostrar que nosso corpo não corresponde ao modelo midiático vigente, e cada um deve investir tempo e dinheiro para ficar “em forma”. “Corpo a Corpo”, “Boa Forma”, “Shape”, “Dieta já”, “Women's Health Magazine”, sites e blogs disponíveis na internet (só para citar alguns, além da mídia “não especializada” que também tem se pautado por este assunto), são verdadeiros “manuais” que impõem ao indivíduo (em especial à mulher) um corpo perfeito, com as receitas necessárias para que seu corpo imperfeito seja remodelado. Outro aspecto que chama atenção: a dicotomia entre “corpo” e “mente”. “Mente e Cérebro”, “Psique”, são exemplos de revistas que não se dedicam necessariamente ao bem-estar do corpo, mas principalmente da “mente”, como se ambos pudessem ser indissociáveis.

Mas retornemos à pergunta: por que a questão do corpo se revela tão instigante nos dias atuais? Quando as imagens participam invasivamente da vida das pessoas, colocando-se como sucedâneo do mundo real, material, vivo e pulsante, temos uma das dimensões mais intrigantes da imagem: a iconofagia (Baitello, 2005). A partir do barateamento dos recursos de reprodução de imagens em grande escala, passou a ocorrer um fenômeno diferente daquele proposto por Oswald de Andrade e pelo movimento modernista de 1922, senão o seu oposto: da antropofagia criativa, passamos – os consumidores globais – à iconofagia de uma assim chamada cultura universal, pasteurizada e homogeneizada, e, por último, tornamo-nos o próprio alimento de que se nutre essa mesma cultura universal de imagens (Baitello, 2005). O fenômeno da iconofagia pode ser dividido em quatro estágios, ou “as quatro devorações”: 1- *antropofagia (pura)*: corpos devoram corpos; 2 - *iconofagia (pura)*: imagens devoram imagens; 3 - *iconofagia (impura)*: corpos devoram imagens; 4 - *antropofagia (impura)*: imagens devoram corpos.

O “corpo ideal” almejado por Andressa Urach faz parte de um ideal estético alardeado pela mídia, o que Umberto Eco (2010) denominou de “beleza da mídia” ou ainda “beleza de consumo”. Uma beleza “de e para o consumo” (de coisas ou imagens), que no caso de Urach servia como trampolim para sua carreira de celebridade. Um corpo para ser consumido pelos espectadores de programas de TV ou revistas masculinas.



Figura 1 – Andressa Urach e seu corpo “turbinado”²

Diferente dos ideais de outras épocas da humanidade, cuja beleza apresentava traços mais ou menos específicos, portar uma “beleza midiática” não significa necessariamente ter um corpo saudável, mas visualmente moldado a um determinado padrão estético. Assim como o formato dos corpos musculosos dos halterofilistas são diferentes dos corpos magros das modelos do mundo da moda, os corpos de celebridades midiáticas como Urach também apresentam características bem específicas. No universo midiático³ pelo qual circulava e pretendia ampliar sua fama, eram bem-vindos determinados aspectos como seios, coxas e nádegas grandes e cintura fina. Aspectos que deveriam ser alcançados a qualquer custo, já que sua escalada ao mundo das celebridades passava necessariamente pelas alterações que imprimia ao seu corpo. Um corpo mais “atraente” resultava em mais exposição, em mais

² Disponível em <<http://www.otempo.com.br/super-noticia/menina-nem-te-conto/para-refletir-1.718225>>. Acesso em 13/02/2017.

³ É preciso salientar que diferentes nichos de exposição midiática demandam diferentes formatos de corpos. Andressa Urach não era uma modelo das passarelas, com seus corpos magros e sem curvas. Ela participava de concursos de “Miss Bumbum”, “*reality shows*”, “Musa do Brasileirão”, além de posar para revistas masculinas, sites e revistas de celebridades.

imagens que circulavam pela mídia e ampliavam exponencialmente sua fama. E, claro, a “fama traria mais dinheiro” (Urach, 2015, p. 196).

2. Preenchimento

Uma vez que a iconofagia propõe uma leitura dos fenômenos de interação heterodoxa entre corpos e imagens (Baitello; Klein, 2014), neste momento direcionaremos nossos esforços para a antropofagia impura (alimentar-se de imagens significa alimentar imagens, conferindo-lhes substância, emprestando-lhes o corpo). Significa estar dentro delas e transformar-se em personagem (recorde-se aqui a origem da palavra “persona” como “máscara de teatro”). Ao contrário de uma apropriação, trata-se aqui de uma expropriação de si mesmo. Foi o que aconteceu com Andressa Urach e suas inúmeras cirurgias estéticas, que acabaram por deformar seu corpo biológico na tentativa de esculpi-lo em algo completamente diferente do seu biótipo. Como ela própria argumentou, na tentativa de construir “um ilusório corpo ideal”, que quase lhe custou a vida, alimentou uma “incessante busca pela perfeição”, que em “vez de fazer o meu corpo ficar mais bonito, acabou por deformá-lo” (Urach 2015, p. 49).

O caso da modelo Andressa Urach, desde o agravamento do seu estado de saúde até a sua recuperação, ganhou amplo espaço na mídia:

O enredo mais parece criação de cinema, mas é a dramática história real de uma das personagens mais polêmicas da mídia que surgiram no Brasil nas últimas décadas. A trajetória de Andressa Urach, sem censura, choca por suas próprias palavras. E revela a mente capaz de arquitetar uma inacreditável escalada ao universo das celebridades e dos endinheirados no Brasil e no mundo. A que uma mulher ingênua e sem perspectivas, de família pobre do interior do Rio Grande do Sul, permite se submeter para alcançar notoriedade, fortuna e beleza? Algumas dessas respostas colocaram-na como protagonista de reportagens nos principais veículos de comunicação do mundo, como *CNN*, *The New York Times*, *Washington Post*, *The Sun*, *Mirror*, *People*, *Huffington Post* e *Daily Mail* (...) Andressa Urach tornou-se um fenômeno impressionante de mídia. O drama de sua internação, a partir do primeiro dia de dezembro de 2014, data em que teve início o seu coma, correu o mundo. Despertou mais interesse que um picante ensaio de fotos da cantora Madonna, divulgado no mesmo dia, em que aparece com os seios à mostra na revista norte-americana *Interview*. Na primeira semana desse mesmo mês, o nome Andressa Urach foi também mais buscado no Google que os de Barack Obama, Lionel Messi, Neymar e Beyoncé. Em todo o planeta (Urach 2015, p. 13-15).

Ao contrário das modelos das passarelas, com seus corpos magros, seios pouco volumosos, pernas finas e barriga enxuta, Andressa Urach optou pelo preenchimento para ampliar suas formas (seios, coxas, lábios, panturrilha). O uso de substâncias de preenchimento corporal revela uma busca por um ideal de beleza que ignora os riscos e a morte. A escravidão dos corpos ideais demonstra que vivemos em uma era em que a imagem tenta impor aos corpos seus parâmetros de... imagem (Baitello, 2012). É uma das demonstrações do poder das imagens sobre os corpos

Para poder trilhar uma carreira midiática, modelos se submetem às mais diferentes tentativas de moldar o corpo conforme as regras do sistema que as emprega. Para um determinado nicho, como o universo da moda e das passarelas, reina o corpo magro. Se é para vender um produto destinado ao público das academias, como os suplementos corporais, o corpo-anúncio deve ser forte, com músculos salientes.

Na quinta aplicação de hidrogel, aos 22 anos, Andressa Urach buscava aumentar suas coxas e nádegas para se tornar ainda mais sedutora. Temos aqui um dos estágios iconofágicos – a iconofagia (impura): corpos devoram imagens. O que Andressa Urach buscava a cada cirurgia era uma imagem de um corpo perfeito que “abriria portas no mundo dos famosos” (Urach 2015, p. 57). Cada intervenção estética era feita única e exclusivamente para criar um corpo que ela mesma denominou de “plastificado”, criando uma imagem de uma mulher extremamente sedutora. Em uma das diversas reportagens publicadas sobre sua saúde, especialistas explicaram o risco a que se expôs a modelo:

Denise Steiner, presidente da Sociedade Brasileira de Dermatologia, explica que as substâncias preenchedoras podem causar complicações de dois tipos principais, alérgica ou infecciosa. A primeira acontece quando o organismo identifica a substância como um corpo estranho e tenta eliminá-la. Para isso, inicia um processo inflamatório, uma espécie de alergia tardia, mais comum depois de um ano da aplicação e com maior probabilidade de acontecer quanto mais tempo o material dura no corpo. O hidrogel é considerado semipermanente, ou seja, é degradado pelo organismo lentamente, e seus resquícios são de difícil remoção. Quanto mais tempo ele permanece no organismo, maior o risco de ele causar o segundo tipo de complicação: a infecção. Quando o hidrogel é inserido no organismo, algumas bactérias podem entrar junto com ele, formando uma camada chamada biofilme. Na maior parte dos casos, os micro-organismos não causam prejuízo, mas alterações no sistema imunológico, por exemplo, podem fazer com que as bactérias comecem a se proliferar, causando uma infecção generalizada (Santos 2014, s/p).

Em um dos preenchimentos a que se submeteu, a modelo retirou gordura do joelho e injetou nos lábios. “Sonhava ter a boca carnuda como a das atrizes de Hollywood”, conta Urach (2015, p. 56). Andressa devorava as imagens de perfeição dos corpos femininos da indústria do espetáculo e das celebridades, alterando seu corpo em um ritmo frenético e perigoso. Em cada operação estética ela materializava o desejo de se tornar cada vez mais como uma imagem idealizada que tem como parâmetro a indústria midiática da fama. Cada cirurgia era como um passo na escalada iconofágica de sua transformação corporal – cada pedaço de seu corpo alterado pelos bisturis era uma etapa na devoração da imagem do corpo-perfeito-midiático.

A necessidade de preencher algumas partes do corpo, aumentando-lhe as formas para que pareçam maiores e mais torneadas, é uma tentativa de se transformar em um corpo-imagem através da cirurgia estética. O corpo-imagem é um produto da mídia contemporânea. Trata-se da imagem de um corpo perfeito, pronto para ser consumido, desejado, ao mesmo tempo em que nega o corpo verdadeiro e suas limitações – nega até mesmo o seu caráter de imagem, colocando-se como algo verdadeiro, real e possível. E se nós não somos como a imagem dos corpos perfeitos da mídia, é porque não fazemos o esforço necessário para sê-lo. Não fazemos a quantidade de exercício físico necessária para torneiar nossos músculos, não nos alimentamos adequadamente, não aderimos à dieta da moda, não compramos o último creme com substâncias que se propõem rejuvenescedoras, não fazemos as cirurgias estéticas “corretivas”.

Destinada a clientes que não estão doentes, mas que querem mudar sua aparência e modificar, dessa maneira, sua identidade – diz Le Breton (2003) – a cirurgia estética permite ao indivíduo recorrer a uma operação simbólica imediata para modificar uma característica do corpo percebida como obstáculo à metamorfose (retomamos aqui a questão da metamorfose no início deste trabalho). Ao aplicar hidrogel para aumentar partes de seu corpo, Urach revela uma busca por um corpo idealizado:

O hidrogel foi um maldito pesadelo na minha vida, um mero resultado de tantas insanidades cometidas na construção de um ilusório corpo ideal. Uma estúpida vaidade que quase me custou a vida. Na verdade, mais um sintoma do meu incontrolável vício em cirurgias plásticas. Nunca, nada me deixava satisfeita com o meu corpo. Ora mais magra, ora menos magra. Ora mais acinturada, ora menos acinturada. Ora as pernas me importunavam, ora os braços me importunavam. Ora a boca, ora o nariz. Sempre faltava algo. Decidia operar como se fosse trocar de roupa ou ir ao supermercado (2015, p. 49).

Le Breton (2003) define cirurgia estética como medicina pós-moderna por excelência – por sua preocupação de retificação pura do corpo, baseia-se em uma fantasia de domínio de si do cliente e na urgência do resultado. E o resultado das alterações estéticas podem definir o grau de visibilidade de um determinado indivíduo na concorrida cena midiática. Ao exigir de seus membros uma visibilidade crescente, em princípio todos os indivíduos são obrigados a estratégias de encenação: no universo midiático de Andressa Urach, o que não é visível não é real. Kamper (2016) aponta para o atual terror da visibilidade: somente o que tem uma imagem tem realidade.

O preenchimento estético pode ser feito na face, seios, pernas. Andressa havia se submetido a vários procedimentos estéticos: bioplastia para preenchimento dos lábios, rinoplastia para arrebitar o nariz, aplicação de hidrogel no maxilar e nas pernas (para aumentar o volume e definir as coxas), próteses de silicone nos seios, cirurgia íntima, bronzamento artificial. “A cirurgia [estética] funciona aqui fora da legitimidade médica, torna-se um meio de transformação de si e de criação de uma obra de arte que se identifica à forma física do próprio sujeito”, (Le Breton 2003, p. 47).

Na orgia da auto-realização promovida pela mídia, tanto os aparatos midiáticos como a indústria da beleza são fatores fundamentais para que mulheres como Andressa Urach se submetam a diferentes procedimentos estéticos na busca de um corpo-imagem. A destruição do corpo e sua transformação em imagem não acontecem sem a anuência da pessoa envolvida, uma vez que minha própria virtude como indivíduo depende inteira e somente da minha subjetividade ou do desejo que o outro tem por mim, ou o medo que tem de mim: tenho que ser desejável, atraente, um objeto sexual, ou ser importante e poderoso (Hillman, 1993).

A coação em transformar tudo em imagem está ligada a uma estranha voluntariedade, diz Kamper (2016), a um fenômeno que ele denominou “obrigação voluntária”. Ao realizar os diferentes procedimentos estéticos, Andressa Urach aceitou submeter-se às “regras e condições de visibilidade e de uma estética asséptica apenas cabível e aceitável para puras imagens” (Baitello; Klein, 2014, p. 493). Para Hillman, o indivíduo que não faz esses investimentos, resultantes tanto da subjetividade do outro como da sua própria, está fadado a ser um solitário em potencial.

3. Esvaziamento

Na tentativa de se tornar uma deusa midiática, perfeita como os corpos alterados por softwares criadores e manipuladores de imagens, o corpo de Andressa não passou apenas por cirurgias de preenchimento, mas também de “esvaziamento”. Aos 21 anos de idade, submeteu-se à terceira cirurgia estética e à primeira lipoaspiração na barriga, reduzindo as medidas da cintura, em uma escalada iconofágica de alteração do formato corporal.

A segunda lipoaspiração viria aos 23 anos, também com o objetivo de afinar a cintura. As intervenções cirúrgicas para “esvaziar” o corpo, retirando-lhe o “excesso”, também fazem parte da busca do corpo-imagem amplamente alardeado pela mídia. Procedimentos estéticos (lipoaspiração), controle rígido da alimentação (dietas), exercícios físicos, entre outros, são metamorfoses disponíveis (mas também impostas) ao sujeito moderno. Não se trata de um fenômeno recente: desde o começo do século XVI até o fim do XIX, as mulheres usaram corpetes para modelar suas silhuetas. Segundo a historiadora, filósofa e poeta Jennifer Michael Hecht (2009), a mesma mulher que lamenta pelas garotas de espartilho do passado pode ir à academia de ginástica cinco vezes por semana para fazer inúmeros exercícios com o objetivo de perder peso, em especial afinar a cintura (como fez Urach com as lipoaspirações). Hecht questiona:

Então, quem é mais louca, a cultura que fazia as mulheres amarrarem seus corpos ou a nossa? [...] Para nós tem mais sentido ver mulheres de vários tamanhos e esmagá-las todas na mesma forma, por fora, ou tem mais sentido para a cultura aceitar várias formas mas idealizar a ausência de gordura corporal, obrigando as pessoas a exercer todo tipo de pressão interna sobre si mesmas? Hoje acreditamos de modo geral que os espartilhos eram realmente horríveis e bizarros, mas nossas práticas, se comparadas, não ficam atrás (2009, p. 10).

Diz a pesquisadora Cleide Campelo (2003) que os corpos ausentes de contornos, moldura ideal para as assinaturas que anunciam, causaram estranheza, porém hoje em dia redefiniram o padrão de corpo, que passa a ser a medida para milhões de jovens que buscam no espelho a imagem sempre negada por um corpo biocultural. Temos aqui o corpo-cabide (termo cunhado por Campelo), uma “imagem-corpo-passarela”, um corpo-suporte para as imagens midiáticas das passarelas e da publicidade (Sanches, 2009). Outro exemplo do esvaziamento dos corpos é a “barriga negativa”, em formato côncavo, voltada para dentro, tão

alardeada e difundida pela mídia. Quando fez sua segunda lipoaspiração, Urach (2015, p. 57) revelou que achava necessário “perder mais cintura para seguir a moda da barriga tanquinho”.

Além das lipoaspirações, destinadas a reduzir o formato de determinada parte do corpo, Urach teve que se submeter a mais uma intervenção para uma nova espécie de “esvaziamento”. Desta vez, não por vontade própria, mas por necessidade médica. O corpo de Andressa Urach (e de tantas outras mulheres que passam por complicações decorrentes de cirurgias estéticas) quase não aguentou e reagiu a uma das intervenções cirúrgicas, a aplicação de hidrogel. O produto aplicado em sua perna e que estava causando infecção precisou ser retirado.

A era da iconofagia nos desafia a pensar sobre os efeitos danosos das imagens sobre os corpos reais. O esvaziamento é, sem dúvida, um exemplo do processo iconofágico. Desta vez, temos a antropofagia pura: as imagens dos “corpos magros”, sem dobras, lisos e ausentes de gordura que desfilam no ambiente midiático devoram a vida das pessoas na medida em que impõem princípios e normas de um padrão estético inalcançável. Os corpos perfeitamente magros das modelos que circulam na mídia interpelam as mulheres a se tornarem uma imagem – bela, sensual, magra, perfeita para os moldes e padrões do imaginário midiático feminino. É preciso ressaltar que se trata de uma magreza direcionada – pode ser um corpo “totalmente magro”, como a das modelos das passarelas, ou cheio de curvas, como o de Andressa Urach, porém com uma barriga “chapada”, “sequinha”, “definida”. Mesmo as partes mais volumosas, como as pernas ou glúteos de Urach, não contêm traços de gordura, apenas músculos bem definidos (por exercícios ou produtos como o hidrogel).

São vários os adjetivos (dirigidos normalmente às mulheres) para os corpos que estão acima do peso e não se enquadram no modelo midiático de beleza (Foxcroft, 2013): gorda, gorducha, rechonchuda, robusta, acima do peso, grandona, baleia, rolha de poço, fofa, barriguda, pançuda, barriga de cerveja, carnuda, de amplas proporções, obesa, etc. A magreza, que já remeteu às doenças que enfeavam e matavam homens e mulheres, hoje é condição indelével da beleza – as sociedades modernas são “lipofóbicas”: odeiam a gordura e os corpos gordos (Priore, 2006). O corpo até pode ser forte, mas sempre bem “definido”. O volume do corpo deve ser alcançado através de músculos aparentes, sem nenhum traço de gordura visível. Destruir o vínculo instintivo da mulher com seu corpo natural subtrai-lhe a confiança (Estés,

2014), já que ela é pressionada a gastar sua energia preocupada com a quantidade de alimento que consome, com os números na balança ou na fita métrica.

Há vários distúrbios de imagens corporais, como a anorexia nervosa, que costuma acometer modelos pressionadas pelos rígidos padrões de magreza impostos pelo universo da moda, das passarelas e da publicidade. Ao analisar os diferentes corpos que ilustram os programas de TV no Brasil, Cleide Campelo (1997) observou que o corpo da publicidade na TV e o corpo da telenovela são semelhantes nos diferentes canais e horários: é o corpo dos deuses do Olimpo.

Os corpos das “Deusas do Shape” do panteão midiático também apresentam características semelhantes. Mas também podemos intitulá-las “Deusas da Boa Forma”, “Deusas das Dietas”, “Deusas do corpo-turbinado”, “Deusas plastificadas”⁴, entre outras, já que o panteão midiático é pródigo em criar e recriar deuses e deusas do consumo e para o consumo (de produtos, coisas, não coisas e imagens).

4. Escrita em cicatriz

O corpo é uma espécie de escrita, um texto da cultura. Na contemporaneidade, o processo iconofágico (e suas devorações) dão pistas de que corpo e imagem se devoram mutuamente. A proliferação indiscriminada e compulsiva de imagens em todas as linguagens e em todos os tipos de espaços midiáticos gera também nos receptores a compulsão exacerbada de apropriação (Baitello, 2005). Nós, enquanto possuidores de corpos tridimensionais, devoramos imagens em quantidades cada vez mais assustadoras na tentativa de alcançar e reproduzir seus atributos.

Para Kamper (2016), os corpos no tempo são somente acessíveis através de uma escrita em cicatriz. Ele explica: escrita em cicatriz é um outro nome para a pele humana, a marca da identificação por excelência dos corpos no tempo. E em que outro momento da história isso se tornou tão real e perceptível quanto em nossa época? Quantos corpos não conhecemos que foram profundamente alterados, com suas peles esticadas, retocadas, modificadas pelos mais diferentes procedimentos estéticos? Quantos corpos, em especial aqueles que vivem da

⁴ “Plastificado” é um dos termos empregados por Andressa Urach para denominar o formato do seu corpo após as diversas cirurgias estéticas a que se submeteu.

visibilidade midiática como o de Andressa Urach, não trazem em sua pele as marcas da era das imagens? Procedimentos para alcançar o corpo-perfeito não faltam: Abdominoplastia; Aumento dos Lábios; Bichectomia; Blefaroplastia; Cirurgia Íntima; ; Correção Sulcos e Rugas; Dermolipectomia; Dermolipectomia de Coxas; Dermolipectomia de Glúteos; Flacidez de Culote; Ginecomastia Redutora; Implantes Faciais; Lipoaspiração Abdome; Lipoaspiração de Braços; Lipoaspiração de Coxas; Lipoaspiração de Culote; Lipoaspiração de Glúteos; Lipoaspiração de Rosto e Pescoço; Mamoplastia de Aumento; Mamoplastia Redutora; Mastopexia; Otoplastia; Prótese de Glúteo; Prótese de Silicone Panturrilha; Prótese Peitoral; Rejuvenescimento Facial; Rinoplastia, entre outros.

Se são inúmeras as possibilidades de alterar o corpo, também são inúmeras as marcas e vestígios que a medicina moderna estampa na pele do sujeito contemporâneo. Andressa Urach ficou com diversas cicatrizes nas pernas em decorrência da retirada do hidrogel.



Figura 2 – Andressa Urach é hospitalizada para retirada do hidrogel, procedimento que deixou a modelo com diversas cicatrizes em suas pernas⁵

⁵ Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/01/imagens-fortes-agencia-divulga-fotos-de-andressa-urach-no-hospital.html>>. Acesso em 13/02/2017. As imagens de Urach com as diversas cicatrizes

É difícil para o sujeito nos dias atuais competir com a mídia e suas imagens. Elas seduzem ao mesmo tempo em que impõem. Nós as devoramos porque são belas, atuam no imaginário, transformam-se em referência imagética – o corpo belo é o que está nas revistas, e não o que aparece à nossa frente, quando olhamos para o espelho. É um corpo milimetricamente reformulado por programas de computador (produtor de imagens técnicas) que apagam todas as imperfeições, gerando um corpo que, conforme diagnostica Kamper (2016), nega seu caráter de imagem, ou seja, nega a diferença entre imagem e corpo. E “aquele que despreza o corpo transformado em imagem maltrata também os corpos reais” (Kamper 2016, p. 73).

Em uma revista do gênero, o título de uma reportagem define uma atriz/celebridade midiática como “Sexy e poderosa” (Mesquita, 2015). O subtítulo conduz o/a leitor(a) a um mergulho no mundo das imagens pré-fabricadas, por um imaginário também pré-fabricado, que tem o poder de substituir os corpos em sua realidade: “O olhar marcante e o sorriso cativante são as marcas registradas da atriz Paloma Bernardi. E o corpo? Ela está simplesmente em sua melhor forma (e que forma!) e conta todos os seus segredos aqui” (Mesquita, 2015, p. 11). A matéria continua listando os adjetivos da atriz: “Barriga levemente chapada e definida [...] Sem falar nas pernas torneadas, bumbum durinho e na cintura fina”. Para fechar o primeiro parágrafo, a reportagem acrescenta: “Ela é o que todas nós queremos ser” (Mesquita, 2015, p. 11).

Basta folhear revistas de “boa forma” citadas no início do artigo para perceber que as imagens técnicas são aperfeiçoadas para se tornarem melhores que as imagens tradicionais. A moda atual dos corpos-imagem produzidos pela mídia apresenta várias características: não possuem manchas (quando aparecem, são quase imperceptíveis); são magros; os cabelos são esvoaçantes e brilhantes; são lisos – não possuem dobras ou sinais visíveis de gordura nem quando seus membros (braços, pernas ou barriga) estão dobrados. No entanto, Kamper (2016, p. 16) nos alerta que “não se pode permitir ser consumido pelos pensamentos da moda, que nada mais são do que uma vasilha de esmolos, transbordante de enganos e desenganos históricos”. Mas o corpo da moda, o corpo-imagem, segue negando seu caráter de imagem.

provenientes da retirada do hidrogel podem ser encontradas facilmente na internet. São imagens fortes que mostram os ferimentos causados pelo procedimento de retirada do produto em uma das pernas da modelo.

Na tentativa de diminuir ou suavizar os efeitos provocados pelas imagens técnicas, no Brasil o Projeto de Lei n.º 6.853/2010 prevê a inclusão de uma mensagem de alerta em peças publicitárias ou publicadas em veículos de comunicação que apresentem imagens que tenham sido modificadas. O objetivo é alertar os consumidores/leitores sobre modificações em fotografias de peças publicitárias ou jornalísticas.

Apensado ao Projeto de Lei 6.853/2010 está o Projeto de Lei 704/2011, que estabelece a obrigatoriedade de aviso de saúde que especifica em fotos de modelos que forem manipuladas digitalmente. Diz o projeto:

Essas imagens podem fazer as pessoas acreditarem numa realidade que, com frequência, não existe. Portanto, é urgente uma advertência em todas as fotos manipuladas por qualquer meio e programa, como o Photoshop, as quais devem conter a seguinte explicação: “fotografia retocada para modificar a aparência física de uma pessoa”. A divulgação desses padrões irrealistas de beleza, muitas vezes exibidos no mundo da moda, podem causar vários tipos de problemas psicológicos, principalmente desordens alimentares em jovens que buscam um padrão inatingível de beleza. Não é à toa que abundam os programas de edição de fotografias: PhotoScape, Photoshop, The Gimp, PaintNet, PhotoFiltre, Photo Editor, Magix FunPix Maker, Shutterfly Studio, Taaz, PhotoBrush, Magix Etrema Photo Designer, FotoFlexer, Xnview, PicPick e tantos outros com nomes sugestivos. [...] Há alguns anos depois do anúncio da morte de mais uma jovem em decorrência de distúrbios alimentares, a Câmara Técnica de Nutrologia do Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo divulgou nota oficial na qual “apela para que as autoridades responsáveis pela Saúde Pública brasileira definam e apliquem normas rigorosas – a exemplo de outros países, como a Espanha, capazes de prevenir e coibir, nos diferentes setores envolvidos, atitudes e práticas que têm causado adoecimento e morte de crianças, adolescentes e jovens devido a restrições dietéticas (grifos nossos).

O autor do projeto esclarece que é necessário combater a veiculação de imagens deturpadas de modelos, sobretudo de mulheres na imprensa, em embalagens de produtos e comerciais, além de listar casos de adolescentes e jovens que morreram em razão de distúrbios alimentares. Provavelmente a indústria das imagens, as “máquinas de olhar e de imagem” (Kamper 2016, p. 70) (em especial a publicidade) deverá se insurgir contra o projeto, já que uma de suas armas na divulgação de produtos é a criação de imagens de corpos-perfeitos, que não encontram analogia no mundo real, não encontram amparo na materialidade do orgânico. Daí reside sua força imagética: se o sujeito não pode ser como os corpos-perfeitos da mídia, deve fazer todo o esforço para alcançar uma silhueta e uma perfeição inalcançáveis. Ao defender apenas um tipo de beleza, a “beleza midiática” descrita por Eco (2010), a mídia impõe

um fardo especialmente às mulheres. Conforme analisa Estés (2014), impor um único tipo de corpo como ideal é de certo modo não observar a natureza: não pode haver apenas um formato de seio, de cintura ou um único tipo de pele.

5. Considerações finais: devoração repetitiva e cotidiana

O preenchimento, o esvaziamento e as diversas possibilidades “corretivas” para tornar o formato dos corpos reais semelhante ou o mais próximo possível da “beleza midiática” são artifícios de uma era iconofágica, de uma era das imagens. O esvaziamento é o emagrecimento ou a retirada de gordura de uma área específica do corpo para atender a um determinado nicho de exposição midiática (passarelas, publicidade). Mas o preenchimento para obter formas mais volumosas não é aleatório – não se trata de engordar, apenas. Mas sim de esculpir formas mais volumosas e, principalmente, torneadas, de alguns membros do corpo, especialmente em áreas de apelo erótico/sexual: seios, cochas, nádegas.

Quando milhares de garotas veem na mídia a atriz “sexy e poderosa”, com seus atributos esculpidos digitalmente, ou encontram em Andressa Urach um exemplo de corpo a ser seguido (e perseguido), essas imagens não fazem outra coisa senão nos devorar diariamente (antropofagia impura). Quando as mulheres são relegadas a maneirismos e a contornos que se amoldam a um único ideal de beleza e de comportamento, elas se tornam cativas tanto no corpo quanto na alma, não gozando mais de liberdade (Estés, 2014).

Ao abordar a imponência do mercado e o poder de suas imagens midiáticas em nossa era, Maria Onice Payer (2005, p. 19) observa que a dimensão de grandeza e sucesso projetada pela mídia sobre os sujeitos é um dos modos pelos quais o mercado (através da mídia) cria seu efeito de saturação dos sentidos, parecendo não deixar espaços além de si para nada, para nenhum outro discurso, para nenhuma outra forma de sujeito, para nenhum corpo que não lhe sirva como suporte. É preciso uma “imagem-corpo-perfeito” para aparentar saúde e sucesso. Para ser uma modelo, uma atriz, uma dançarina (dentre outras tantas carreiras midiáticas), é preciso aparentar e aparecer. Na busca incessante por um corpo midiático, Andressa deixou-se devorar pela “beleza midiática” da qual desejava participar para obter fama e dinheiro. “Meu corpo precisava sem um produto bem embalado”, confessou a modelo (2016, p. 56). Ela não

conseguiu perceber (como nós também muitas vezes não percebemos) que as imagens dos corpos perfeitos da mídia não são reais, mas apenas imagens.

O importante é o que está visível, e não o que é real. O que importa é a imagem do corpo (construída, remodelada, modificada), e não o corpo real (aquele com o qual nascemos e somos obrigados a carregar durante nossa existência, com suas rugas, manchas, dobras, imperfeições e assimetrias).

A “beleza midiática” arrebatou o sujeito de forma avassaladora. Na busca incessante por um visual perfeito, Andressa Urach reconheceu que teve uma relação perigosa com seu corpo:

Agi com um desequilíbrio inexplicável no trato do meu corpo, com um mundaréu de transformações de imagem. Tatuagens, anabolizantes, tratamentos sem controle e intervenções invasivas em nome da obsessão pelo visual perfeito. Depois de quatorze operações em menos de quatro anos, em meio a um delicado processo de recuperação médica, quem pensaria em retirar a costela para ficar com a cintura mais fina e cortar os dedos dos pés para calçar um número menor? O vício em cirurgias plásticas quase me matou (Urach 2016, p. 218).

A sociedade contemporânea tem uma necessidade de imagens: uns desejam tornar-se imagens, outros querem transformar-se em imagens. Isso ocorre devido às rotinas que devoram: os modismos, os ideais apregoados pelos deuses da publicidade, as novas necessidades de se fazer visível (redes sociais, por exemplo). Vale aqui explicar o poder das imagens: se há uma propriedade inerente às imagens, em todas as suas formas e manifestações, é sua capacidade de condensar e carregar sentidos, vale dizer, energia, emoções e sentimentos, histórias, memórias do passado e memórias do futuro como anseios, sonhos e projetos (Baitello, 2014). Daí emerge o poder de captura e o poder de mobilização das imagens.

Fruto de uma era midiática, de criação, reprodução e circulação desenfreada de imagens em uma velocidade estonteante, a iconofagia não é um fenômeno distante, mas repetitivo e cotidiano. Dados da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (Isaps, na sigla em inglês) revelam que o Brasil realizou 1,22 milhão de cirurgias estéticas em 2015, ficando atrás apenas dos Estados Unidos (Lenharo, 2016).

Como uma das características da iconofagia, recordemos o significado da antropofagia impura: alimentar-se de imagens significa alimentar imagens, emprestando-lhes o corpo; significa estar dentro delas e transformar-se em personagem. As imagens midiáticas de Andressa Urach espalhadas pela mídia são um exemplo claro do fenômeno iconofágico. Na

ânsia por ser famosa, esculpiu e emprestou seu corpo às imagens midiáticas, transformando-se em uma personagem de si mesmo para diversos suportes midiáticos (revistas, TV, internet). Transformou-se em imagem(ns). Mesmo quando sua saúde e seu corpo estavam abalados em decorrência dos problemas gerados pelo hidrogel, a imprensa de vários países publicou sua internação e os males causados pelos exageros das cirurgias plásticas.

Podemos afirmar que casos como o de Andressa Urach reforçam o ponto central da iconofagia – quando as mulheres pautam suas vidas pelas imagens e desejam ser como as imagens dos corpos perfeitos divulgados pela mídia em profusão, dos rostos perfeitos, das peles sem rugas nem cicatrizes do tempo, dos cabelos sedosos e sempre lisos e esvoaçantes, dos seios grandes e barrigas enxutas, queremos ser como imagens ideais. Alimentamo-nos com imagens e nos transformamos em imagens.

A desenfreada reprodução de imagens, no entanto, tem um preço – a reprodutibilidade das imagens é um indício seguro de sua crise e de nossa crise – sua crise de visibilidade e nossa crise de corporeidade. Copiando as imagens de corpos e os corpos das imagens, respondemos a nossa crise de corporeidade com ecos de corpos e corpos em eco (Baitello, 2007). As imagens respondem com mais imagens e os corpos, com menos corpos, implantando, assim, a lógica do eco. O homem agora é só um Narciso sem eco, afirma Kamper (2016). Tal lógica possui evidentemente razões econômicas e nunca ecológicas. Quanto mais “eco-logia”, tanto menos ecologia. A lógica mediática de nossos dias torna-se uma “eco-nomia”, a economia do eco, da ressonância, da reprodutibilidade (Baitello, 2007).

Ao tentar retocar constantemente sua própria imagem, tornando-se corpo-suporte para programas de TV, publicidade, capas de revistas, ou até para sua própria imaginação, Andressa Urach pagou um preço alto: transformar-se em uma imagem-corpo-perfeito-midiático poderia ter custado sua própria vida. Na ânsia de conseguir um corpo-perfeito, Urach não distinguia mais o corpo biológico do “corpo turbinado”, “plastificado” que desejava a todo custo alcançar, e para modificar suas formas ultrapassou limites perigosos. No entanto, conforme salienta Estés (2014), está errada a imagem vigente na nossa cultura do corpo exclusivamente como escultura, como uma peça de mármore. O corpo teima em se mostrar “corpo”. Em funcionar biologicamente, com suas células, pele, músculos, nervos, ossos, diferentes órgãos que podem reclamar ao serem invadidos, modificados. Ernest Becker (2007, p. 85) faz uma reflexão

instigante: “O homem quer ser um deus com o equipamento de apenas um animal, e por isso vive de fantasias”.

Nesse sentido, os corpos podem aparecer como imagem, mas jamais encontrarão plena realização enquanto tal (Kamper, 2016). As alterações corporais em virtude do assédio midiático podem levar à morte. Como diz o título de sua autobiografia, Andressa Urach “morreu” para “viver”, ou seja, seu “corpo turbinado”, cheio de curvas, deixou de existir com a retirada do hidrogel para que seu corpo biológico pudesse sobreviver. O exemplo de Urach é uma prova concreta do poder da devoração iconofágica das imagens midiáticas da “beleza da mídia” sobre o corpo humano, demasiadamente humano.

Referências bibliográficas

BAITELLO JR., Norval. *A Era da Iconofagia: Ensaios de Comunicação e Cultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

_____. Die Eheschließung zwischen dem Nichts und der Maschine. Marginalien zum Zeitalter der Herrschaft des Bildes an Stelle des Körpers. In: DIEHL, Paula; KOCH, Gertrud. (org.). *Inszenierungen der Politik? Der Körper als Medium*. München: Wilhelm Fink, p. 232-244, 2007.

_____. Imagem e Emoção: movimentos interiores e exteriores. In: BAITELLO JR., Norval. WULF, Christoph. (org.). *Emoção e Imaginação: Os sentidos e as imagens em movimento*. São Paulo: Estação das Letras, 2014.

_____. *O pensamento sentado: Sobre glúteos, cadeiras e imagens*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2012.

_____; KLEIN, Alberto. Teorias da Imagem. In: CITELLI, Adilson [et al.] (org.). *Dicionário de Comunicação: Escolas, teorias e autores*. São Paulo: Contexto, p. 484-493, 2014.

BECKER, Ernest. *A negação da morte*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2007. Tradução: Luiz Carlos do Nascimento Silva.

BRASIL. CÂMARA DOS DEPUTADOS. *Projeto de Lei 6.853/2010*. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=467269>>. Acesso em: 25 mar. 2016.

_____. CÂMARA DOS DEPUTADOS. *Projeto de Lei 704/2011*. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=494607>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

CAMPELO, Cleide Riva. *Cal(e)idoscorpos: Um estudo semiótico do corpo e seus códigos*. São Paulo: Annablume, 1997.

_____. Publicidade e Corpo. In: CONTRERA, Malena Segura; HATTORI, Osvaldo Takaoki (orgs.). *Publicidade e Cia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

ECO, Umberto (org.) *História da Beleza*. Rio de Janeiro: Record, 2010.

ESTÉS, Clarissa Pinkola. *Mulheres que correm com os lobos: Mitos e histórias do arquétipo da mulher selvagem*. Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

FOXCROFT, Louise. *A tiraria das dietas: Dois mil anos de luta contra o peso*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

HECHT, Jennifer Michael. *O mito da felicidade: Por que o que achamos que é certo é errado*. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

HESSE, Hermann. *O lobo da estepe*. Rio de Janeiro: Record, 2009.

HILLMAN, James. *Cidade & Alma*. São Paulo: Nobel, 1993. Tradução: Gustavo Barcellos e Lúcia Rosenberg.

KAMPER, Dietmar. *Mudança de Horizonte: O sol novo a cada dia, mas*. São Paulo: Paulus, 2016. Tradução: Danielle Naves de Oliveira.

LE BRETON, David. *Adeus ao corpo: Antropologia e Sociedade*. Campinas: Papirus, 2003. Tradução: Marina Appenzeller.

LEBEDEV, Nadia. Iconofagia. In: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, p. 235-236, 2014.

LENHARO, Mariana. Cai número de plásticas no Brasil, mas país ainda é 2º no ranking, diz estudo. *Site G1*. Rio de Janeiro: Grupo Globo, ago. 2016. Disponível em:

< <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2016/08/cai-numero-de-plasticas-no-brasil-mas-pais-ainda-e-2-no-ranking-diz-estudo.html>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

MESQUITA, Carolina. Paloma Bernardi: Sexy e poderosa. *Shape Brasil*. São Paulo, ed. 67, p.10-15, Alto Astral Editora, março 2015.

PAYER, Maria Onice. Linguagem e sociedade contemporânea: sujeito, mídia, mercado. *Revista Rua*. Campinas, v. 11, n. 1, p.1-17, 2005. Disponível em:

<<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8640774/8311>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

PRIORE, Mary Del. *Prefácio para a obra – Do altar às passarelas: da anorexia santa à anorexia nervosa*. São Paulo: Annablume, 2006.

SANCHES, Rodrigo Daniel. *Do homem-placa ao pixman: O corpo como suporte midiático*. S. J. Rio Preto: FAPESP/Bluecom, 2009.

SANCHES, Rodrigo Daniel; BAITELLO JR., Norval. Caso do Dr. Bumbum é reflexo de imensa pressão midiática sobre mulheres. *Jornal Folha de S. Paulo*. São Paulo: Grupo Folha, ago. 2018. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/07/caso-do-dr-bumbum-e-reflexo-de-imensa-pressao-midiatica-sobre-mulheres.shtml>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

SANTOS, Juliana. Hidrogel utilizado por Andressa Urach está ultrapassado na medicina. *Revista Veja*. São Paulo: Editora Abril, dez. 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/saude/hidrogel-utilizado-por-andressa-urach-esta-ultrapassado-na-medicina/>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

SERRES, Michel. *Variações sobre o corpo*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

SODRÉ, Muniz; YAMAMOTO, Eduardo Yuji. Comunicação e pós-modernidade. In: CITELLI, Adilson [et al.] (org.). *Dicionário de Comunicação: Escolas, teorias e autores*. São Paulo: Contexto, p. 82-92, 2014.

URACH, Andressa. *Morri para viver: meu submundo de fama, drogas e prostituição*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2015.