



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ - CAMPUS DE CASCAVEL
CENTRO DE EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ARTES
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM LETRAS – NÍVEL DE
MESTRADO E DOUTORADO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM LINGUAGEM E SOCIEDADE**

ANDRESSA ALMEIDA FEDERIZZI

**SALA DE RECUPERAÇÃO DA BELEZA: SENTIDOS SOBRE O BELO EM UM
CORPO DE TRANSIÇÃO**

**CASCAVEL - PR
2018**

ANDRESSA ALMEIDA FEDERIZZI

**SALA DE RECUPERAÇÃO DA BELEZA: SENTIDOS SOBRE O BELO EM UM
CORPO DE TRANSIÇÃO**

Dissertação apresentada à Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE – para obtenção do título de Mestre em Letras, junto ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Letras, nível de Mestrado e Doutorado - área de concentração Linguagem e Sociedade. Linha de Pesquisa: Estudos da Linguagem: descrição dos fenômenos linguísticos, culturais, discursivos e de diversidade.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Sebastião Ferrari Soares.

CASCADEL - PR
2018

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Sistema de Bibliotecas – UNIOESTE)

F929s Federizzi, Andressa Almeida.
Sala de recuperação da beleza: sentidos sobre o belo em um corpo de transição / Andressa Almeida Federizzi. --- Cascavel (PR), 2018. 115 f.:il.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Sebastião Ferrari Soares
Dissertação (Mestrado em Letras) Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Cascavel, 2018. Centro de Educação, Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Letras.
Inclui Bibliografia

1. Análise do discurso francesa. 2. Cirurgia Plástica. 3. Beleza. 4. Corpo de transição. I. Soares, Alexandre Sebastião Ferrari. II. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. III. Título.

CDD 808.0014



ANDRESSA ALMEIDA FEDERIZZI

Sala de recuperação da beleza: Sentidos sobre o belo em um corpo de transição

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras em cumprimento parcial aos requisitos para obtenção do título de Mestre em Letras, área de concentração Linguagem e Sociedade, linha de pesquisa Estudos da Linguagem: Descrição dos Fenômenos Linguísticos, Culturais, Discursivos e de Diversidade. APROVADO(A) pela seguinte banca examinadora:

Orientador(a) - Alexandre Sebastião Ferrari Soares

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Cascavel (UNIOESTE)

Silmara Cristina Dela da Silva

Universidade Federal Fluminense (UFF)

João Carlos Cattelan

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Marechal Cândido Rondon (UNIOESTE)

Cascavel, 28 de fevereiro de 2018

AGRADECIMENTOS

Ao professor orientador Alexandre pelos apontamentos e indicações de leitura e, principalmente, pelo incentivo com que me conduziu nessa pesquisa, lidando com minhas frustrações e ansiedades, sempre compartilhando seus conhecimentos, experiências e inquietações.

Aos meus pais por me conduzirem para o caminho do conhecimento, que é a porta para grandes transformações, no mundo e no meu interior.

Ao meu marido Fernando pelo amor, dedicação e paciência. Obrigada por secar minhas lágrimas, me abraçar e ouvir minhas dúvidas e reflexões sobre esse estudo, mesmo não entendendo muito sobre.

Às amigas “em busca do manequim 36”, Aline Luane Fantinel, Ana Paula Picagevicz e Isabela Karolina Ferreira que compartilharam comigo as oscilações emocionais que o mestrado proporciona e por estarem sempre prontas a me aconselhar, discutir e ajudar em qualquer que fosse a situação.

À professora Dantielli Assumpção Garcia e ao professor João Carlos Cattelan pelas valiosas contribuições durante o Seminário de Dissertação e o Exame de Qualificação.

Aos demais professores da pós-graduação pelas aulas e discussões que muito contribuíram para este estudo.

Às amigas que mais de perto me acompanharam: Andréia, Djnyfer, Maikyane, Cibele e Micheli.

À banca examinadora composta pelos doutores Silmara Cristina Dela da Silva e João Carlos Cattelan por aceitarem prontamente o convite.

“Como isso é triste!”, murmurou Dorian Gray, com seus olhos ainda fixos em seu próprio retrato. “Como isso é triste! Deverei envelhecer, e ficar horrível e assustador. Mas este retrato sempre permanecerá jovem. Nunca ficará mais velho do que neste dia particular de junho... se fosse ao contrário! Se fosse como eu sempre ficar jovem e o retrato envelhecer! Por isto – por isto – eu daria qualquer coisa! Sim, não há nada em todo o mundo que eu não daria!” (WILDE, 2012, p.33).

FEDERIZZI, Andressa Almeida. *Sala de Recuperação da Beleza: Sentidos sobre o belo em um corpo de transição*. 115p. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Concentração em Linguagem e Sociedade, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste. Cascavel, 2018.

RESUMO

A pesquisa apresentada focalizou-se em reflexões e análises sob os conceitos da Análise de Discurso francesa, buscando-se compreender os processos discursivos que circundam o corpo belo feminino sul-coreano, modificado via intervenção cirúrgica, e que possibilitam a produção de efeitos de sentido. Por meio da análise das fotografias do projeto *Sala de Recuperação da Beleza (Beauty Recovery Room)* de Ji Yeo publicado na revista *Marie Claire* em 2014, e em sequências discursivas de *O Globo.com*, *Hypeness*, revista *Marie Claire* e *Portal BBC Brasil* sobre o projeto e cirurgia plástica na Coreia do Sul pode-se afirmar que há o funcionamento da língua e da ideologia agindo sobre os sujeitos e seus corpos. Assim, o corpo da fotografia reproduz Formações Discursivas (de valorização do belo), Formações Imaginárias (do corpo da revista) e principalmente, Formações Ideológicas (lógica capitalista) em que a beleza feminina, a cirurgia plástica e o consumo estão interligados, conferindo ao sujeito o direito/dever de modificar seu corpo com base em determinações sociais que ditam o lugar que o corpo feminino deve ocupar sob os valores contemporâneos na sociedade sul-coreana. Tem-se, portanto, um *corpo em transição*, em movimento, em melhoria, almejando a “satisfação” que o corpo belo oferece como se fosse capaz de fornecer bem-estar, felicidade, sucesso e completude ao sujeito desejanste.

PALAVRAS-CHAVE: Análise de Discurso francesa. Cirurgia Plástica. Beleza. Corpo de transição.

FEDERIZZI, Andressa Almeida. Beauty Recovery Room: Senses on the beautiful in a transitional body. 115p. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Concentração em Linguagem e Sociedade, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste. Cascavel, 2018.

ABSTRACT

The present research focused on reflections and analyzes under the concepts of French Discourse Analysis, seeking to understand the discursive processes that surround the beautiful female body of South Korea, modified through surgical intervention, and that allow the production of meaning effects. Through the analysis of the photographs of the project Beauty Recovery Room by Ji Yeo published in the magazine Marie Claire in 2014, and in the discursive sequences of O Globo.com, Hypeness, Marie Claire magazine and BBC Brazil Portal on the project and plastic surgery in South Korea can be affirmed that there is the functioning of the language and the ideology acting on the subjects and their bodies. Thus, the body of the photograph reproduces Discursive Formations (of appreciation of the beautiful), Imaginary Formations (of the body of the magazine) and mainly, Ideological Formations (capitalist logic) in which feminine beauty, plastic surgery and consumption are interconnected, conferring subject the right / duty to modify their body based on social determinations that dictate the place that the female body should occupy under contemporary values in South Korean society. There is therefore a body in transition, in motion, in improvement, aiming at the "satisfaction" that the beautiful body offers as if capable of providing welfare, happiness, success and completeness to the desiring subject.

KEYWORDS: French Discourse Analysis. Plastic surgery. Beauty. Transition Body.

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 01 –	36
Fotografia 02 –	98
Fotografia 03 –	100
Fotografia 04 –	105
Fotografia 05 –	107

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 ANÁLISE DE DISCURSO FRANCESA – UMA INTERVENÇÃO NOS ESTUDOS DA LINGUAGEM	22
2.1 CORPO COMO MATERIALIDADE DISCURSIVA.....	33
3 SENTIDOS E REPRESENTAÇÕES DO CORPO BELO.....	39
3.1 MULHER, BELEZA E O MERCADO DA CIRURGIA PLÁSTICA NA COREIA DO SUL.....	41
4 “ESPELHO, ESPELHO MEU, EXISTE ALGUÉM MAIS BELA DO QUE EU?”	66
5 CORPO DE TRANSIÇÃO	87
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
REFERÊNCIAS.....	110

1 INTRODUÇÃO

As reflexões contidas nesta dissertação surgiram após o contato com o projeto *Sala de Recuperação da Beleza (Beauty Recovery Room)*, através de uma entrevista publicada em 2014, na revista *Marie Claire*, com a fotógrafa sul-coreana Ji Yeo, criadora do projeto.

Após leitura da entrevista, o site da fotógrafa foi visitado para conhecer todo o projeto e as demais imagens que o periódico não publicou. O que as fotografias trazem são mulheres jovens com hematomas, drenos, curativos, inchaço, mostrando os primeiros dias da recuperação de sul-coreanas, que se submeteram a cirurgias plásticas.

E com o intuito de conhecer mais sobre o projeto fotográfico e, quem sabe, entender os sentidos e principalmente o contexto da modificação do corpo por meio da cirurgia plástica estética, foi realizada uma pesquisa na internet sobre a realidade da cirurgia plástica na Coreia do Sul e outras notícias que mostrassem o projeto *Sala de Recuperação da Beleza*.

Nos jornais e revistas de circulação online, foram encontradas várias notícias sobre cirurgias plásticas entre 2013 e 2016, pois a Coreia do Sul foi considerada o país campeão em cirurgias plásticas *per capita* no mundo a partir do ano de 2013. Em 2014, os cirurgiões sul-coreanos realizaram 980 mil operações do gênero, segundo informações publicadas em julho de 2016 no site *Hypeness*.

De acordo com o jornal *O Globo* (2013), há inúmeras clínicas espalhadas por Seul, capital do país, área conhecida como cinturão da beleza, e vem se consolidando, a partir dos números apresentados, como a capital mundial da plástica.

Duas coisas saltam aos olhos quando se caminha por Gangnam, o bairro mais famoso de Seul [...] A primeira é como os sul-coreanos, permanentemente conectados, são dependentes de seus smartphones. A segunda é **a quantidade de anúncios de clínicas de cirurgia plástica**. Imagens do antes e depois da operação enchem as ruas e as estações de metrô. **Os outdoors mandam recados como: “Todo mundo já fez. Só falta você”. A Coreia do Sul tem o maior índice de cirurgia plástica per capita do mundo**. A busca pelo corpo e, principalmente, pelo rosto perfeito é uma obsessão nacional. [...] Segundo o instituto de pesquisa Trend Monitor, **uma em cada cinco sul-coreanas já fez plástica**. A imagem de rostos totalmente transformados contaminou a Ásia. As grandes clínicas de Seul oferecem pacotes para turistas, incluindo

cirurgia, passagem e hotel de luxo. **A cidade tem 2.000 cirurgões plásticos** (O GLOBO, 2013, grifos nossos).

Esta necessidade de corrigir o que não agrada no corpo não é exclusiva da Coreia do Sul. Em todo o mundo, há demanda por procedimentos cirúrgicos estéticos. Conforme dados publicados pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS), que reúne 2,7 mil membros em 95 países, em 2013, mais de 11,5 milhões de procedimentos cirúrgicos estéticos foram realizados no mundo (REVISTA ISTOÉ, 2016).

Segundo o blog oficial da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS), a Coreia do Sul possui lugar de destaque no ranking mundial em relação à quantidade de cirurgias realizadas por habitantes. Desde 2013, pelo menos uma a cada cinco sul-coreanas já se submeteu a algum procedimento. Em comparação aos EUA, por exemplo, é um procedimento a cada 20 mulheres:

A Coreia do Sul é o lar de mais de 4.000 clínicas de cirurgia plástica e tem a maior taxa de pacientes cirúrgicos do mundo, representando uma quarta parte de todos os procedimentos do mundo, de acordo com dados do governo e da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS, 2014, grifos nossos).

Além disso, o gosto por modificações corporais sempre esteve presente em diferentes civilizações:

Da ornamentação e das tatuagens utilizadas no Neolítico, à cosmética e às cirurgias estéticas de nossos dias, **as metamorfoses corporais provocadas pelo ser humano serviram aos mais diferentes fins**: para embelezar e fortalecer o corpo, para marcar um estatuto social e modos de pertencimento ou de exclusão em relação ao mundo natural, sobrenatural e social, **como maneira de se autossuperar**. [...] há, de fato, uma miríade de finalidades relacionadas **às modificações corporais e elas sempre indicam os limites e os sonhos de cada indivíduo e de cada sociedade** (SANT'ANNA, 2000, p. 50, grifos nossos).

A origem da cirurgia plástica, prática do *body modification*, mais aceita iniciou-se na Índia, onde eram realizadas cirurgias de reconstrução nasal em mulheres adúlteras que “tinham seus narizes amputados como uma forma de castigo” (NOVAES, 2013, p. 136), carregando no corpo a marca de uma regulação social.

Durante a Idade Média, a prática não ganhou muito espaço devido ao pensamento hegemônico de que o corpo era feito à imagem e semelhança de Deus, por isso não deveria ser alterado (NOVAES, 2003). Porém, no decorrer da história, com a ideia de livre-arbítrio, da sociedade democrática e as grandes guerras do século XX, a intervenção cirúrgica foi aperfeiçoada como técnica fundamental no tratamento dos mutilados de guerra (NOVAES, 2003):

Pregas, bochechas, arestas do nariz, queixos duplos, seios ou até abdômenes podem ser submetidos ao escalpelo. **A técnica se aperfeiçoa: dissimulação de cicatrizes, domínio da anestesia local, suturas das pequenas hastes da fibra** (VIGARELLO, 2006, p. 169, grifo nosso).

Foi a partir desse momento que ganhou *status* como especialidade médica e força como instrumento de transformação estética, aguçando a beleza que se constrói com técnica e materiais, um olhar mecanicista sob a perspectiva técnico-científica amparada pela lógica do mercado que “reproduz valores oriundos do discurso médico hegemônico, reafirmando a obsolescência do corpo e a necessidade de aprimorá-lo, modernizá-lo, adequá-lo às novas exigências” (FERREIRA, F., 2006, p. 138).

A partir disso, surgiu o interesse em refletir acerca do projeto fotográfico sob o viés da Análise do Discurso de orientação francesa (doravante AD). O tema desta pesquisa centra-se na beleza, porém é preciso delimitar qual o recorte dado a este tema abrangente. Esta dissertação aborda especificamente a beleza feminina¹ por meio de uma modificação corporal cirúrgica, ou seja, a submissão a uma cirurgia estética em busca de satisfação, simbolizando uma parte do processo de resolução de um incômodo em relação ao corpo e, talvez, seja este o combustível que move o sujeito inconsciente, desejante e atravessado pela ideologia de realizar um procedimento cirúrgico estético, almejando uma modificação específica que trará “completude” ao sujeito.

Sendo a beleza um atributo necessário para a inserção e aceite da mulher na sociedade, ela encontra nos avanços tecnológicos a possibilidade de alcançar este

¹ O capítulo intitulado: Sentidos e representações do corpo belo apresentará de forma mais clara a relação da mulher com seu corpo e com os padrões de beleza. De antemão, pode-se dizer que há uma relação muito íntima entre a história da mulher com o seu corpo e sua aparência.

padrão. Esta prática pertence às concepções de *bodybuilding* e *body modification*², que se referem ao corpo como um objeto que pode ser construído ou modificado para satisfazer algum desejo. Na contemporaneidade, o desejo é, de certa forma, imposto ao sujeito pelo modo com que está inserido em sociedade; no que tange o tema desta dissertação, o desejo por um corpo idealizado, que é o corpo do consumo, desejando sempre mais. Conforme apresenta Novaes (2013), a beleza passa a ser uma necessidade, não uma beleza qualquer, mas a beleza construída de acordo com os padrões determinados pelo mercado, que definem o perfeito.

A cirurgia plástica torna-se então uma ferramenta e uma maneira de conseguir resultados com mais rapidez, porque não depende de atividades físicas exaustivas, dietas e meses de determinação, é procurar um médico e aguardar o pós-cirúrgico, exigindo, ilusoriamente, menor esforço do sujeito.

Neste sentido, não seria possível falar sobre a beleza, sem abordar o que se entende como belo na contemporaneidade, visto que algo é considerado belo a partir de uma referência, em que circulam elementos sociais, históricos e, como apresenta a teoria utilizada neste trabalho, também ideológicos. Vale compreender como estes padrões e sentidos da beleza feminina foram se constituindo através da história, especificamente os sentidos sobre a intervenção cirúrgica em busca de um ideal de beleza determinado. Enfatiza-se o discurso da mídia na idealização do corpo feminino, que é apresentado cotidianamente, reforçando a necessidade de atender ao lugar que este corpo deve ocupar sob os valores contemporâneos. Portanto, os elementos que constituem o padrão de beleza feminino também o reforçam.

A teoria nos permite investigar quais as Condições de Produção (doravante CPs) e a Formação Discursiva (doravante FD) que marcam os discursos produzidos sobre o procedimento cirúrgico estético e como os discursos se materializam no corpo das mulheres que se submetem à cirurgia plástica. Afinal, não são os fatos puramente linguísticos que permitirão compreender o funcionamento discursivo do *corpus* que se propõe a analisar, mas os mecanismos históricos e ideológicos que levam à produção dos efeitos de sentidos sobre o corpo como materialidade discursiva.

² Bodybuilding e Body modification são práticas de modificação corporal estéticas (irreversíveis ou não) que envolvem a construção corporal por meio da prática de exercícios físicos, dietas, ingestão de medicamentos que auxiliam na performance corpórea, ou ainda, cirurgias plásticas, tatuagens e aplicação de *piercings*.

Com base no exposto, o objetivo desta dissertação é analisar os sentidos produzidos sobre o corpo feminino modificado por cirurgia plástica estética, com base nas fotografias do projeto *Sala de Recuperação da Beleza (Beauty Recovery Room)* de Ji Yeo, publicado em 2014, pela revista *Marie Claire* e em sequências discursivas (doravante SD) de *O Globo.com*, *Hypeness*, revista *Marie Claire* e *Portal BBC Brasil* sobre o projeto, cirurgia plástica e o mercado da beleza sul-coreana. O recorte temporal adotado para as SDs é de 2013 a 2017, com o critério de materialidades que abordam o projeto fotográfico e a cirurgia plástica na Coreia do Sul, em virtude do número de procedimentos realizados por pessoa.

No que tange às fotografias, pode-se de antemão afirmar que a maioria das sul-coreanas do projeto realizaram mais de um procedimento em uma única vez. A seleção se deu com o objetivo de evidenciar os discursos materializados em um corpo que transita por uma etapa dolorida, porém necessária, em busca de algo que satisfaça o sujeito alcançando o resultado esperado: o belo.

Eis um corpo em alteração, em melhoria, em busca de algo que o satisfaça esteticamente: um *corpo em transição*. Parte de um incômodo e de um desejo, ele chega ao pós-cirúrgico (feio, doloroso, sofrido) e alcança um objetivo. Então, vale refletir sobre a origem deste desejo, quais são os discursos que atravessam o sujeito, que sentidos circulam em torno do discurso do belo, do padrão, do corpo idealizado, e principalmente, do corpo modificado.

Partindo destes questionamentos, situa-se brevemente o leitor no campo teórico da AD, pois estes conceitos serão mais bem explanados em um capítulo seguinte.

A proposta de Michel Pêcheux (1997; 2014), difundida no Brasil por Orlandi (2012; 2015), Gregolin (2003; 2015), Mariani (2010), Magalhães (2010), Payer (2005), Ferreira (2001; 2004; 2010; 2013), entre outros, é pensar a língua além de uma estrutura, pensá-la em funcionamento. Para que seja possível compreender este funcionamento, é necessário compreender quais os elementos que circundam o uso da língua (quem a utiliza, como ela produz sentidos, como se organiza, que relações sociais estabelece).

Refletindo sobre teorias vigentes nos anos 60, Pêcheux ressignificou alguns conceitos articulando a Linguística, o Materialismo Histórico e a Psicanálise, marcando uma ruptura com uma conjuntura política e epistemológica da época,

porque buscava olhar a linguagem sob um viés discursivo e não apenas algo formal e lógico.

Pêcheux distanciou-se em parte da Linguística para poder ascender ao conceito de discurso; no entanto, manteve-se atento aos conceitos saussurianos de signo, sistematicidade do sistema e funcionamento da língua (FERREIRA, 2010). Quanto ao Materialismo Histórico, agregou a concepção de que a história intervém na língua e no processo de constituição dos sentidos, entendendo que a exterioridade não está fora da linguagem, mas afeta os textos, os enunciados, os sentidos.

Além disso, é perspectiva do Materialismo Histórico a mediação entre a linguagem e a ideologia e a noção de sujeito interpelado ideologicamente, entendidos como base para a teoria de Pêcheux, o que leva a outro eixo importante: a concepção de sujeito movido pelo inconsciente, da Psicanálise.

Aprofundando, o discurso pode ser entendido como o objeto que materializa a ideologia por meio da língua, pelo funcionamento da linguagem (sujeito inconsciente que diz algo, interpelado pela ideologia, inserido na história e na sociedade). Na aparente transparência da língua, produzida pelo atravessamento do ideológico, ocorre à produção de um efeito de sentido para o sujeito:

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc., não existe ‘em si mesmo’ [...] mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (PÊCHEUX, 2014, p. 146, grifos nossos).

Para que possa ser possível identificar a produção do sentido, a análise dos elementos que circundam o discurso toma como ponto de partida questionamentos como a) “Por que foi dito isso e não outra coisa?” e b) “O que tornou possível dizer isso?” (SOUZA, A., 2004). Deve-se, pois, compreender o contexto, as CPs, a história e a memória e investigar a sua construção.

Este é um ponto de destaque nesta dissertação. Ao ser observada uma SD de uma jovem que se submeteu à cirurgia plástica ou ao analisar uma imagem do projeto fotográfico, que aborda um corpo em recuperação pela beleza, é necessário levar em consideração todos os fatores que estão em torno da produção de um sentido para que seja possível compreender o seu funcionamento discursivo.

O sentido é construído, então, quando assume uma posição ideológica no interior de uma FD. Ou seja, o atravessamento ideológico mascara seus efeitos sobre a FD com que o sujeito se identifica, dando a ilusão de que o discurso tem origem naquele que o enuncia e que apenas um sentido é possível.

Como já afirmado, se os sentidos são produzidos por sujeitos históricos e sociais, o significado ou efeito de sentido sobre a beleza do corpo feminino pode ser visto sempre como provisório, visto que o sentido não é único. Cada época cria e cultua suas normas e interditos:

A maneira como damos sentido ao corpo hoje implica na memória que temos desse corpo, que infinitas vezes foi dito, redito e desdito; implica o circunstancial em que esse corpo está inserido; implica o social e a maneira como hoje a mídia visibiliza esse corpo, tomando-o como um 'artefato' do mercado econômico/social/cultural (SOUZA, A., 2004, p. 18, grifos nossos).

Esta memória, que é discursiva e não apenas uma lembrança, é um sentido produzido antes, em outro contexto, que retorna em um "novo" discurso com outro contexto. No tema desta dissertação, pode-se resumir que o discurso produzido sobre como o corpo feminino deve ser sofreu alterações. É possível apreender que, através dos anos, os sentidos sobre a beleza feminina foram materializados nas ações, nas atitudes, no comportamento, nos adereços, nas roupas, nos tratamentos estéticos, principalmente, por interferência da Formação Ideológica (doravante FI) imbricada nas FDs ao longo das décadas, no entanto, retornando ao discurso central de que a mulher deve ser bela.

Principalmente, na década de 80, quando era forte o discurso de emancipação feminina e do culto ao corpo, a publicidade discursava que a mulher só teria sucesso profissional, ou ainda, só atrairia a atenção do marido ou arranjaria um "bom partido" se fosse bonita (SOUZA, A., 2004). Ser bonita, ou seja, atender aos padrões exigidos envolvia usar recursos que o mercado oferecia, inclusive, a todo o momento, não permitindo que a mulher esquecesse a necessidade de estar/ser bela.

A maneira como somos afetados pelos discursos de que a mulher "tem a obrigação de ser bela", independentemente da forma como se adquire essa beleza: no nascimento ou através do uso de recursos para se atingir esse fim (maquiagem, cirurgia plástica, ginástica, entre outros) (SOUZA, A., 2004, p. 30, grifos nossos).

Percebe-se, portanto, que a valorização e os sentidos sobre o belo são uma construção social e, por isso, acompanham as mudanças da sociedade com o passar dos anos, visto que o corpo, enquanto representação de beleza é um símbolo culturalmente construído, historicamente contextualizado e indissociável do sujeito e da sociedade, deixando de ser um recurso usado apenas para a reprodução para se tornar, hoje, ostentação de imagem e *status* social (NOVAES, 2013).

Falar do corpo é, também, falar do sujeito, pois é a partir dele que age, se relaciona com os outros e consigo; isso implica, em complementação, falar da sociedade, da mídia, da cultura e do consumo (NOVAES, 2013), discussões que serão melhores apresentadas no decorrer deste estudo.

Neste sentido, não pode-se negar a atuação da mídia na construção dos ideais de beleza e da maquinaria de controle dos corpos, visto que ela exerce poderosa influência ao deslizar novas significações sobre o corpo (SOUZA, A., 2004), que ocupa as páginas de jornais, revistas, internet, televisão e demais canais:

Esse **poder que se exerce sobre o corpo é ininterrupto** e, por isso, naturalizado, **é internalizado pelo sujeito**. A sociedade moderna construiu uma maquinaria de poder através do **controle dos corpos** (anatomia política), isto é, **o corpo** para fazer não o que se quer, mas **para operar como se quer** (GREGOLIN, 2003, p. 99, grifos nossos).

Assim, a relação do sujeito com o corpo foi produto de várias determinações ao longo da história. Em um contexto mais remoto, o corpo era visto em separado da alma, a partir de um imaginário determinado pela ideologia cristã. Atualmente, sob a ideologia capitalista, o corpo passa a ser objeto constitutivo do sujeito contemporâneo (RADDE, 2013). Portanto, vários são os discursos que perpassam sobre a materialidade discursiva do corpo, principalmente em relação à discursividade do corpo feminino, objetificado e padronizado com maior intensidade.

A beleza passa a ser uma necessidade construída, seguindo padrões que ditam e definem o corpo ideal, possível de ser moldado, de acordo com os desejos (reconstrução de nariz, retirada de sobras, prótese de silicone, perda de peso, aumento dos músculos, entre outros), ou seja, pode-se redesenhar o corpo para alcançar um padrão de beleza estabelecido e reforçado pela cultura:

O surgimento de inúmeras práticas corporais e técnicas de modelagem física parece ancorado na mesma ideia de **autonomia e autorregulação do sujeito com relação ao seu corpo**, reforçando, com isso, um comportamento de **aversão com relação aos corpos que desviam do padrão de beleza dominante** (NOVAES, 2013, p. 29, grifos nossos).

O desenvolvimento dessas práticas estéticas exerce certo controle sobre o sujeito, inclusive de impotência e inadequação, quando não se enquadra no padrão almejado (NOVAES, 2013). Por outro lado, este controle cria a ilusão de autonomia sobre o corpo, mas ocorre por meio da interpelação ideológica, quando o sujeito acha que controla o corpo e o discurso sobre ele, visto que o corpo também enuncia e produz sentidos.

Neste sentido de controle sobre o corpo, se a frase de Jane Fonda³, *sem dor, sem ganho*, frequentemente utilizada como motivacional nas academias de ginástica e no vocabulário cotidiano, for deslocada para o contexto da cirurgia plástica, pode significar esta autorregulação e disciplinização do corpo em busca do belo por meio da otimização de tempo e facilidade em alcançar o ideal (NOVAES, 2013), afinal:

Há um enorme esforço posterior à cirurgia: **tolerar as sondas que drenam os líquidos produzidos pelo corpo em reação à cirurgia** (da face, dos seios e abdômen), **suportar o mal-estar** causado pela anestesia e pela **dor em função da inchaço**, dos edemas e hematomas e, ainda, **aguentar o incômodo** devido à compressão da cinta pós-operatória, exigida nas lipoaspirações (NOVAES, 2013, p. 33, grifos nossos).

São dias de recuperação, hematomas, dores e cicatrizes para se sentir realizada e satisfeita com o procedimento. Seria, talvez, um exemplo de que os fins justificam os meios.

Assim, buscando atender a estes pontos de reflexão, esta dissertação foi estruturada em cinco capítulos, partindo de três eixos para sua estruturação: a teoria, a história e a análise. Esta disposição lineariza a discussão, de modo que

³ “Sem dor, sem ganho”, original na língua inglesa como “No pain, No gain”, é uma expressão que entrou em destaque depois de 1982, quando a atriz Jane Fonda começou a produzir uma série de vídeos de treino de aeróbica. Nestes vídeos, Fonda usaria as expressões “No pain, No gain ” e “Sinta queimar ”, como slogans para o conceito de trabalhar os músculos após o ponto de sentir dores musculares. No Brasil, o vídeo se chamava “Pura Energia” e era vendido por telefone. Havia duas versões: a dublada em português e a versão original em inglês, “Jane Fonda Workout”.

seja possível compreender qual campo teórico dá base para um aprofundamento sobre o sujeito desejante e a cultura de consumo e quais os sentidos já produzidos sobre o corpo belo feminino que perpassam este corpo social.

Além da introdução, o capítulo: *Análise de Discurso francesa – uma intervenção nos estudos da linguagem* abordará os pressupostos teóricos desta dissertação, partindo dos postulados de Pêcheux (1997; 2014), Orlandi (2012; 2015), Ferreira (2001; 2004; 2010; 2013), Gregolin (2003; 2015), entre outros, mobilizando conceitos para análise do *corpus* selecionado, sendo possível compreender como a AD compreende a língua, o sujeito, a FD, o atravessamento ideológico e como o corpo pode também representar uma materialidade discursiva, produzindo sentidos.

O capítulo intitulado: *Sentidos e representações do corpo belo* tratará da movimentação dos sentidos, contexto histórico e social sobre beleza feminina e noções de construção do corpo, abordando, principalmente, a relação do sujeito contemporâneo com a concepção de corpo belo, que é atravessado pela cultura de consumo e pelos discursos da mídia, assim como, contextualizando os padrões sul-coreanos de beleza feminina que colocam a cirurgia plástica como uma ferramenta de inserção social. Observar o porquê e por quais processos discursivos a mulher sul-coreana valoriza a estética dá base para as discussões seguintes, visto que uma pesquisa em AD deve entender as CPs e os elementos que as determinam.

O capítulo ainda aborda o funcionamento discursivo da mídia sobre o mercado da beleza propondo as relações de interpelação da mídia sobre os seres na contemporaneidade (como instrumento de atravessamento ideológico) e de como o discurso da cirurgia plástica funciona sobre o sujeito desejante, levando em consideração que a mídia cumpre a função de propagar discursos que atendem à ideologia do consumo.

Na sequência: *Espelho, espelho meu, existe alguém mais bela do que eu?* apresenta algumas reflexões sobre a constituição do sujeito contemporâneo, considerando as aproximações teóricas da AD e da Psicanálise e partindo do entendimento de que o processo de subjetivação está atravessado pela materialidade significativa do Outro e que a falta e o desejo também fazem parte desse processo. Assim, é possível compreender como se dá o funcionamento da ideologia sobre a materialidade discursiva do corpo que encontra nas imagens

apresentadas pela mídia, a identificação do eu e, com a modificação cirúrgica, a ilusão de completude.

Na sequência, intitulado: *Corpo de Transição*, há a análise das materialidades discursivas advindas da seleção do corpus (SDs e fotografias), propondo atender aos objetivos propostos, entendendo o corpo como aquele que transita do insatisfeito para o corpo pós-cirurgia alcançando o belo e que pode, em algum momento, retornar ao corpo não ideal, visto que o desejo está na falta e é, pela sua constituição, irrealizável.

Por fim, o fechamento é feito com as considerações finais sobre as discussões realizadas na dissertação.

2 ANÁLISE DE DISCURSO FRANCESA – UMA INTERVENÇÃO NOS ESTUDOS DA LINGUAGEM

O ser humano produz enunciados em sociedade por meio da linguagem e, por meio dela, estabelece relações das mais variadas, interagindo, portanto, socialmente através do discurso. Entretanto,

não se pode concluir, a partir disso, que esses diversos personagens tenham o mesmo discurso: **a língua se apresenta, assim, como a base comum para processos discursivos diferenciados** (PÊCHEUX, 2014, p. 81, grifos nossos).

Ao produzir um enunciado, tem-se a ilusão de produzir um sentido único e verdadeiro, mas toda interpretação está pautada na suposição de que quem fala tem intenções linguísticas ao comunicar. Assim, há a necessidade de o analista do discurso considerar, sempre, o contexto de produção das materialidades discursivas, buscando analisar a FI⁴ envolta.

Vale ressaltar que

É pela linguagem que o discurso é materializado e as evidências são reveladas, propiciando a identificação dos sujeitos pelo discurso produzido numa dada formação social e ideológica (GRZESZEZESZYN, 2012, p. 52, grifos nossos).

Estas evidências estão presentes nos mais variados discursos, principalmente no da mídia, visto que, enquanto Aparelho Ideológico promove a circulação de discursos e ideologias entre os sujeitos (GRZESZEZESZYN, 2012). Ela desempenha, neste sentido, papel fundamental na produção e circulação de efeitos de sentido sobre consumo, valores sociais, culturais e padrões de beleza a serem seguidos pela sociedade (GRZESZEZESZYN, 2012).

A mídia, também, conforme Gregolin (2003), desempenha

O papel de **mediação entre seus leitores e a realidade**. O que os textos da **mídia oferecem** não é a realidade, mas **uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação** da sua relação com a realidade concreta (GREGOLIN, 2003, p. 97, grifos nossos).

⁴ A Formação Ideológica é um conceito teórico que será explicado no decorrer deste capítulo.

Estas formas simbólicas são atravessadas pela ideologia; portanto, busca-se neste capítulo, a partir do aporte teórico da AD, apresentar os conceitos mobilizados para a análise do *corpus* selecionado, compreendendo seu funcionamento sobre os sujeitos e como processos discursivos, históricos, sociais e ideológicos são materializados no discurso da mídia e materializados também, no corpo feminino que realiza cirurgia plástica.

A AD teve início em meados dos anos 60, na França, sendo proposta por Michel Pêcheux, em meio a um contexto teórico epistemológico marcado por teorias linguísticas estruturalistas prevaletentes, nasce a AD como uma ação transformadora, buscando contrariar o formalismo linguístico vigente, caracterizando-se “por um viés de ruptura a toda uma conjuntura política e epistemológica” (FERREIRA, 2010, p. 02). E não só rompendo, mas articulando conceitos e reflexões com outras áreas das Ciências Humanas, principalmente a Linguística, o Materialismo Histórico e a Psicanálise, resultando em estudos que puderam explicar como o discurso funciona por meio da Ideologia, considerando a validade das teorias já existentes e questionando, principalmente, a concepção histórica de que o sujeito é o dono de si.

Pêcheux rompe com o corte saussuriano de língua/fala transformando-o em língua/discurso e trazendo outras acepções para o que se entendia por língua pelos linguistas. A língua para Pêcheux aceita a falha, a falta, a situação de interação e o sujeito. Ele defende que a história intervém na língua e na constituição do sentido e que há uma mediação entre a linguagem e a ideologia, pelo modo com que o sujeito se constitui, reconhecendo, portanto, as contribuições do Materialismo Histórico e da Psicanálise (FERREIRA, 2010).

Vale abrir um parêntese para destacar que a AD não marca apenas uma ruptura com as teorias vigentes na época, bem como não possui um caráter apenas crítico (crítica pela crítica), mas é completiva ao estudar a fala:

A AD não se vê como uma disciplina autônoma, nem tampouco como disciplina auxiliar. O que ela visa é **tematizar o objeto discursivo como sendo um objeto-fronteira**, que trabalha nos limites das grandes divisões disciplinares, sendo constituído de uma materialidade linguística e de uma materialidade histórica, simultaneamente. **A AD recorta, portanto, seu objeto teórico (o discurso), distinguindo-se da linguística imanente, que se centra na língua, nela e por ela mesma**, e também das demais ciências humanas, que usam a língua como instrumento para a explicação de textos (FERREIRA, 2010, p. 02, grifos nossos).

A AD não é uma disciplina de caráter instrumental e interdisciplinar, mas possui especificidades próprias. De acordo com Orlandi (2015, p. 24), “a AD produz outro lugar de conhecimento com sua especificidade. Não é mera aplicação da linguística sobre as ciências sociais e vice-versa”; é uma disciplina de *entremeio* por realizar deslocamentos de campos teóricos.

O que interessa para a AD, na forma como estuda a língua, é compreender como os discursos são praticados e como produzem efeitos de sentido, em uso, levando em consideração o homem na história, os processos e as CPs da linguagem (ORLANDI, 2015). Assim, parte-se de uma das concepções básicas para apresentar os conceitos mobilizados na análise do *corpus*: a língua é entendida como não transparente, ou seja, o sentido de uma palavra não é dado, visto que para cada FD o sentido pode ser outro:

Uma palavra, uma expressão ou uma proposição **não tem um sentido que lhe seria ‘próprio’**, vinculado a sua literalidade. Ao contrário, **seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras, expressões ou proposições mantêm com outras palavras**, expressões ou proposições da mesma formação discursiva (PÊCHEUX, 2014, p. 148, grifos nossos).

Portanto, não há sentido único, mas um sentido distinto a cada vez que a palavra é colocada em uso em uma conjuntura dada. Porém, isso não quer dizer que haverá novo sentido a cada uso; o sentido deverá ser único dentro da mesma FD.

Como dito anteriormente, a AD estuda o funcionamento da língua e entende que a prática de enunciar é feita por sujeitos interpelados pela ideologia, afetados pelas CPs, bem como pela história e pelo social. Entender as CPs de um discurso é entender os elementos que formulam o enunciado do sujeito A ou B em relação a quem o receberá, levando em consideração que cada um está inserido em um contexto. Então, as CPs do discurso são “o conjunto de descrição das propriedades relativas ao destinador, ao destinatário e ao referente, sob condição de dar imediatamente certo número de precisões” (PÊCHEUX, 2014, p. 214).

Porém, este funcionamento não é regular e linear, mas é passível de equívoco, falha, lapso e marca a resistência que afeta a regularidade do sistema da língua como entendida pelos estruturalistas; este deslocamento teórico na noção de estrutura é umas das contribuições de Pêcheux para a Linguística:

Em resumo, **a subjetividade – no que ela se mostra, no que se esconde, no que é repetição ou equívoco, no que se marca como diferença, no que se inscreve enquanto homogeneidade – resulta do acontecimento da linguagem no sujeito.** Um acontecimento que tanto possibilita a singularização da diferença quanto a regulação do sujeito relativamente a uma universal adaptação do sujeito à ordem cultural e social através do mesmo simbólico que o constituiu (MAGALHÃES; MARIANI, 2010, p. 396, grifos nossos).

O uso da língua demonstra que há diferenças nos discursos e que a língua não é transparente significando a mesma coisa para todos. A língua, enquanto estrutura, a dos linguistas de 1960, não cabia nas rupturas de Pêcheux, por isso, o autor viu a necessidade de introduzir outro termo que contemplasse os “efeitos de clivagem” (PÊCHEUX, 2014, p.214) que representam a língua produzindo sentidos distintos. Portanto, *discurso* é definido como

Uma sequência linguística de dimensão variável, superior à frase e faz referência às condições que determinam a produção dessa sequência em relação a outros discursos, sendo essas condições propriedade ligadas ao lugar daquele que fala e àquele que o discurso visa, isto é, àquele a quem se dirige formal ou informalmente, e ao que é visado através do discurso (PÊCHEUX, 2014, p. 214, grifos nossos).

Estas condições também são estabelecidas pelo atravessamento ideológico que afeta o sujeito e vale enfatizar que para a AD “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia” (ORLANDI, 2015, p. 17), já que o sujeito resulta de uma formação sócio-histórica atravessada pela ideologia e o sujeito não possui o controle de como a língua e a história o afetam: “Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia” (ORLANDI, 2015, p. 18).

Assim, pode-se afirmar que sujeito é constituído por uma formação social, uma FI e uma FD. Essa noção de formação compreende a relação do sujeito com a ideologia, visto que a formação social abrange uma FI (CASSANA, 2016).

Portanto, há uma crítica à leitura idealista que pressupõe que o sujeito é anterior à língua, ao sujeito do “eu penso, eu falo, eu sou”. O sujeito que Pêcheux apresenta é o sujeito “construído pelo esquecimento daquilo que o determina” (MAGALHAES; MARIANI, 2010, p. 402). Afinal, ao nascer, o sujeito já está assujeitado a fatores históricos, sociais e ideológicos através da língua; por isso, não se dá conta da sua constituição no funcionamento da linguagem.

Portanto, o sujeito para a AD é o

Resultado da relação com a linguagem e a história, o sujeito do discurso não é totalmente livre, nem totalmente determinado por mecanismos exteriores. **O sujeito é constituído a partir da relação com o outro**, nunca sendo fonte única de sentido, tampouco elemento onde se origina o discurso [...] (FERREIRA, et al, 2001, p. 22, grifos nossos).

As palavras do sujeito sempre estão atravessadas pelas palavras do outro como resultado de uma memória discursiva, ou seja, enunciados que já foram ditos em outros contextos são incorporados, inconscientemente, no discurso, dando a ilusão de serem palavras únicas, criadas e pensadas por quem as profere. Essa incorporação inconsciente, própria da prática ligada à linguagem, ocorre pelo fato de que, dentro de uma FD, a produção de sentido está na ordem da paráfrase, de modo que o sentido para cada FD será diferente:

Queremos dizer que, para nós, **a produção do sentido é estritamente indissociável da relação de paráfrase entre sequências tais que a família parafrástica destas sequências constitui o que se poderia chamar a “matriz do sentido”**. Isto equivale a dizer que **é a partir da relação no interior desta família que se constitui o efeito de sentido**, assim como a relação a um referente que implique este efeito. [...] O processo pelo qual uma sequência discursiva concreta é produzida, ou reconhecida como sendo **um sentido para um sujeito, se apaga, ele próprio, aos olhos do sujeito** (PÉCHEUX; FUCHS, 1997, p. 169, grifos nossos).

Portanto, há uma família parafrástica dentro de cada FD que orienta a produção do discurso, assim implicando o efeito de sentido produzido e ao que Pêcheux e Fuchs (1997) conceituam como o esquecimento número 1. Este esquecimento, então, diz respeito ao fato de, estando em uma FD, não perceber que existem outras; o sujeito é afetado pelo inconsciente, pelo modo como é interpelado pela ideologia.

Para melhor compreensão, entende-se por FD

Aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e dever ser dito [...] os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos-faltantes (em sujeitos de seu discurso) **pelos formações discursivas** que representam “na linguagem” as formações ideológicas que lhes são correspondentes (PÉCHEUX, 2014, p. 147, grifos nossos).

A FD representa o lugar de constituição do sentido e da identificação, porém isso não significa que o sujeito escolhe a FD que determina o seu dizer; ele se insere nos sentidos dessa FD e que articula língua e história (CANASSA, 2016). É possível afirmar que o sujeito tem a ilusão de ser origem dos discursos que enuncia, quando, na verdade, apenas retoma sentidos e enunciados já existentes. Esta ilusão é criada, porque o assujeitamento é condição para a sua constituição, mascarando a submissão à ideologia.

Já o esquecimento número 2 diz respeito ao dito e ao não-dito, por exemplo; ao dizer de uma forma e não de outra, rejeita-se algumas opções.

Este ‘esquecimento’ produz em nós a impressão da realidade do pensamento, essa impressão, que é denominada ilusão referencial, **nos faz acreditar que há uma relação direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo**, de tal modo que pensamos que o que dizemos **só pode ser dito com aquelas palavras e não outras**, que só pode ser assim (ORLANDI, 2015, p. 33, grifos nossos).

Novamente, cria-se a ilusão de que o sujeito possui o controle da seleção das palavras, formas, sequências e do sentido do que enuncia, como se pudesse dominar a interpretação. Portanto, o que caracteriza o esquecimento nº 1 regula a relação entre o dito e o não-dito do esquecimento nº 2. Um mascara o funcionamento do outro e “atuam de modo a reforçar esse efeito de evidência do sujeito em termos de domínio de sua subjetividade” (MARIANI, 2006, p. 24), ou seja, a ilusão do sujeito em ser origem do seu dizer e a ilusão de que controla o que diz. Dá-se como exemplo:

SD1: no mercado de trabalho, muitas vezes as pessoas **‘mais bonitas’** acabam conseguindo **melhores colocações** (HYPENESS, 10/07/2016, grifos nossos).

A SD1 reforça a regulação do discurso por meio do esquecimento número 1, ou seja, o sujeito, ao afirmar que o mercado de trabalho exige pessoas *mais bonitas*, não consegue perceber a FD que o determina e impõe esta pressão por um padrão de belo. Inseridas em uma FD, as palavras destacadas produzem um sentido. Ao “escolher”⁵ fazer uma cirurgia plástica, o sujeito está atendendo a uma exigência social para conseguir *melhores colocações*, uma vez que a sociedade sul-coreana

⁵ Esta reflexão será melhor abordada em um capítulo seguinte, pois é uma escolha assujeitada pela FD, pela Ideologia e pelo desejo inconsciente que determinam o sujeito.

valoriza os qualitativos estéticos ao selecionar um funcionário e, além disso, o crescente mercado dos procedimentos cirúrgicos fomenta a busca do sujeito pela classificação social “pessoa mais bonita”. O sujeito, portanto, não se encontra no exterior da FD que o determina, ambos estão entrelaçados e funcionam juntos.

Estes esquecimentos, mencionados acima, partem de conceitos chave para o entendimento da AD. Há uma formação sócio-histórica, que se refere a uma FI e a uma FD; desse modo, os discursos produzidos pelos sujeitos são determinados por estas formações.

Desse modo, a FI tem relação direta com a FD, pois

Falaremos de **formação ideológica para caracterizar um elemento suscetível de intervir como uma força** em confronto com outras forças na conjuntura ideológica característica de uma formação social em dado momento; desse modo, **cada formação ideológica constitui um conjunto complexo de atitudes e de representações** que não são nem individuais nem universais, mas se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classes em conflito umas com as outras (PÊCHEUX; FUCHS, 1997, p. 166, grifos nossos).

Ou seja, cada FD, como conceituado acima, corresponde a uma FI. Então, uma FD só diz o que diz em razão da FI a que pertence, visto que a ideologia interpela os indivíduos em sujeitos. Segundo Pêcheux (2014, p.149), “o funcionamento da Ideologia como interpelação dos indivíduos em sujeitos [...] se realiza através do complexo das formações ideológicas [...] e fornece a cada sujeito sua realidade”.

Então, é no discurso que se pode observar esta relação entre a língua e a ideologia, produzindo e (re) produzindo as relações sociais e constituindo o discurso. Desse modo, se as FDs manifestam FIs, pode-se dizer que a ideologia determina os sentidos, pois ela funciona a partir da articulação entre a língua e o discurso.

Nesta perspectiva, Pêcheux (2014) afirma que

É porque os elementos da sequência textual, funcionando em uma formação discursiva dada, podem ser importados (metaforizados) de uma sequência pertencente a uma outra formação discursiva que as referências discursivas podem se construir e se deslocar historicamente. Então, **o discurso é formulado a partir do pré-construído, do discurso que já foi enunciado em outro lugar e que retorna como um novo discurso** (PÊCHEUX, 2014, p. 158, itálicos do autor, grifos nossos).

Por esta razão, a constituição de um sentido, além de ser determinado pelos elementos mencionados, também estabelece relação com a memória, pelo fato de que há um retorno a discursos já ditos antes. Dito de outro modo, tem-se a ideia de que toda formulação possui “outras formulações que ela repete, refuta, transforma, nega, enfim, em relação às quais se produzem certos efeitos de memória específicos” (GREGOLIN, 2005, p. 06). Isso torna possível enxergar, mesmo na dispersão dos enunciados, certa regularidade nos acontecimentos discursivos que pertencem a uma mesma FD.

Desse modo, a discussão sobre a constituição do corpo belo por meio da cirurgia plástica produz significados baseados em um imaginário que representa a *memória discursiva*, por meio de antigas significações, que podem ser resgatadas ou atualizadas por outros sujeitos em outras conjunturas. A memória é compreendida pela AD como a ressignificação dos sentidos, sustentado pelos sentidos históricos e que retornam.

De acordo com Pêcheux,

A memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os ‘implícitos’ (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível (PÊCHEUX, 1997, p. 52, grifos nossos).

Assim, a memória discursiva permite a identificação das relações sócio-históricas e ideológicas materializadas no que já foi dito em outro momento e que possibilita o enunciado. O funcionamento da memória discursiva pode ser considerado como a memória coletiva, pois enraíza os sentidos na formação social:

Há uma memória inerente à linguagem e os processos discursivos são responsáveis por fazer emergir o que, em uma memória coletiva, é característico de um determinado processo histórico (FERREIRA et al, 2001, p.20, grifos nossos).

Para entender como o discurso do belo pela cirurgia plástica significa na formação social sul-coreana, é preciso compreender como os sentidos retornam por meio da memória discursiva, percebendo as reformulações e os movimentos. No capítulo 3 desta dissertação, serão apresentados alguns recortes históricos em que há a presença do belo significando e há presença de valores e ideologias ressoando

em outros discursos, contemporâneos, pela memória discursiva, sobre o corpo feminino belo.

Assim, pelo trabalho da memória, esses enunciados (já-ditos) “integram-se a redes de outras formulações e constituem outros trajetos de sentidos” (GREGOLIN, 2005, p. 11). Portanto, a memória discursiva se constitui como uma rede de significações que está relacionada às FDs fazendo retornar formulações anteriores; dito de outro modo são os sentidos que serão recuperados e ressignificados pela FD em que o sujeito está inserido ao produzir um discurso.

Para demonstrar o funcionamento do retorno a um “novo discurso” por meio da retomada da memória discursiva segue a SD2:

SD2: A mensagem que ecoa dos anúncios no trem é que **‘confiança na aparência traz energia positiva que pode ser a essência da felicidade’** (PORTAL BBC BRASIL, 14/12/2015, grifos nossos).

O portal, ao afirmar que a aparência pode ser a essência da felicidade, reproduz o sentido de que o padrão de beleza deve ser seguido, que as pessoas precisam buscar o belo para serem felizes, realizadas e confiantes; vê-se, assim, o retorno a enunciados já ditos em outro momento da história e, conseqüentemente, por outros sujeitos. Como por exemplo, quando as mulheres sul-coreanas investem tempo e dinheiro em produtos cosméticos para manter a pele clara, fazendo referência à noção de nobreza presente nesta sociedade desde muito tempo, conforme será mencionado na página 51, no próximo capítulo.

A SD2, do ano de 2015, mostra a FI da valorização do belo, interpelando o sujeito por meio de discursos que apareceram em outro contexto, em outra época e ditos por outro sujeito e que a FD permitiu ao enunciador de 2015 “selecionar”. Assim, a seleção das palavras *confiança*, *aparência*, *positiva* e *felicidade* foi determinada pela FD, afetada pela FI de que beleza é importante na sociedade sul-coreana. A confiança oferecida pelo corpo que atende aos padrões vigentes insere o sujeito na sociedade, colocando-o em caráter de normalidade como os demais, imaginando ser capaz de conquistar a felicidade, valendo-se da retomada do discurso médico (cirurgião plástico) e do consumo, produzindo um sentido de identificação do sujeito com o corpo belo, capaz de fornecer bem-estar, equilíbrio e satisfação.

No entanto, como dito anteriormente, por meio dos esquecimentos e pelo modo como o sujeito é entendido pela AD, ao discursar de modo x e não y, ele não percebe a

interpelação ideológica e nem o atravessamento da FD a que pertence. Assim é que esta pesquisa se fundamenta. Com base nos conceitos apresentados acima, pode-se analisar a relação do sentido enunciado pelo discurso midiático em relação ao que é ser mulher bela na sociedade sul-coreana atual porque, conforme Gregolin (2007, p. 16),

A mídia é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma ‘história do presente’ como um acontecimento que tensiona a memória e o esquecimento. É ela, em grande medida, que **formata a historicidade que nos atravessa e nos constitui**, modelando a identidade histórica que nos liga ao passado e ao presente (GREGOLIN, 2007, p. 16, grifos nossos).

O sentido sobre o belo transcende o passar dos anos e fica gravado na memória discursiva das FDs e retornam. Neste caso, o discurso da mídia funciona e é estruturado como qualquer outro discurso, partindo de CPs, históricas e ideológicas, pois é construído e reproduzido por sujeitos discursivos. A mídia torna-se, então,

Prática discursiva, produto de linguagem e processo histórico, para poder apreender o seu funcionamento é necessário analisar a circulação dos enunciados, as posições de sujeito aí assinaladas, **as materialidades que dão corpo aos sentidos e as articulações que esses enunciados estabelecem com a história e a memória** (GREGOLIN, 2007, p. 13, grifos nossos).

Desse modo, o sujeito é afetado pela circulação de ideologias materializadas nos discursos que circulam na mídia e se reconhece - por meio da FD a que pertence - no sentido e no imaginário que são divulgados.

A recorrência dos discursos cria, para o sujeito, uma imagem de corpo belo, à qual é possível relacionar o conceito de Formações Imaginárias. De acordo com Pêcheux (1997, p. 83), “todo processo discursivo supõe a existência dessas formações imaginárias”.

É uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a *si* e ao *outro*, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro. Se assim ocorre, **existem nos mecanismos de qualquer formação social regras de projeção**, que estabelecem as relações entre as *situações* (obviamente definíveis) e as *posições* (representações dessas situações) (PÊCHEUX, 1997, p. 82, itálico do autor e grifos nossos).

Lugares constituídos no confronto do simbólico com a história, “são essas projeções que permitem passar das situações empíricas - os lugares dos sujeitos - para as posições dos sujeitos no discurso” (ORLANDI, 2015, p. 38). O imaginário faz parte do funcionamento da linguagem, apoia-se na inscrição das relações sociais na história regidas por relações de poder (ORLANDI, 2015).

Pode-se pensar sobre as Formações Imaginárias, relacionando-as com o discurso proferido pela mídia sobre o corpo belo feminino, como na SD3. O modo como as imagens são apresentadas aos sujeitos na contemporaneidade afetam as relações de poder estabelecidas no âmbito do corpo:

SD3: **‘Sempre soube que queria ser igual a ela’**, diz coreana que fez cirurgias para virar **‘sósia’ de Miranda Kerr**⁶ (REVISTA *MARIE CLAIRE*, 27/05/2014, grifos nossos).

O desejo de se parecer fisicamente com outro sujeito pode ter sido formulado a partir do imaginário que a sociedade criou da modelo australiana e sobre o imaginário social formulado sobre o que é ser modelo.

O lugar social que o “ser modelo” ocupa na sociedade exerce uma relação de força sobre as mulheres que não são modelos. A profissão exige um corpo perfeito (para os padrões), beleza facial, estar atenta às novidades do mercado da moda, aparecer constantemente na televisão, revistas, redes sociais e festas badaladas; produzindo a idealização de um padrão.

Neste sentido, o que o corpo da modelo enuncia significa de modo diferente do que significa o corpo da vendedora de sapatos, por exemplo. Conforme Orlandi (2015, p. 37), “o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz”, determinando a relação de forças dos discursos, sendo o lugar social modelo idealizado, em face do poder que exerce sobre outros lugares sociais relacionadas à mulher.

Para complementar, a circulação de sentidos sobre o corpo feminino através do discurso da mídia vem de diversos meios que

Classificam, nomeiam e definem como esse corpo deve ser, pois a linguagem com seu caráter ideológico não apenas traduz o social, mas representa-o, cria-o. Esses saberes, essas linguagens

⁶ Miranda Kerr é uma modelo australiana, de 33 anos, que possui um contrato exclusivo com a famosa marca de lingerie americana Victoria's Secret, influente no mundo da moda.

possibilitam e criam os olhos sobre o corpo, determinando-o como um construto histórico-cultural (SOUZA, A., 2004, p. 169, grifos nossos).

Essa ilusão de “olhos sobre o corpo”, criada pela circulação dos sentidos de beleza na mídia, auxilia na definição do estereótipo de como o corpo feminino deve ser, quais tratamentos estéticos deve seguir, qual a atividade física é adequada, qual dieta emagrece mais e em menos tempo, e assim por diante.

Obviamente, os discursos sobre o belo não se referem apenas ao corpo feminino, no entanto, a limitação é ditada pelo *corpus* selecionado.

2.1 CORPO COMO MATERIALIDADE DISCURSIVA

Partindo da defesa de que, para a AD, inconsciente e ideologia estão materialmente ligados e que a ideologia interpela o indivíduo em sujeito, produzindo sentidos por meio das CPs do discurso, não se pode pensar o corpo deslocado destes princípios: “Afinal, o corpo é tanto uma linguagem, como uma forma de subjetivação e, por isso mesmo, tem relação estreita com o discurso” (FERREIRA, 2013, p.77).

Enquanto corpo simbólico, ele é produzido por um processo de significação em que a ideologia opera. Este corpo simbólico é entendido aqui como o corpo de um sujeito inconsciente e afetado pela ideologia e CPs (ORLANDI, 2012):

O corpo é materialidade significante. Isso nos permite dizer que, se a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua, **o corpo também é a materialidade específica de um discurso, ou seja, tal qual a língua, ele significa em uma dada formação social. Nessa perspectiva, o corpo fala: é através dos significantes que compõem o discurso do corpo que percebemos as formações discursivas às quais um sujeito se filia** (CASSANA, 2016, p. 89, grifos nossos).

Desse modo, pode-se afirmar, de acordo com Orlandi (2012), que o fator social é constitutivo do processo de significação e não apenas exterior; é uma forma histórica e social interferindo no corpo. Portanto, o corpo é também interpelado, significa e é materialidade discursiva do sujeito, estando afetado pela ideologia, pelo silenciamento, pelo chiste, pela falha e pelo funcionamento da língua.

Se os equívocos da língua irrompem no real da língua, e os equívocos historicizados se materializam na ideologia, podemos nos arriscar a dizer que **o corpo seria o lugar de simbolização onde se marcariam os sintomas sociais e culturais desses equívocos – tanto os da língua quanto os da história** (FERREIRA, 2013, p. 78, grifos nossos).

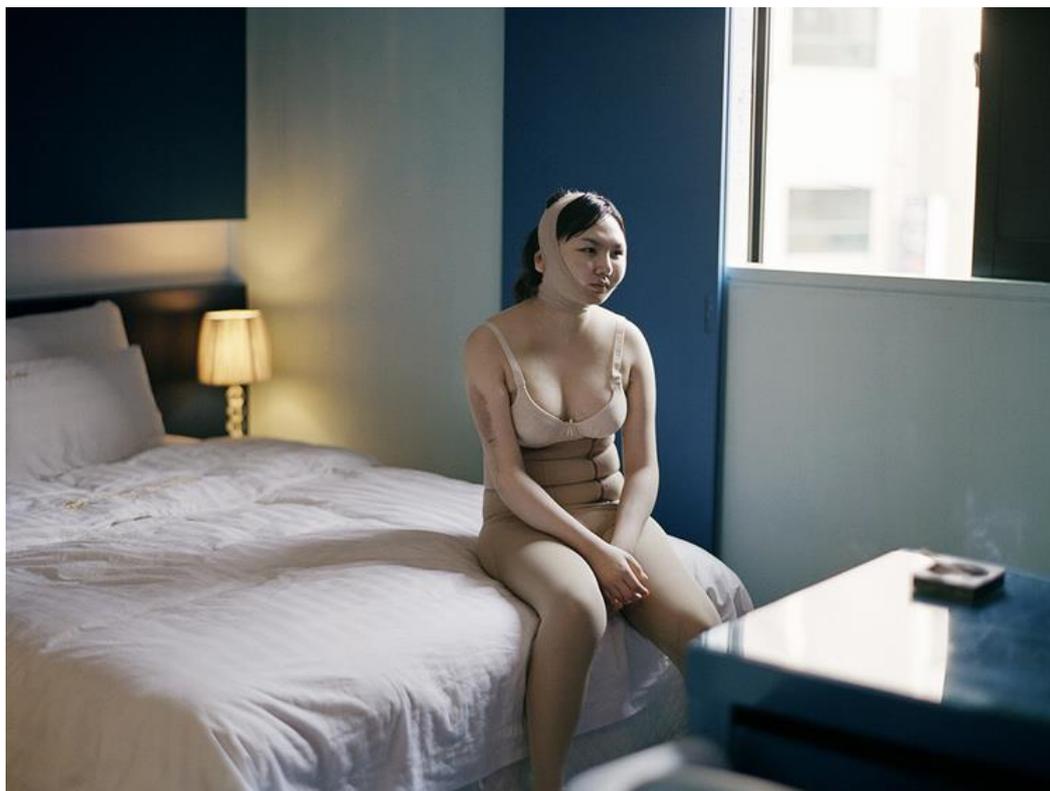
O corpo não está isento de determinação histórica, nem de interpelação ideológica a que o sujeito é submetido; por isso pode ser tão afetado quanto é na sociedade de consumo em que está inserido. Por isso, é possível, em AD, pensar no discurso do corpo ou em sua materialidade (ORLANDI, 2012), deslocado para o lugar da opacidade, sendo forma material e produzindo sentidos.

Ele não é algo dado a priori, universal, como também a língua não o é. O corpo é mutável, suscetível de inúmeras intervenções científicas, tecnológicas, culturais, históricas, morais, sociais que (re) produzem discursos e imaginários. São representações inconstantes “e variam conforme o lugar/tempo onde este corpo circula, vive, se expressa, se produz e é produzido (GOELLNER, 2003, p. 23).

Assim, é possível analisar o corpo da cirurgia plástica como um corpo em transição, que é mutável a partir de um desejo (construído ideologicamente) de estar de acordo com uma padronização cultural, midiática e ideológica e também, por outro lado, satisfeito em sentir-se bem, habitando este corpo modificado e ajustado ao contexto social em que se insere.

Na imagem abaixo, carregada de memória e sentidos, a mulher sul-coreana aparece com o corpo coberto por ataduras após passar por um procedimento cirúrgico estético. As ataduras e hematomas podem simbolizar os efeitos do atravessamento ideológico e da FD determinando o que e como deve ser o corpo feminino na Coreia do Sul, com base em CPs e imaginários que refletem o cultural e o social.

Fotografia 1



Fonte: YEO (2014)

Este corpo também produz sentidos, uma vez que é afetado por determinações históricas e ideológicas que o constroem, assim como constituem o sujeito. Portanto, inserido em uma sociedade onde a aparência possui grande valor social e a cirurgia plástica é um recurso que recebe investimentos científicos, tecnológicos, financeiros e midiáticos, pode-se afirmar que o corpo da fotografia reproduz Formações Discursivas (de valorização do belo), Formações Imaginárias (do corpo da revista) e principalmente, Formações Ideológicas (lógica capitalista) em que a beleza feminina, a cirurgia plástica e o consumo estão interligados, conferindo ao sujeito o direito/dever de modificar seu corpo com base em determinações sociais.

Porque o corpo do sujeito é ligado ao corpo social, Orlandi (2012) afirma que não há corpo que não esteja investido de sentidos e que o sujeito relaciona-se com o seu corpo já atravessado por uma memória, pelo discurso social que o significa e pelo modo com que se individualiza; no entanto, sempre há a possibilidade de falha e incompletude e o sentido sempre pode ser outro:

Ao pensarmos a noção de corpo, enquanto corpo discursivo, não empírico, não biológico, não orgânico, o estamos propondo como um objeto discursivo, como materialidade que se constrói pelo discurso, se configura em torno de limites e se submete à falha. Para dar vida e fôlego a essa formulação, torna-se necessário a inclusão do real do corpo como categoria incontornável do campo discursivo. O corpo entraria no dispositivo como constructo teórico e lugar de inscrição do sujeito. **Esse corpo que fala seria também o corpo que falta, donde a inclusão da noção de real do corpo, ao lado do real da língua e do real do sujeito.** *A exemplo do que singulariza o registro do real, o real do corpo seria o que sempre falta, o que retorna, o que resiste a ser simbolizado, o impossível que sem cessar subsiste* (FERREIRA, 2013, p. 78, itálico da autora e grifos nossos).

Tem-se aqui uma aproximação teórica entre a AD e a Psicanálise, sendo o corpo o resultado de um processo de construção no discurso e pelo discurso e efeito da linguagem. Na concepção de Lacan, o corpo afetado pelo inconsciente é o sujeito de um significante; então, a linguagem é constitutiva do corpo, ela “incide sobre o corpo, toca o organismo, o desnatura e o modifica” (FERREIRA, 2013, p. 80).

O corpo ultrapassa os limites do biológico, torna-se personagem social e vira passaporte para a felicidade, bem-estar e realização pessoal (NOVAES, 2013). É também parte da construção do “eu”, pois o sujeito não apenas possui um corpo: ele é o corpo; é, além de tudo, uma forma de comunicação social.

O discurso do corpo fala das relações internas à sociedade – é também nele que veremos expressar-se a busca da felicidade plena. Palco privilegiado dos paradoxos e dos conflitos, o corpo que almeja sua singularidade é o mesmo que tenta negar a diferença e a alteridade. A eterna busca da imortalidade transforma-o em um corpo de encenação da obra de arte. **Os discursos da saúde, da medicina, do erotismo, tamponam o real que apavora: o mal-estar e a finitude** (NOVAES; VILHENA, 2003, p. 10, grifos nossos).

Falar do corpo é falar também de nossa identidade, vista a relevância que ele possui na contemporaneidade, por exemplo, “no crescente mercado de produtos e serviços relacionados ao corpo, a sua construção, aos seus cuidados, a sua libertação e, também, ao seu controle” (GOELLNER, 2003, p. 24).

O corpo é um lugar de inscrição, um corpo de disciplinamento e controle. A formação social capitalista transformou o corpo dos sujeitos para ser treinado e disciplinado, a fim de conseguir um corpo que se troca por um salário: o corpo que deve render e produzir. E mais do que isso, é um “lugar” para o saber, o poder e a subjetivação:

A disciplina fabrica assim corpos submissos e exercitados, corpos 'dóceis'. **A disciplina aumenta as forças do corpo** (em termos econômicos de utilidade) e **diminui essas mesmas forças** (em termos políticos de obediência). Em uma palavra: **ela dissocia o poder do corpo**; faz dele por um lado uma "aptidão", uma "capacidade" que ela procura aumentar; e inverte por outro lado a energia, a potência que poderia resultar disso, **e faz dela uma relação de sujeição estrita** (FOUCAULT, 2008, p. 27, grifos nossos).

Para Foucault (2008), o controle da sociedade sobre os sujeitos tem início no corpo, sendo ele uma realidade biopolítica. Tem-se, então, o discurso médico, psicológico, jurídico, econômico, midiático, etc., atravessando-o.

Villaça e Góes (1998) afirmam que as relações de poder agem sobre o corpo de forma imediata: investem-no, marcam-no, obrigam-no a cerimônias, aprisionam-no ao trabalho. Dominado pela cultura do consumo, o corpo passa a ser percebido, não apenas como mão de obra ou uma ferramenta de trabalho, mas como uma mercadoria submetida às condições e às imposições da ideologia (CASSANA, 2016).

Assim, é possível compreender as relações que se estabelecem entre o corpo que se submete às cirurgias plásticas e os discursos que o circundam, frente a uma lógica capitalista de consumo, tanto de produtos quanto do corpo.

E além de objeto de consumo, o corpo é local de construção identitária, um corpo que seria único e ao mesmo tempo partilhado, porque é semelhante a vários outros produzidos neste tempo e nesta cultura (GOELLNER, 2003), principalmente ao refletir este corpo sob a perspectiva da cirurgia plástica que manipula as partes com base em modelos estabelecidos. Em se tratando da prática cirúrgica estética, o corpo não marca somente a diferenciação de um sujeito em relação aos demais, mas concede o poder de considerar seu corpo como propriedade e representação da sua essência:

A individualização das aparências produzida a partir da valorização por vezes exacerbada da imagem transformada em performance tem levado os indivíduos a perceber que o corpo é o local primeiro da identidade, o locus a partir do qual cada um diz do seu íntimo, da sua personalidade, das suas virtudes e defeitos (GOELLNER, 2003, p. 07, grifos nossos).

Em um tempo onde “ser único” é sustentar uma visibilidade localizada no corpo, construído a partir de uma proliferação de referências, imagens e discursos produzidos, principalmente pela mídia, o corpo é um lugar de inscrições de significados. Por isso, precisa ser lido e interpretado, pois está sujeito à lei social, que exige seguir alguns preceitos estéticos.

O olhar do outro e os avanços científicos em relação à estética contribuem para este controle e regulamentação do corpo, auxiliando na determinação dos padrões estéticos. Além disso, é envolto em julgamentos morais e significados sociais. De acordo com Villaça e Góes (1998) o corpo é formado pelo jogo com os discursos e as instituições que o alienam. Ele perde a sua obviedade em meio aos vários discursos e é dividido por mecanismos de intervenção social. Assim,

Mais do que objeto teórico o corpo aparece como dispositivo de visualização, como modo de ver o sujeito, suas circunstâncias, sua historicidade e a cultura que o constituem. Trata-se do corpo que olha e que se expõe ao olhar do outro. O corpo intangível e o corpo que se deixa manipular. **O corpo como lugar do visível e do invisível** (FERREIRA, 2013, p. 78, grifos nossos).

Ao retomar a reflexão sobre o contexto atual que inscreve o corpo abordado nesta dissertação, ele se torna visível a partir da imagem que apresenta ao olhar do outro, adotando a identidade dos produtos que consome, por meio de um sujeito colado à dieta, à academia, à clínica estética, ao dinheiro investido para atender às determinações da ideologia dominante: seja belo, compre, use e consuma. Portanto, seja atravessado pelo discurso da moda, dos cosméticos, das academias ou das cirurgias estéticas, o corpo é sempre transformado, em corpo que é capital.

Compreendendo como se constitui o sujeito discursivo para a AD e, principalmente, como o corpo produz sentidos para a teoria, prossegue-se na reflexão acerca do tema, visto que analisar as significações do corpo vai além de caracterizá-lo como belo ou feio, exige refletir sobre a partir do que se forma a categoria belo, e o que é ser belo na contemporaneidade.

Desse modo, é pertinente aprofundar nos próximos capítulos, os estudos sobre a constituição do sujeito frente à realidade contemporânea e como se dá a busca da mulher sul-coreana por intervenção cirúrgica.

3 SENTIDOS E REPRESENTAÇÕES DO CORPO BELO

A epígrafe, citada nos elementos pré-textuais desta dissertação, é um trecho das primeiras páginas da principal obra de Oscar Wilde, publicada em 1890. O Retrato de Dorian Gray apresenta a história de um rapaz que tem o desejo de permanecer jovem e belo como seu retrato. Misteriosamente, seu pedido é atendido, como se sua alma fosse atingida por uma terrível sina. A pintura, influenciada pelo mau comportamento de Dorian, transformava-se em uma figura monstruosa, registrando a crueldade e os pecados cometidos. O corpo de Dorian permanecia jovem, mas seu retrato gotejava sangue.

A obra de Wilde é uma crítica aos valores morais da sociedade inglesa do século XVIII; e não só; traz reflexões acerca do narcisismo, da vaidade, do belo e, principalmente, do medo de envelhecer: temor da humanidade:

Dizemos que o tempo rouba a beleza, mas **o tempo meramente se afasta de um momento idealizado em que o corpo desenvolveu seus poderes físicos e (pro) criativos** em que ainda não declinou em saúde e fertilidade. **Várias buscas desesperadas pela beleza são esforços para estender esses poucos anos de perpetuidade**, para manter a aparência da adolescência núbil para sempre (ETCOFF, 1999, p. 76, grifos nossos).

O anseio pela juventude eterna se torna terreno fértil para a propagação de procedimentos, produtos, adornos e técnicas capazes de dissimular a cronologia do sujeito. Tem-se na viçosidade da juventude uma parte do ideal de beleza física, afinal, as primeiras marcas de velhice são demarcadas na flacidez da pele, nas rugas e na “deformação” do corpo.

Sendo assim, o desejo do personagem Dorian se repete inúmeras vezes em muitos sujeitos, pois, desde sempre, de forma recorrente, na história da humanidade, beleza e juventude eternas são admiradas, como, por exemplo, desde a Grécia Antiga, com o mito de Narciso.

O personagem mitológico era um menino muito bonito e, desde pequeno, admirado pelas Ninfas. Adulto e após um dia cansativo de caça e muito calor, encontrou uma fonte com água pura e prateada para matar sua sede. Ao aproximar-se da fonte, viu sua própria imagem refletida e ficou fascinado; passou a contemplar o lindo rosto e apaixonou-se por seu próprio reflexo. Deitado sobre a grama, não

conseguia deixar de contemplar a imagem que o desconsertava (OVÍDIO, *Metamorfoses*, III, 340-510).

Era uma admiração descontrolada por uma aparência que agradava aos olhos e ao coração, uma beleza capaz de completar Narciso, enchendo seu espírito de conforto e paixão, poderosa arma de sedução para si mesmo.

Não só o mito de Narciso mostra a valorização do belo; diversos registros históricos relatam a beleza servindo como objeto moral, dom divino, privilégio ou ainda associada à perdição e ao engano, ressignificado por diversas vezes, principalmente o corpo feminino associado à pureza ou à sedução.

Trata-se, neste capítulo, então, de apresentar os sentidos sobre o belo através da história da humanidade, principalmente, no que tange aos sentidos sobre o corpo belo feminino. Passando por estes diversos discursos, é possível observar as permanências e os deslizamentos e em que CPs o corpo feminino é regulado por um ideal, visto que a preocupação com a beleza não é exclusiva das sociedades atuais ou modernas; muito antes, o cuidado por parte dos sujeitos em relação ao corpo foi notificada: “A capacidade de perceber a beleza e responder a ela nos acompanha desde que o homem é homem e a mulher é mulher” (ETCOFF, 1999, p. 34).

Desde sempre, as imagens da beleza humana atendem ao anseio de uma forma ideal, porém nenhum registro histórico em relação à beleza é consistente e fixo, por isso, a necessidade de observar o movimento em relação ao sentido de corpo belo, considerando que os discursos são produzidos com base em elementos históricos, sociais e ideológicos.

Faz-se necessária uma abordagem discursiva do corpo, considerando o histórico, o político e o ideológico para entender como esse corpo de linguagem se materializa em corpo significativo, passível de ruptura, de movimento, de mudança:

É pensá-lo enquanto linguagem, não o reduzindo, entretanto, a uma mera forma de expressão, mas pensado como matéria significativa que produz (e é, ao mesmo tempo, resultado de) relações entre o político, o histórico e o simbólico (CAROZZA; LAMBERT, 2015, p. 1055, grifos nossos).

Se sujeito e sentido são produzidos ao mesmo tempo, na medida em que o sujeito é afetado pela história, passando então a significar, é pelo funcionamento da história, “na materialidade discursiva que são constituídas as ‘amarrações’

ideológicas (e de sentido) dos discursos correntes na esfera social” (GRZESZESZYN, 2012, p. 66). Por isso, não convém em AD pensar a história apenas como uma lembrança do passado, mas colocá-la como fonte constitutiva do discurso e da memória discursiva, um fio que articula a linguagem.

Portanto, busca-se apresentar alguns recortes da história humana em que os sentidos sobre o belo foram produzidos, considerando as CPs dos discursos em relação à beleza feminina e ao aprisionamento da mulher ao corpo. Trata-se aqui de expor o que foi dito em diferentes épocas e culturas, observando as variadas formulações, trazendo um contexto histórico que une a linguagem, a história da beleza e do corpo feminino, como se apresenta hoje, na contemporaneidade sul-coreana.

3.1 MULHER, BELEZA E O MERCADO DA CIRURGIA PLÁSTICA NA COREIA DO SUL

A beleza está entrelaçada como um dos conflitos mais profundos que cercam o humano: corpo e espírito. As projeções sobre beleza, muitas vezes, são feitas na carne, sendo o corpo um templo e uma prisão, um jardim de prazeres terrenos e uma morada da alma imortal (ETCOFF, 1999).

Na Antiguidade, os deuses, que possuíam características humanas, serviram para formar o imaginário de beleza ideal. Para Hegel, filósofo do século XVIII, o perfil grego é a encarnação da ideia de beleza, personificação em que a expressão espiritual é mais importante: “além da beleza meramente física existe a verdadeira beleza divina e de que o belo, verdadeiro e o bom não passam de diferentes manifestações de uma perfeição divina eterna (MARWICK, 2009, p. 47)”. Entre os gregos, a preocupação estética do corpo vai além do visível e do sensível, estabelece diálogo com a moral, ética e lógica, um corpo que concilia a harmonia e o equilíbrio.

Esta associação corpo/espírito rendeu debates com variados discursos e ideologias no decorrer da história, principalmente entre materialistas e espiritualistas:

O marco da ascendência do espírito sobre o corpo instrumentalizado é o pensamento de Descartes. Os libertinos descobrem no fim do século XVII e início do século XVIII um modo de expressar que se choca profundamente com o dos defensores do pensamento religioso. Os primeiros delineamentos

desse tipo de reflexão aparecem mais sensíveis em Erasmo, mais sutis em Rabelais e depois em Montaigne e Espinosa para explodir no século XVIII num movimento que se opõe violentamente ao pensamento abstrato ou religioso (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 24, grifos nossos).

Os espiritualistas acreditavam existir uma realidade independente da matéria, uma ordem superior em que corpo e alma formam uma unidade. Um corpo que não podia ser tocado após a morte, porque “colocar o corpo em pedaços é quebrar a integridade humana, é arriscar comprometer suas chances na perspectiva da ressurreição” (BRETON, 2011, p. 75). Então, o homem estava indissolúvel de seu corpo, ele era o homem e o cosmos, pertencendo ao registro do ser (ser um corpo) e não ter um corpo.

Em contraposição, o corpo para os materialistas, seria como uma máquina, um objeto da ciência, “uma constelação de utensílios em interação, uma estrutura de engrenagens bem ajustadas e sem surpresas” (BRETON, 2011, p. 121), em que se abria caminho em busca de racionalidade que se persegue até hoje. Após as primeiras dissecações para fins de conhecimento, o corpo, de certa forma, foi dissociado do homem e estudado como uma realidade autônoma. Transformando a cultura e as tradições populares, o corpo e o homem foram entendidos como uma parte do cosmos, tornando possível o pensamento moderno sobre o corpo (BRETON, 2011).

Uma vertente que o sacraliza por sua condição de casa da alma e do espírito, ambos imortais, enquanto de outro lado, uma vertente que o vê sob sua condição material e mortal, o corpo concebido em sua vulnerabilidade e inevitável perecibilidade.

Independente das discussões, o fato é que, desde a Antiguidade, se pensou sobre o corpo recebendo diferentes versões sobre sua relação com o mundo, com o real e irreal, o privado e o público, o natural e o cultural, com possibilidades e limites (VILLAÇA; GÓES, 1998).

O homem descobriu-se um corpo, tomando-o como um lugar de sua diferença e de sua identidade. A valorização do sujeito e da subjetividade deslocaram o lugar de certezas e verdades, criando oposição às tradições e às instituições vigentes:

À medida que se altera o paradigma que orientou a racionalidade moderna, quando **o corpo humano** era considerado uma exterioridade a ser controlada, ele **assume, lado a lado com as**

mais variadas instâncias pessoais, interpessoais ou coletivas, seu papel na produção da subjetividade. Um paradigma estético parece desenhar-se, no qual singulares devires e configurações inesperadas são produzidas e no qual **o corpo surge como carne e imagem, matéria e espírito simultaneamente** (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 29, grifos nossos).

A noção de sujeito e de subjetividade cartesiana entrou em crise, abrindo espaço para pensar em “subjetividade distribuída, socialmente construída, dialógica, descentrada, múltipla, nômade, situada, fala-se em subjetividade inscrita na superfície do corpo, produzida pela linguagem” (SANTAELLA, 2004, p. 17).

Uma noção de subjetividade em que o corpo é “redescoberto como sendo ‘sensível’, agora, muito mais próximo da identidade de cada um do que no passado” (SANT’ANNA, 2000, p. 51), assumindo protagonismo na constituição do sujeito (afetado pelo social, pela linguagem, pela história, pela ideologia). Um corpo simbólico, que produz sentidos e passa a ser questionado, investigado e melhorado por várias áreas do conhecimento (como a Medicina, Artes, História, Psicologia, Antropologia, Sociologia, Linguística, etc.), descobrindo o lugar do corpo em mutação,

em produções de singularidade, em imaginações monstruosas tão presentes na ficção científica como signos do irrepresentável, lugar da busca da perfeição através da cega disciplina (*body building*), lugar de dilaceramento, de lutas, de toda espécie de performances (*body art/body modification*). De qualquer forma, **o corpo está em cena, sem que haja possibilidade de prever o futuro e seus limites** (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 31-32, itálicos dos autores e grifos nossos).

Em cena na Ciência, nas mídias, na história, no social, compondo um misto de imagens, sentidos e valores com os quais os sujeitos tomam sua dimensão corporal, o que, de acordo com Santaella (2004, p. 27), indica “‘uma nova zona de visibilidade do corpo’, permitindo a leitura das inscrições dos fatores econômicos e políticos, da moral, da cultura”.

Sendo o corpo, então, socialmente construído e nele se materializa a relação sujeito *versus* sociedade, os ritos, etiquetas, gestos, formas de expressão de sentimentos revelam a relação do sujeito com seu corpo. Sant’anna (2000, p. 50) afirma que, “além de ser um processo histórico, o corpo funciona como um processador da história, por meio do qual são veiculados e modificados os legados

culturais e biológicos”. Tudo está inscrito nele, de modo que reflete os diferentes discursos e sentidos produzidos por cada período histórico.

Conforme Orlandi (2012, p. 87), “os sujeitos textualizam seu corpo pela maneira mesma como estão nele significados”; sendo assim, busca-se, nesta dissertação, compreender os sentidos e imaginários construídos sobre o corpo feminino, focalizando nos parâmetros estéticos que o categorizam como belo, porque a AD entende que o corpo não só recebe sentido pelo discurso, mas é constituído pelo discurso e se torna um produto socialmente construído, maleável e instável (SANTAELLA, 2004).

A concepção de beleza corporal dominante sofreu modificações conforme a realidade de cada época, cultura e o progresso tecnológico e científico da humanidade. Alguns pensadores acreditavam que algo era considerado belo a partir de medidas simétricas (uma relação exata entre as partes, comensurável por palmos ou ao comprimento do polegar):

Platão disse que a beleza residia na medida e tamanho apropriados das partes que se ajustam harmoniosamente em um todo. [...] Para Santo Agostinho, a beleza era sinônimo de forma geométrica e equilíbrio [...]. ‘Uma harmonia de suas partes com uma certa cor agradável’. Para Aristóteles, a beleza residia na ‘ordem, simetria e definição. Para Cícero, era ‘uma certa forma simétrica dos membros combinada com um colorido de certo fascínio’. Para Plotino, era ‘uma simetria das partes em relação às outras e em relação ao todo... **a coisa bela é essencialmente simétrica**’ (ETCOFF, 1999, p. 25, grifos nossos).

Tendo proporções geométricas como parâmetro, artistas buscaram projetar sistemas de medidas para o corpo humano que influenciaram a arte ocidental até o começo do século XX, quando o modernismo expandiu as representações de corpo. Um dos cânones físicos de modelo feminino, datado do século IV (a.C), foi esculpido por Praxiteles representando o corpo da deusa Afrodite, considerada a primeira obra grega, em tamanho real de um corpo feminino nu.

Além das artes, as medidas também influenciaram a padronização das características corporais femininas para enquadrá-las como belas. No fim da Idade Média até os séculos XVI e XVII,

havia listas que padronizavam os atributos da beleza na mulher: primeiro, as qualidades essenciais eram sete, depois nove, depois dezoito, e enfim chegou-se aos trinta sofisticados e muito populares qualificativos agrupados em trincas: três brancas; três rosadas; três

redondas; três estreitas; e assim por diante. [...] **No entanto, é incontestável a evidência de que se considerava a beleza uma característica da mulher, não do homem** (MARWICK, 2009, p. 56, grifos nossos).

Por isso, nesse período, começam a aparecer os guias de beleza, com o intuito de aconselhar as mulheres a “aprimorar os encantos dos corpos ‘mediante a arte’ e a ‘indústria humana’ (MARWICK, 2009, p. 58), apresentando-se de maneira agradável aos olhos sem deixar de lado os modos graciosos e as virtudes do espírito”. Em 1564, Giovanni Marinelli publicou “*Os ornamentos das mulheres*”, recomendando as proporções desejáveis para as várias partes do corpo (MARWICK, 2009).

Conselhos estes que se mantêm produzindo sentidos na contemporaneidade por meio das revistas, televisão e publicidade e que evidenciam o funcionamento de uma ideologia sobre os discursos, ao mesmo tempo em que retomam um já-dito sobre o que é e como deve ser a beleza feminina.

É possível encontrar na mídia, principalmente em revistas femininas, algo como:

SD4: 6 segredos de beleza coreanos que você precisa conhecer. As coreanas são famosas pela pele impecável. Mas também, pudera, entre rotinas de 10 passos, massagens e uma alimentação super saudável, não é à toa que **elas têm a fama de ter a pele mais bem cuidada do mundo** (REVISTA *MARIE CLAIRE*, 23/09/16, grifos nossos).

A seleção das palavras na SD4 incita às leitoras a “necessidade” de conhecer os segredos de beleza coreanos, frente a um imaginário construído (com base em elementos sociais, ideológicos e históricos) de que a pele da mulher coreana é a mais bem cuidada do mundo, portanto, um modelo a ser seguido.

O funcionamento da ideologia reproduzida na prática discursiva da revista vai produzindo sentidos para que a leitora queira conhecer além dos 6 segredos de beleza, a alimentação, as massagens e a rotina de 10 passos da mulher sul-coreana, porque, pela ilusão da transparência do sentido, dada pela FD em que o sujeito está inserido, não percebe a ideologia interpelando-o a consumir o corpo e os produtos que a indústria oferece.

Assim, pode-se afirmar que FD, memória e história estão articuladas em um processo de regularidade e instabilidades de sentidos sobre beleza feminina, uma

vez que retoma discursos que padronizam o corpo feminino dados em outra conjuntura histórica e social.

Partindo deste entendimento, de que história e memória estão presentes nos discursos sobre a beleza do corpo feminino e conseqüentemente em sua regulação, vale retomar, no que interessa para esta dissertação, que desde a metade do século XVI, com a Europa do Renascimento, as mulheres ganharam destaque nas pinturas, esculturas e demais artes; o corpo feminino deixou de representar apenas fecundidade e maternidade, tornando-se o belo sexo. E devido à importância dada, os artistas renascentistas ditaram padrões à anatomia feminina, classificando as belezas de acordo com cor da pele, simetria da face, tamanho dos membros:

Os lábios devem ter o mesmo comprimento do nariz, a soma das orelhas, a mesma superfície da boca aberta e a altura do corpo oito vezes a da cabeça. **O peito largo não deve ser marcado por ossos e os seios devem ter as formas de uma pera invertida. É alta, têm ombros largos, cintura fina, quadris amplos e redondos**, mãos cheias e dedos afilados, pernas roliças e pés pequenos (SOUZA, A., 2004, p. 89, grifos nossos).

Além disso, manter a pele branca e os cabelos loiros. Para as que possuíam os cabelos escuros, havia recursos cosméticos para clarear os fios; associada à exposição ao sol, uma mistura de açafrão e limão deveria ser aplicada (SOUZA, 2004).

Com base nessas condições de produção, nota-se o movimento dos sentidos sobre a beleza feminina, afetados pela história, pelo social e pela ideologia dominante de cada época, assim como é possível perceber certas regularidades nos discursos de uma mesma FD, pois toda formulação possui outras formulações que se repetem, se refutam, se transformam sob o trabalho da memória (GREGOLIN, 2005):

O enunciado se delinea em um campo enunciativo onde tem lugar e *status*, **que lhe apresenta relações possíveis com o passado e que lhe abre um futuro eventual, isto é, que o insere na rede da História e, ao mesmo tempo, o constitui e o determina** (GREGOLIN, 2005, p. 07, itálico da autora e grifos nossos).

Então, ratificando o conceito apresentado no capítulo anterior, pelo trabalho da memória, discursos de uma mesma FD podem fazer retomar formulações anteriores, de outros contextos e épocas. Desse modo, a concepção contemporânea

de beleza sul-coreana, de certa forma, também se baseia em proporções e medidas para classificar o que é belo, como em outros momentos da história da humanidade. No entanto, os padrões não são ditados pelos pintores, artistas ou sob a concepção religiosa, mas sim por outras instituições que reforçam a ideologia de controle sobre o corpo feminino.

Na Coreia do Sul, o rosto e a cabeça pequena são considerados atrativos, porque remetem à proporcionalidade do corpo. Peles claras, olhos grandes com pálpebras duplas, nariz alto, maxilar fino em forma de “V” e uma boca pequena são sinais de feminilidade e jovialidade. “Assim como ter as pernas finas e longas em comparação com o corpo que é considerado uma característica sensual e atraente” (BRASILKOREA, 2017). Como assinalado em outros países, a pele clara é um sinal de superioridade social em comparação com as pessoas comuns que trabalham nos campos (GELÉZEAU, 2015).

Essa descrição estética fomenta a preocupação feminina com a beleza e conseqüentemente incentiva a criação de um mercado lucrativo para o desenvolvimento de cosméticos e procedimentos estéticos na Coreia do Sul, assim como foi no século XVI na Europa: “Os defeitos deveriam ser corrigidos ou escondidos, quando possível, através da dissimulação da maquiagem” (SOUZA, A., 2004, p. 90).

De acordo com Vigarello (2006), o século XVII enriqueceu os critérios de beleza acrescentando normas de etiqueta e postura à sociabilidade urbana:

A ordem da aparência se tornou complexa, impondo novos personagens como modelos estéticos: **passantes da cidade, heroínas da moda, todos revelando como a sociedade do século XVII se teatralizou. Revelam também como a beleza, longe da simples geometria física, é também ação e comportamento** (VIGARELLO, 2006, p. 46, grifos nossos).

Nesse momento, o corpo racionaliza-se, naturaliza-se e é submetido às regras da razão e ao universo cartesiano que ganhava espaço: “Os olhares se reorientam, a estética se renova” (VIGARELLO, 2006, p. 48), legitimando uma beleza física facial que permitia o uso de recursos para o embelezamento. O uso da maquiagem e a expressão ganharam maior destaque neste período, devido ao prestígio do teatro que crescia em uma sociedade em que a corte era o exemplo mais ilustrativo da aparência e da compostura.

Associado a isto, o espartilho afinava as formas e dava elegância às mulheres da corte, que tinham acesso aos recursos de embelezamento disponíveis, marcando uma divisão social entre as mulheres da cidade e da nobreza (VIGARELLO, 2006).

Uma divisão social marcada no corpo e que, afetada pela memória e pela historicidade, integra-se a outras formulações discursivas produzindo novos sentidos. Assim como a noção de corpo belo na sociedade sul-coreana, que em contraste com alguns discursos ocidentais onde a cirurgia plástica é uma tentativa de criar uma aparência mais coerente com o “eu verdadeiro” e com a beleza interior do sujeito, a

cosmetic surgery in Korean popular narratives relates more to **‘doing’ surgery for the sake of performing a certain social class or status**, than it does to ‘becoming’ more the image that one holds of one’s ‘inner self’ a result of having surgery (ELFVING-HWANG⁷, 2013, p. 04, grifos e tradução nossas).

Assim, pode-se afirmar que as ideias de aperfeiçoamento da aparência e do corpo são associadas a uma visão de que o corpo do sujeito sul-coreano é representativo de um corpo coletivo, de uma classe ou *status* social. Ou seja, o corpo belo é uma demonstração positiva da vontade de investir em si em consideração aos outros, passando pelo olhar da família ou do grupo social ao qual o sujeito pertence (ELFVING-HWANG⁸, 2013).

A modificação do corpo por meio da cirurgia plástica pode representar um facilitador na divulgação da cirurgia feita para o bem-estar do sujeito, ajudando-o a tornar-se único e autêntico:

A prática da cirurgia plástica torna-se o meio através do qual é possível disfarçar um traço estigmatizante, de modo que **o sujeito sinta-se reintegrado socialmente** [...] seria uma prática normatizante e reguladora, que capacita os indivíduos que a ela se submetem a **se sentirem pertencentes à normalidade** (GILMAN, 1999, apud NOVAES, 2013, p. 162 - 163, grifos nossos).

⁷ A cirurgia plástica nas narrativas populares coreanas relaciona-se mais com ‘fazer’ a cirurgia em razão de representar uma determinada classe social ou *status*, do que fazê-la para ‘tornar-se’ a imagem que se detém do próprio ‘eu interior’ (ELFVING-HWANG, 2013, p. 04).

⁸ Joanna Elfvig-Hwang (PhD, Universidade de Sheffield) é professora associada de Estudos coreanos na Universidade da Austrália Ocidental. Os seus atuais interesses de pesquisa e ensino incluem representações culturais de culturas cosméticas na Coreia do Sul, masculinidades na cultura popular sul-coreana e diplomacia cultural sul-coreana.

Seria uma forma de o sujeito forjar novos contornos para a construção de sua imagem corporal por meio das transformações, novamente, gerando a falsa autonomia e controle, não percebendo a FD e a Ideologia determinado o que pode e deve ser dito/feito. Além disso, a beleza revela o alto *status* social, visto que a ideia predominante é a de que é possível adquirir a beleza por meio do trabalho duro e dinheiro; atender ao padrão simboliza fazer parte de uma elite capaz de possuí-la, não apenas com recursos financeiros, mas com privilégios sociais.

A preocupação com a estética passa a não ser apenas uma forma de ter boa aparência e saúde, mas também uma forma de inserção, distinção e mobilidade social (FERREIRA, 2013):

The relation between individual bodies and the constant reminder of having to visually display and perform a certain appropriate appearance is a useful reminder **of the level of how the construction of self-subjectivity is informed by considerations of compulsory visibility and how success relies on how individuals position themselves within these beauty regimes** both as objects and effects of disciplinary power (ELFVING-HWANG, 2013, p. 05⁹, grifos e tradução nossas).

Sendo a construção da subjetividade afetada por esta visibilidade compulsória, a indústria da beleza na Coreia comercializa uma infinidade de tratamentos e práticas de beleza como forma de não apenas corrigir “falhas”¹⁰ e apagar as evidências do envelhecimento, mas também de incorporar os marcadores de sucesso que a classe média consumista exhibe. Ou seja, a publicidade contemporânea promete um olhar de celebridade para qualquer um que possa pagar por isso (ELFVING-HWANG, 2013). Nesse sentido, ao consumir corpo e beleza, o sujeito sul-coreano está fazendo parte de uma sociedade que entende a beleza e as práticas cirúrgicas como um marcador, no corpo, de *status* e de poder aquisitivo:

⁹ A relação entre os corpos individuais e o constante lembrete de ter que exhibir e executar uma aparência adequada é uma lembrança útil do nível de como a construção da subjetividade é informada por considerações de visibilidade compulsória e como o sucesso depende da forma como os indivíduos se posicionam, eles próprios, dentro desses regimes de beleza, tanto como objetos e efeitos do poder disciplinar (ELFVING-HWANG, 2013, p. 05).

¹⁰ Em virtude dos elementos que exercem poder e controle sobre os corpos, podemos pensar que as imperfeições corporais também são construtos sócio-históricos-ideológicos, assim como os parâmetros que classificam o corpo como belo. Portanto, naturaliza-se e internaliza-se no sujeito, pelo modo como se constitui um discurso de que o que estiver fora do padrão estabelecido deve ser corrigido, no caso da Coreia do Sul, via cirurgia plástica.

In a society where, ever since the 1990s financial crisis, the middle classes have been worrying about their position and have been fearful of a reduction of their status, **being able to imitate the higher social categories has become a prime objective.** To some extent, this infatuation with aesthetics (whether in the form of ostentatious acquisition of luxury items or massive recourse to plastic surgery) **is, indeed, an indication of this desire to maintain or increase one's social status in the hope of acquiring social distinction** (GELÉZEAU¹¹, 2015, p. 08¹², grifos e tradução nossas).

Assim, nota-se a repetição discursiva, por redes parafrásticas, da ideologia do consumo operando sobre o trato do sujeito com seu corpo, indicando uma distinção social entre quem pode ter acesso aos recursos de embelezamento e os que não possuem essa condição. No caso da sociedade sul-coreana, a cirurgia plástica é o principal recurso de embelezamento, seja para garantir uma boa colocação no mercado de trabalho ou para “funcionar” em sociedade.

Outro ponto importante nesta contextualização é que, no final do século XVIII, algumas modificações significativas afetaram o modo como os sujeitos se relacionaram com o corpo e a sociedade nos séculos seguintes (XIX e XX). A industrialização, o comércio e a burguesia da Europa tomaram espaço ideológico maior na sociedade e expandiram o homem (no sentido geral), valorizando o particular, a libertação e a individualidade.

Além disso, com a expansão da produção capitalista era necessário construir novos mercados e “educar” o público consumidor por meio da publicidade e da mídia, enfatizando a estetização da vida cotidiana e a transformação da realidade em imagens (FEATHERSTONE, 1995):

Assim, **as mercadorias ficam livres para adquirir uma ampla variedade de associações e ilusões culturais. A publicidade é especialmente capaz de explorar essas possibilidades, fixando imagens** de romance, exotismo, desejo, beleza, realização, comunalidade, progresso científico e a vida boa nos bens de consumo mundanos, tais como sabões, máquinas de lavar,

¹¹ Valérie Gelézeau é professora associada da EHESS (Paris). Suas pesquisas visam à construção social na Coreia contemporânea, através de várias perspectivas, incluindo geografia urbana, geografia cultural, geografia regional e geopolítica.

¹² Em uma sociedade onde, desde a crise financeira da década de 1990, as classes médias têm se preocupado com sua posição e têm medo de uma redução de seu status, ser capaz de imitar as categorias sociais mais altas tornou-se um objetivo primordial. Até certo ponto, essa ênfase na estética (seja na forma de aquisição ostentosa de itens de luxo ou recurso maciço à cirurgia plástica) é, de fato, uma indicação desse desejo de manter ou aumentar o status social de alguém na esperança de adquirir distinção social (GELÉZEAU, 2015, p. 08).

automóveis e bebidas alcoólicas (FEATHERSTONE, 1995, p. 33, grifos nossos).

Seguindo esta concepção, os discursos que circulam atualmente na mídia e na cultura do consumo é que o sujeito pode, se assim desejar, controlar seu corpo formatando-o conforme sua vontade; no entanto, o que de fato acontece é que o sujeito é interpelado a consumir seu corpo a partir de modelos, produtos e práticas estabelecidos, no caso deste *corpus* de análise, a mulher sul-coreana reformada via cirurgia:

On the one hand, surgery can be perceived as an oppressive practice, implying that it is performed on individuals who are unable to resist the compelling force of prevailing beauty and health discourses. **On the other hand, cosmetic surgery can be seen as an inherently empowering practice** and, at least in part, one in which individuals take action and are willing to risk their lives to guarantee perceived success within their individual circumstances, where certain appearances may be considered as either a precursor or evidence of social success (ELFVING-HWANG, 2013, p.04¹³, grifos e tradução nossas).

O discurso publicitário sobre a cirurgia plástica aponta para os pontos positivos de um procedimento bem-sucedido, sugerindo que os pacientes ficaram satisfeitos em relação a si mesmo quando algum aspecto de seus corpos que os incomodava foi “consertado”, enfatizando ainda mais a noção transformadora (interior, exterior e social). Dentro desta FD, então, a cirurgia plástica não é simplesmente concebida como uma prática corretiva, mas conceituada como o ponto de partida de uma nova identidade. Na sociedade coreana contemporânea, a comercialização da cirurgia estética é impulsionada pela promessa transformadora do processo de “antes e depois”, como fonte de inserção social e bem-estar ao sujeito (ELFVING-HWANG, 2013).

Neste sentido, a inserção da mercadoria na vida do sujeito causa a sensação de que tudo está muito próximo dele, ao alcance das mãos, e que os produtos possuem qualidades funcionais e facilmente manipuláveis na composição do estilo

¹³ De um lado, a cirurgia pode ser interpretada como uma prática opressiva, o que implica que ela é realizada em indivíduos que não conseguem resistir à força convincente dos discursos de beleza e saúde prevalentes. Por outro lado, a cirurgia estética pode ser vista como uma prática inerentemente empoderadora, pelo menos em parte, em que os indivíduos agem e estão dispostos a arriscar suas vidas para garantir o sucesso individual, em que certas aparências podem ser consideradas como precursoras ou evidências do sucesso social (ELFVING-HWANG, 2013, p.04).

de vida do consumidor (SOUZA, A., 2004), devido ao funcionamento da FI e FD na produção dos discursos e na constituição dos sujeitos.

Desse modo, o sujeito se reconhece nos efeitos de sentido produzidos pelos discursos da publicidade (por meio dos textos e das *top models*¹⁴ fotografadas) afirmando e reafirmando que a beleza é alcançável por meio do esforço individual da mulher e da compra do produto certo.

A revista *Vogue* online, por exemplo, em 01/03/2017 publicou: “Máscaras para os lábios são novidades quentes no mercado de beleza”, associando o nome de mulheres famosas ao lançamento desses produtos, indicando um “selo de qualidade”, já que, se “o adesivo carregado de colágeno já ganhou adeptas como Lady Gaga e Jessica Alba” (REVISTA *VOGUE*, 01/03/2017), será bom para a consumidora também.

Ao citar personalidades como exemplos, a mídia produz um efeito de sedução nos expectadores, incentivando-os a seguir seus comportamentos,

Tais imagens simbólicas na propaganda tentam criar uma associação entre os produtos oferecidos e certas características socialmente desejáveis e significativas, a fim de produzir a impressão de que é possível vir a ser certo tipo de pessoa (por exemplo, um ‘homem de verdade’) comprando aquele produto (KELLNER, 2001, p. 318, grifos nossos).

Essas imagens femininas podem exercer poder sobre as consumidoras, já que, ao inscrever-se em determinada FD, o sujeito passa a ocupar, não mais o lugar de sujeito empírico, mas sim o de sujeito do discurso, um sujeito histórico, assujeitado ideologicamente e, por ocupar um lugar na formação social que o constitui, tem seu dizer também determinado por este lugar. Ou seja, o discurso produzido pela revista *Vogue* que utilizou o nome de uma cantora e uma atriz associado ao produto cosmético para os lábios simboliza certa relação de poder sobre as demais mulheres.

Referenciadas pela mídia como ícones ao estarem de acordo com os padrões estéticos vigentes, modelos, atrizes e cantoras significam de modo diferente frente a outras profissões, porque, com base no conceito de Formações Imaginárias, pode-se dizer que as imagens que os interlocutores de um discurso atribuem a si e ao outro são determinadas por lugares, construídos no interior de uma formação social.

¹⁴ *Top Model* significa, em tradução livre, supermodelo, ou seja, uma modelo ou manequim muito conhecida tanto nacionalmente quanto internacionalmente.

Assim, a imagem de uma modelo (cantora ou atriz), por exemplo, já está determinada pelo lugar a ele atribuído por uma determinada formação social, o que permite que “todo mundo saiba o que é uma modelo”.

O sujeito é, portanto, um telespectador ativo e produtor de significados no consumo de imagens, visto que as vincula ao seu universo social; por isso, os meios de comunicação de massa, em especial a publicidade, podem ser chamados de indústrias culturais, pois, na medida em que se solidificam socialmente, mais elas agem sobre (e criam) as necessidades do consumidor, disciplinando-o (GRZESZESZYN, 2012).

Neste exercício de “ensinar” o público a consumir e, de certo modo, criar as necessidades para que ele consuma, a mídia teve a colaboração das grandes guerras da primeira metade do século XX que repercutiram significativamente, transformando os estilos e padrões de vida da sociedade. Com isso, a mulher passou a ingressar no mercado de trabalho apresentando uma imagem apropriada aos novos tempos (movimento, atividade, fluidez) confirmando “a renovação da estética física no começo do século XX: a arte de embelezar se expandiu, assim como se expandiu o olhar projetado para a beleza” (VIGARELLO, 2006, p. 133). A essa expansão acrescenta-se a industrialização, o cinema e a mídia:

As revistas de moda mostram esse lento deslocamento, cotejando a elegância com a vida ativa, a beleza com a fadiga, **o trabalho, evocando um cotidiano feminino constituído por um ‘duplo aspecto’, ‘traço característico da vida atual’, associando profissão e cuidados de beleza.** Coco Chanel disse trabalhar por **‘uma mulher ativa com necessidade de ficar à vontade em seu vestido’**. *Votre Bonheus*, no fim dos anos 1930, convida as mulheres a distinguir três maquiagens: uma para o ‘ar livre’, a outra para o ‘trabalho’ e uma terceira para a ‘noite’ (VIGARELLO, 2006, p. 147, grifos nossos).

Os progressos científicos e tecnológicos aperfeiçoaram e ampliaram a produção industrial de roupas e cosméticos, intensificados nos anos 1920 e 1930, incrementando novas práticas corporais de embelezamento e transformação do corpo, cada vez mais absorvendo a dinâmica da produção industrial. A publicidade dos anos 1930 destacou a necessidade de se adequar à nova ordem estética, solidificando um imaginário corporal feminino influenciado pelas atrizes de cinema e dos concursos de beleza, não mais associado exclusivamente ao lar e à maternidade.

Nesse mundo da imagem, em que a presença física deve se impor de imediato, a beleza existe como primeiro fator de atração. É o que dizem as revistas de cinema, que multiplicam as confidências das estrelas sobre a arte da maquiagem, a fotogenia, o 'segredo de ser bela', ou as páginas com anúncios prometendo 'cílios longos e espessos', um corpo 'depilado', uma pele 'cuidada', um olhar 'mágico', um nariz 'perfeito' (VIGARELLO, 2006, p. 157, grifos nossos).

O cinema usou as luzes e os corpos para mexer com os sentimentos do espectador, aproximando o rosto das personagens para o centro da tela, valorizou a maquiagem e os detalhes das atrizes, lançando atenção para a descrição minuciosa da beleza. Então, anúncios eram inspirados nas atrizes ícones da época, propagando os conselhos valiosos das atrizes e conseqüentemente, a indústria da beleza e seus cosméticos.

Recurso este ainda muito frequente na atualidade frente à publicidade que utiliza cada vez mais a imagem de celebridades para anunciar os produtos. Com o auxílio da mídia, as marcas sul-coreanas associam à sua imagem, famosos da cultura K-pop¹⁵, que possuem a beleza valorizada pela sociedade coreana: corpos magros, pele clara e rostos juvenis. Além das propagandas, muitas celebridades populares do país confessaram abertamente terem realizado cirurgia estética, inclusive referenciando a clínica onde o serviço foi realizado, auxiliando na comercialização da cirurgia como uma maneira para alcançar a aparência apropriada e de sucesso (ELFVING-HWANG, 2013).

Kellner (2001) afirma que os produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente, ajudando a modelar os valores sociais. Assim, modelos ideais de identidade social feminina continuam existindo e sendo repassados, mesmo que sutilmente mascarados pelos discursos, o que faz com que a prática publicitária pareça natural e não uma construção histórico-ideológica do sistema capitalista (SILVA; CRUZ, 2015):

O trabalho discursivo de produção de identidades desenvolvido pela mídia cumpre funções sociais básicas tradicionalmente

¹⁵ K-pop é uma abreviação de música pop coreana que mistura estilos e gêneros incorporados do ocidente como pop, rock, hip hop, jazz, além de suas raízes na música coreana. Movimenta um mercado milionário e atualmente, a cultura pop sul-coreana está em expansão pelo mundo, chamada de Onda Coreana (Hallyu).

desempenhadas pelos *mitos* – **a reprodução de imagens culturais, a generalização e a integração social dos indivíduos. Essas funções são asseguradas pela ampla oferta de modelos difundidos e impostos socialmente por processos de imitação e formas ritualizadas** (GREGOLIN, 2007, p. 17, *itálico da autora, grifos nossos*).

Há sempre algo da história que se repete nos discursos da mídia, fazendo ressoar memórias sobre as identidades sociais definidas culturalmente e são socialmente úteis, pois estabelecem padrões, estereótipos, maneiras de agir e pensar que simbolicamente inserem o sujeito socialmente (GREGOLIN, 2007). Então, “colocamos a mídia, seja ela publicitária ou não, como o AI¹⁶ que regula, ditando ‘regras’, sob o intuito de promover a ‘universalização’ do comportamento dos sujeitos” (GRZESZESZYN, 2012, p. 77).

Aliada com as Formações Imaginárias, a publicidade representa as mulheres contemporâneas, “produzindo um tecido de evidências ‘subjetivas’, entendendo-se ‘subjetivas’ não como ‘que afetam o sujeito’ mas, mais fortemente, como ‘nas quais se constitui o sujeito’” (ORLANDI, 2015, p. 44). Assim, as imagens apresentadas pela publicidade significam em conjunto com a materialidade discursiva verbal, evidenciando uma ideia:

E, **como efeito de haver sentido**, essas representações verbais produzem uma consistência imaginária para o sujeito, ou seja, **ficam impregnadas do que seriam evidências de sentidos cristalizados que aparecem para o sujeito como únicos, óbvios, enfim, aqueles que constituem sua identidade psicossocial** (MARIANI, 2006, p. 30, *grifos nossos*).

Conforme Orlandi (2015, p. 44), “a evidência do sujeito - a de que somos sempre já sujeitos - apaga o fato de que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia”. Então, a materialidade do discurso da mídia, baseada na regulamentação de saberes sobre o uso que as pessoas devem fazer de seu corpo e de suas vidas (GREGOLIN, 2007), produz um efeito de originalidade e naturalidade do que está sendo representado, proporcionando ao sujeito-interlocutor a ilusão de “apagamento” da ideologia regendo ali:

¹⁶ Aparelho Ideológico do Estado é conceituado por Louis Althusser (1970) e, segundo ele, funciona massivamente pela ideologia. Assegurada pela ideologia dominante, é um todo organizado por múltiplas, distintas e “relativamente autônomas” instituições nas formações sociais capitalistas contemporâneas (religião, escola, família, política, leis, mídia, entre outros).

Como justamente **uma das principais formas de impulsionar o funcionamento do mercado**, essencial ao modo de produção capitalista, **o discurso publicitário funciona**, sobretudo, **via esse imaginário do sujeito “livre”**, constituindo-se como **uma das maneiras que têm o Estado capitalista de “agir à distância”** sobre os sujeitos (SILVA; CRUZ, 2015, p. 20, grifos nossos).

A publicidade, desse modo, configura-se como um dos espaços do “processo de constituição de um mercado de consumo, ao participar do processo de constituição de sujeitos consumidores” (SILVA; CRUZ, 2015, p. 20). Sujeitos estes, constituídos pelo inconsciente, pelo funcionamento da língua e interpelados pela ideologia, que acreditam ser origem dos seus dizeres e, portanto, livres para orquestrarem sua vida: “Um sujeito onipotente, totalmente consciente, autossuficiente, controlador e responsável por suas vontades, atos e palavras” (MARIANI, 2003, p. 23).

Neste viés, após o período entre guerras, com a ascensão da sociedade democrática e capitalista, “o corpo tornou-se um tema cada vez mais presente: era preciso assumi-lo e redimi-lo, reconquistá-lo, conhecê-lo e liberá-lo” (SANT’ANNA, 2000, p. 51). Tornou-se mercadoria, objeto de consumo e de responsabilidade do sujeito:

Vale destacar três momentos fundamentais para uma reflexão sobre o corpo: os anos 50, 60 e 80. Devido à expansão do tempo de lazer e à explosão publicitária no pós-guerra, ser esportista passa a ser, cada vez mais, um imperativo: férias remuneradas, popularização do acesso às praias, dos campings, contribuem, a partir da segunda metade dos anos 50, para a revolução de veraneio, que imporá um novo conceito de férias de verão, em que **a exposição do corpo ocupa espaço central** (CASTRO, 2001, p. 34, grifos nossos).

As revistas dos anos 1960 multiplicaram e generalizaram essa cultura da estética e dos cuidados com o corpo, ocupando 60% a 70% de suas páginas com fotos de rostos e corpos ampliados em página inteira, acompanhando a velocidade do consumo (VIGARELLO, 2006).

As práticas estéticas, de certo modo, uniformizaram a exigência com a aparência encobrendo as distâncias sociais, em que ricos e pobres tinham acesso aos produtos de embelezamento, colocando-as em pé de igualdade quanto à possibilidade de compra, visto que o mercado oferecia produtos para todos os bolsos. Nasce uma era em que a ilusão do sentimento de poder dominar o corpo e

poder transformar a aparência se torna uma característica marcante do sujeito individualizado, assim como a gordura passa a ser sinônimo de falta de controle sobre si (VIGARELLO, 2006):

O comércio de medicamentos destinados ao emagrecimento e à manutenção da boa forma se banalizava juntamente com a massificação dos programas de televisão preocupados em **aconselhar cada um a "adquirir um corpo belo e saudável". Como se, doravante, fosse preciso, mais do que nunca, tomar consciência de que o corpo é algo que se adquire, se conquista e se constrói** (SANT'ANNA, 2000, p. 51-52, grifos nossos).

Cada vez mais o corpo se tornou um aparato submetido aos interesses do mercado em que a conquista de um corpo saudável e belo é entendido como um objetivo individual alcançado por meio do autocontrole, restrição, vigilância e consumo (ANDRADE, 2002). Não apenas obter um corpo liberado, mas fabricar um corpo adaptado aos avanços contemporâneos: veloz, saudável, atlético e performático.

O culto ao corpo não significou apenas uma moda passageira da modernidade, ganhou a dimensão de uma necessidade básica ou a garantia para a qualidade de vida e inserção social do sujeito. Na Coreia do Sul,

the magnitude of the plastic surgery phenomenon is indicative of a **very high degree of social competition: care in choosing clothes and hairstyles is no longer sufficient for improving the appearance and so it is now necessary to work on improving the body** – something that, more and more, also applies to men (GELÉZEAU, 2015, p. 09¹⁷, grifos e tradução nossas).

Há uma poderosa crença social de que as relações de trabalho também são influenciadas por essa perspectiva. A empregabilidade passa a estar diretamente ligada à aparência física (GELÉZEAU, 2015). Na Coreia do Sul, o corpo belo é um recurso colocado no mesmo nível do capital econômico e social, portanto também entra na disputa por um emprego no competitivo mercado de trabalho.

Além das famílias investirem na educação dos filhos, incentiva-os a fazerem operação. De acordo com o Jornal *O Globo* (2013), os pais oferecem a cirurgia estética como um presente de formatura:

¹⁷ A magnitude do fenômeno da cirurgia plástica é indicativa de um alto grau de competição social: o cuidado na escolha de roupas e penteados já não é suficiente para melhorar a aparência e agora é necessário trabalhar na melhoria do corpo - algo que, cada vez mais, também se aplica aos homens (GELÉZEAU, 2015, p. 09).

No fim do ano letivo, as clínicas de Seul - só em Gangnam há cerca de 500 delas - ficam lotadas de garotas recém-saídas da escola. Entre o fim do ensino médio e a entrada na universidade, elas têm tempo de se recuperar do pós-operatório. [...] **Ter uma vantagem na carreira, cumprindo as normas sociais vigentes em relação à aparência da mulher,** é a principal explicação para a obsessão da cirurgia plástica (O GLOBO, 20/10/2013, grifos nossos).

Desde muito cedo, as jovens sul-coreanas são ensinadas a cuidar rigidamente da aparência, principalmente do rosto: “Algumas rotinas de beleza chegam a ter 10 passos e usar mais de 10 produtos, duas vezes ao dia” (MARIE CLAIRE, 23/09/2016), além de massagens faciais e uma alimentação saudável.

A sociedade sul-coreana sofreu enormes mudanças desde o século XIX e foi após a modernização que o corpo se tornou uma importante fonte de discursos sociais e políticos:

In the nineteenth century, the body was understood as something essential and nonchanging. Recently, however, **the body became one of the first things targeted for radical changes.** As the transformed body is supposed to be the basis for a new subjectivity, the body is becoming understood as a key mechanism for producing new selves and constructing new societies (KIM¹⁸, 2009, p.05¹⁹, grifos e tradução nossas).

Com o corpo se tornando parte importante do sistema econômico global, também se tornou agente na promoção da circulação de bens de consumo, um importante meio para a articulação de outros valores sociais (KIM, 2009) e um meio de criar novas subjetividades, a partir do século XXI.

As inúmeras possibilidades de transformação disponíveis e acessíveis a um grande público redefiniram a relação com o corpo apresentando novos padrões éticos e estéticos para a sociedade sul-coreana. Após o século XX, marcado pela valorização da aparência, o cuidar do corpo passou a ser necessidade, alimentada diariamente como o surgimento de produtos light, de modernas intervenções

¹⁸ KIM Eun-Shil é atualmente professora do Departamento de Estudos da Mulher na Ewha Womans University. PhD. em Antropologia Médica pela Universidade da Califórnia em São Francisco.

¹⁹ No século XIX, o corpo era entendido como algo essencial e não-mutante. Recentemente, no entanto, o corpo tornou-se uma das primeiras coisas visadas às mudanças radicais. Como o corpo transformado é supostamente a base para uma nova subjetividade, o corpo está sendo entendido como um mecanismo fundamental para produzir novos eus e construir novas sociedades (KIM, 2009, p. 05).

cirúrgicas ou das variadas atividades físicas, além dos avanços nas Ciências como promessas de um corpo perfeito.

É necessário consumir os mais variados produtos que o mercado oferece, pois a criação de uma identidade, na contemporaneidade, passa por grande mediação:

Nas sociedades de consumo e de domínio da mídia, surgidas depois da Segunda Guerra Mundial, **a identidade tem sido cada vez mais vinculada ao modo de ser, à produção de uma imagem, à aparência pessoal**. É como se cada um tivesse de ter um jeito, um estilo e uma imagem particulares para ter identidade, embora, paradoxalmente, **muitos dos modelos de estilo e aparência provenham da cultura de consumo** (KELLNER, 2001, p. 297, grifos nossos).

Ligada à criação de um eu individual único, que na verdade reproduz o imaginário social consumindo seu corpo de acordo com os padrões generalizados, o sujeito deve, então, “autocontrolar-se, modelar-se a partir das representações que lhe indicam como deve (e como não deve) ser o seu corpo” (GREGOLIN, 2007, p. 19-20).

Sendo assim, como será possível apreender a partir dos estudos da AD e da psicanálise nos próximos capítulos, a noção de identidade subjetiva em si é um mito, uma construção da linguagem, do histórico e do social, em que “é um sujeito ao mesmo tempo livre e submisso. Ele é capaz de uma liberdade sem limites e uma submissão sem falhas” (ORLANDI, 2015, p. 48).

O sujeito hoje é invadido por necessidades de consumo contínuas e ilimitadas, pois a ideologia da “cultura da mídia e a de consumo atuam de mãos dadas, no sentido de gerar pensamentos e comportamentos ajustados aos valores, às instituições, às crenças e às práticas vigentes” (KELLNER, 2001, p.11) e isso também se dá no âmbito do corpo, porque o que é “finito, perece e morre, não consome” (NOVAES, 2013, p. 60).

Por esta razão, a preocupação com a beleza, o modelamento e o rejuvenescimento do corpo está cada vez mais fortemente presente na vida social, sendo um fenômeno amplamente explorado pela mídia e que tem encorajado algumas mulheres sul-coreanas a procurar por diversos procedimentos estéticos oferecidos pelo mercado como solução rápida para algumas insatisfações corporais.

Atualmente, diante das inúmeras práticas que indicam um trabalho pesado sobre o corpo feminino a fim de modificá-lo e torná-lo mais próximo da concepção de beleza na contemporaneidade, as mulheres sul-coreanas são, inevitavelmente, interpeladas e o discurso sobre um corpo jovem, milimetricamente perfeito ganha forma e afetam a constituição da subjetividade feminina.

Seguindo esta linha, as práticas de *bodybuilding* e *body modification* tomam força, ganhando espaço no mercado e na indústria sul-coreana. Com frequência, há um bombardeio de propagandas de academias de ginástica, novos cosméticos mais poderosos e clínicas estéticas com os melhores procedimentos e cirurgões plásticos capazes de proporcionar a construção da beleza almejada.

A indústria da beleza, aliada com a tecnologia e a otimização de tempo, apresenta a “salvação” para se obter a mudança corporal capaz de substituir, ou ainda, retocar o corpo da malhação, aeróbica, dietas, práticas esportivas e demais atividades que demandam tempo e dedicação. Influenciadas pela cultura K-pop e pela grandiosidade da indústria de cosméticos no país, as mulheres sul-coreanas buscam uma feição serena e delicada. Para complementar, as

cirurgias estéticas são comuns entre as mulheres sul-coreanas, que não desejam apenas apagar os sinais do envelhecimento.

As mais jovens sonham em mudar seus traços orientais mais característicos, deixando o nariz mais arrebitado e os olhos mais amendoados. Elas também têm a opção de afinar o queixo, uma operação delicada, para modificar o formato arredondado do rosto. Seios maiores completam o pacote (O GLOBO, 20/12/2013, grifos nossos).

Além dos cosméticos, os cirurgiões plásticos também se tornaram famosos. Suas clínicas recebem estrangeiros em busca de procedimentos mais baratos e avançados: “As grandes clínicas de Seul oferecem pacotes para turistas, incluindo cirurgia, passagem e hotel de luxo. A cidade tem 2.000 cirurgiões plásticos” (O GLOBO, 20/12/2013) que realizam diversos procedimentos, principalmente faciais.

De acordo com Gelézeau (2015), atualmente, a profissão de cirurgião plástico goza de um grau de poder sem precedentes na sociedade sul-coreana. A popularidade da cirurgia plástica é um dos interesses corporais mais significativos e apesar de sua intensidade no país, também reflete as tendências mundiais (GELÉZEAU, 2015).

Como exemplo, o reality show intitulado *Let Me In* (Deixe-me Entrar), exibido pela primeira vez em televisão comercial coreana em dezembro de 2011, segue o formato de outros programas ocidentais de modificação corporal como o *Extreme Makeover* (Reforma Extrema) e *The Swan* (O Cisne) nos EUA e *Ten Years Younger* (Dez Anos Mais Jovem) no Reino Unido.

Patrocinado por uma grande clínica de cirurgia estética localizada na capital da Coreia do Sul (Seul), o *reality show* visa auxiliar os participantes oferecendo-lhes cirurgias gratuitas. Os competidores pertencem à classe trabalhadora e, portanto, não possuem condições financeiras para cirurgias e demais cuidados com o corpo que a indústria coreana oferece.

De costas para a câmera e para a comissão de especialistas em beleza, formada por cirurgiões plásticos, psicólogos, cirurgiões odontologistas e dermatologistas, o participante é convidado a explicar por que deve ser selecionado para uma reforma e ser transformado em uma pessoa bonita. Conforme tenta convencer os jurados da sua necessidade, a câmera vai aos poucos mostrando a "monstruosidade" facial e corporal do participante. Na maioria dos casos, o público é apresentado por mulheres que lutam contra excesso de peso e sentem-se isoladas e desfavorecidas em uma sociedade na qual todos os outros parecem esbeltos e bonitos (ELFVING-HWANG, 2013).

No discurso dos participantes que disputam por uma reforma cirúrgica, há um apelo em que o público é convidado a testemunhar as dificuldades que os concorrentes enfrentam por causa de sua aparência:

The contestant's self narratives **emphasize that they are not vain, but simply unable to function in society 'like other people'** because of their presumably offending appearance. The contestants declare that: 'I wish to live like other people', 'not to become beautiful, **just to be normal**' (Ep. 3, Season 1) (ELFVING-HWANG, 2013, p.07²⁰, grifos e tradução nossas).

E, para reforçar esse discurso de não pertencente à normalidade, a equipe de especialistas do programa televisivo realiza exames e avaliações sobre a aparência

²⁰ As narrativas enfatizam que eles não são vaidosos, mas simplesmente incapazes de funcionar na sociedade 'como outras pessoas' por causa de sua aparência presumivelmente ofensiva. Os competidores declaram que: 'Eu desejo viver como outras pessoas', 'não para tornar-me bonito, apenas para ser normal' (Ep.3, Temporada 1) (ELFVING-HWANG, 2013, p.07).

física do participante, afirmando-o em seu lugar social dentro de uma classe inferior em relação à estética.

O resultado do programa é uma metamorfose corporal que enfatiza a aparência física como veículo para mudanças psicológicas e sociais daqueles que são considerados incapazes de ter sucesso por causa de sua aparência e falta de meios para corrigir suas imperfeições (ELFVING-HWANG, 2013). Pode-se afirmar, então, que o discurso do cirurgião implica relações de força sobre os sujeitos que não estão satisfeitos com suas formas.

Esse lugar social (médico) não está relacionado com o ser empírico, mas com o lugar que ele ocupa nas formações sociais. Orlandi (2015, p. 37) afirma que, “como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazer valer ‘na comunicação’”. Assim, o discurso do cirurgião pode valer ou significar mais do que outros discursos na sociedade coreana, um dos pontos que ajudam a reforçar o parâmetro de que a beleza pode ser construída.

Desse modo, os sentidos produzidos pelo programa televisivo reforçam a exclusão social daquele que é diferente do padrão estabelecido; evidenciam a FD da valorização da beleza na sociedade sul-coreana e sustentam que a resolução de diversos problemas - sejam eles psicológicos, de interação social ou afetivos - podem ser solucionados a partir da intervenção cirúrgica estética.

Além disso, onipresente por meio da publicidade, inclusive em transportes públicos, táxis e estações de metrô, a cirurgia plástica é uma indústria em crescimento e, em geral, representada de forma positiva ou “neutra” na cultura e na mídia sul-coreana, como se, assim como o funcionamento da ideologia, todo mundo sabe o que é ser bela. Então, submeter-se a uma cirurgia estética para melhorar a aparência, dentro dos padrões estabelecidos, é quase parte da imagem corporal da mulher sul-coreana, uma ferramenta moderna de autogestão feminina, capaz de moldar os corpos garantindo-lhes uma vida “normal” (WOO²¹, 2004) em sociedade.

Embora a motivação para a procura pela cirurgia plástica não seja única, nota-se a necessidade de exibir o corpo como um sinal de identidade. Assim, o discurso da cirurgia exerce uma força social, incentivando os sujeitos a perceber a

²¹ Woo Keong Ja (U, Gyeong-ja) é um conferencista do Departamento de Sociologia da Universidade Yonsei. Ph.D. na Universidade Yonsei em 2002 com uma dissertação intitulada "Obsessão das Mulheres com Aparência e Indústria de Cirurgia Estética".

intervenção cirúrgica estética como uma opção prática e normativa para o autoaprimoramento e como evidenciado pelo reality, capaz de resgatar o sujeito da exclusão social oportunizando uma mudança de vida:

As women's appearance is a form of capital within both the market of labor and marriage, **many women engage in cosmetic surgery as a technology of 'self-management' or 'self-improvement.'** In the meantime, many Koreans play with bodies as a medium of their agency (KIM, 2009, p. 06²², grifos e tradução nossas).

Os sujeitos passam a ser “empreendedores” de si mesmos, de modo que o objetivo principal é fabricar, produzir e consumir, e é nesse cenário que o corpo entra em cena. Os sujeitos compram os produtos oferecidos pela sociedade de consumo, tendo a impressão de que estão vivendo “pequenas salvaçãoes” por poderem participar do mercado. De acordo com Gregolin (2007, p. 21), “a circulação incessante desses enunciados leva os sujeitos a viver uma tensão constante entre as oportunidades infinitas de singularização e a insistência poderosa nos modelos identitários (subjetividades-clone)”.

Se a satisfação corporal é medida pelo quão bem o corpo é visto em conformidade com as normas determinadas pela cultura e pela representação de poder aquisitivo (e não pela quantidade de modificação), pode-se pensar que os discursos sobre a cirurgia plástica são sinais de mudança na subjetividade na sociedade coreana contemporânea. A cirurgia estética, portanto, é uma questão social significativa e envolve múltiplos elementos históricos e sociais:

The meanings and practices of aesthetic surgery represent a process of negotiation between multiple discourses concerning national identity, globalized and regionalized standards of beauty, official and non-official religion, traditional beliefs and practices (in some instances historically imported from some other place), as well as the symbolic practices of coming of age, caring for the self, marking social status and seeking success. **All these considerations frequently intersect with and occasionally contradict each other** (HOLLIDAY; ELFVING-HWANG, 2012, p. 60²³, grifos e tradução nossas).

²² Como a aparência das mulheres é uma forma de capital tanto no mercado do trabalho como no casamento, muitas mulheres se envolvem em cirurgia plástica como uma tecnologia de ‘autogestão’ ou ‘autoaperfeiçoamento’. Enquanto isso, muitos coreanos brincam com corpos como um meio de sua agência (KIM, 2009, p. 06).

²³ Os significados e práticas da cirurgia estética representam um processo de negociação entre múltiplos discursos sobre identidade nacional, padrões globalizados e regionalizados de beleza, religião oficial e não oficial, crenças e práticas tradicionais (em alguns casos historicamente

Esses múltiplos discursos que circulam socialmente colocam o corpo como uma marca de questões políticas, econômicas e no centro das práticas de consumo, assim como em outros países em que a ideologia capitalista se faz presente.

Com base nessa contextualização, é possível compreender que a cirurgia estética é percebida como um investimento valioso e compreensível, em vez de apenas um sinal de vaidade. Além disso, ligado a uma cultura nacional patriarcal e com a globalização influenciada pelo ocidente, o corpo das mulheres ultrapassou o papel maternal limitado, para um corpo ativo, buscando prazer e beleza não apenas como gratificação, mas também como sinal de status social e destaque no mercado de trabalho (HOLLIDAY; ELFVING-HWANG, 2012).

Sendo o corpo formatado pela linguagem, pertencente ao universo simbólico que habita, depende do lugar social para se constituir, portanto, como contextualizado neste capítulo, o ser humano foi tecendo diferentes formas de pensar o corpo e de se relacionar com ele ao longo dos anos, isso porque o social, cultural e o político são também inscritos no corpo; desse modo, o culto ao corpo aponta para uma nova identidade corporal a ser (re) construída.

Nesse sentido, aparecendo como produto em diferentes culturas e períodos, cada sociedade teve seu modo de representar o corpo feminino no contexto da época e conforme os modelos de beleza vigentes. As associações que envolvem a mulher, sua feminilidade e seu corpo não são inéditos; até os dias de hoje são explorados pelos discursos histórico, antropológico, sociológico, médico, ou por qualquer outro, no qual se queira descrever ou analisar sobre o que é ser mulher na contemporaneidade.

Pode-se dizer, então, que as práticas que envolvem o cuidado de si, hoje, têm orientação na cultura de consumo e da mídia - que organizam, mantêm ou desestabilizam sentidos sobre o corpo belo feminino, desde o século XIX. O corpo feminino, portanto, é visto na atualidade como um capital a ser investido e trabalhado. O corpo belo, do mercado, é o corpo cirúrgico, esculpido, fabricado e produzido (NOVAES, 2013). A isso se explica a multiplicação das academias,

importados de algum outro lugar), bem como as práticas simbólicas advindas da idade, cuidado de si mesmo, marca de status social e busca do sucesso. Todas essas considerações frequentemente se cruzam e ocasionalmente se contradizem (HOLLIDAY; ELFVING-HWANG, 2012, p. 60).

revistas sobre o corpo, spas, centros estéticos, lojas de cosméticos e clínicas cirúrgicas.

Nota-se também que, mesmo sendo organizada pela ideologia capitalista, pela cultura do consumo e por alguns outros traços ocidentais, a beleza feminina sul-coreana possui suas particularidades, como, por exemplo, as principais mudanças corporais serem feitas no rosto, valorizando uma feição delicada, jovem e “normal”.

Partindo dessas afirmações, a análise do projeto fotográfico *Sala de Recuperação da Beleza* se faz importante por refletir sobre os diversos discursos que atravessam a constituição do sujeito mulher na sociedade sul-coreana e que normatizam o corpo feminino como um objeto do mercado a ser investido e trabalhado, a fim de tornar-se belo, conforme as determinações sociais. Desse modo, articulando esse contexto histórico e social com os conceitos pecheutianos, é possível entender o funcionamento ideológico e da linguagem neste *corpus*.

4 “ESPELHO, ESPELHO MEU, EXISTE ALGUÉM MAIS BELA DO QUE EU?”

O conceito de beleza, certamente, é relativo e volátil, como foi possível observar no capítulo 2; no entanto, somos obcecados pela aparência mais evidente. A beleza fascina, atrai a atenção de forma irresistível, muitas vezes, exercendo poder e controle sobre nós; sendo assim, pode despertar sentimento de adoração ou de ódio como em um dos contos de fadas dos irmãos Grimm, escrito no séc. XIX, “*A Branca de Neve*”, inspiração para escolha do título deste capítulo.

Tem-se no conto a valorização do belo por meio da Rainha má, que se certifica cotidianamente sobre sua beleza, indagando ao espelho se existe alguém mais bela. Ao se confrontar com uma resposta positiva do espelho, a rainha vê a beleza da Branca de Neve como ameaça ao seu poder e jovialidade.

Ela se submete à avaliação e à aprovação do espelho, ao olhar do outro e, para ela, não poderia haver outra mulher bela na região, que a ofuscasse.

Trazendo esta discussão para o contexto atual, Etcoff (1999) afirma que

Pessoas bonitas tendem mais a ganhar discussões e a convencer os outros de suas opiniões. [...] De fato, **pessoas atraentes tendem a ficar mais à vontade socialmente, a ser mais confiantes, e menos propensas a temer opiniões negativas** do que as pessoas não atraentes (ETCOFF, 1999, p. 59, grifos nossos).

Sentir-se seguro socialmente com sua aparência envolve um imaginário construído para o belo, que indica estar em dia com um padrão de cor, de peso, de traços físicos e de comportamento, determinado por elementos históricos e sociais. Focalizada nesta dissertação, a “boa aparência” feminina exige fazer exercícios físicos e se alimentar “adequadamente” (como ditam os nutricionistas) para possuir o corpo magro e firme como o das revistas, além de dever esconder os sinais do envelhecimento com o uso de cosméticos e procedimentos estéticos, representando a imagem de mulher de classe alta e desejável socialmente.

Ainda que não seja este o *corpus* deste estudo, vale refletir sobre os parâmetros contemporâneos que ditam o corpo ideal, presentes no discurso das revistas femininas reforçando a formação imaginária sobre o corpo feminino, ou melhor, sobre como deve ser o corpo feminino para ser considerado belo.

A revista *Vogue*, uma das mais influentes revistas destinadas ao público feminino do mundo, criada em 1892, trouxe dicas para começar bem o ano novo cuidando do corpo e da mente:

Um nutricosmético que acaba de chegar às prateleiras das farmácias, um ritual que todo mundo deveria fazer pós-academia, um objeto para mudar a silhueta e o lifestyle, uma nova esperança para eliminar a gordura indesejada do corpo, e o alimento que você deveria comer durante todo o verão. Confira tudo isso abaixo (REVISTA *VOGUE* ONLINE, 28/03/2013, grifos nossos).

Por meio desses discursos, nota-se a demarcação de limites e fronteiras a que os corpos femininos são encaminhados; constituindo, moldando, produzindo e reproduzindo imagens corporais. Ancorada nos discursos dos especialistas e nas representações sociais, em que saúde e beleza parecem se confundir, a revista “ocupa uma posição de enunciado, porta-voz de um saber” (SOUZA, A., 2004, p.174) sobre o corpo que não esgota, tornando-se representante da “autoridade” sobre o corpo feminino aconselhando sobre as práticas e cuidados que se deve ter com o corpo, como no trecho acima.

Neste estudo, parte-se da concepção de que os processos de identificação pelos quais os sujeitos contemporâneos são atravessados tem a ver com a própria relação do sujeito com seu corpo. Assim, através dos discursos que circulam socialmente são produzidos sentidos acerca do corpo, que entendido como *significante*²⁴, está vinculado a relações de poder,

As quais fixam e/ou posicionam os sujeitos de modos específicos. **Tais relações estão, de forma intrínseca, relacionadas com a produção de determinados saberes** – sobre o corpo, sobre a sexualidade, sobre o que é ser homem ou mulher em determinado lugar ou tempo histórico. Ou seja, **as relações de poder atuam (imbricadas numa rede de saberes) sobre os corpos**, em determinados contextos, produzindo efeitos de sentido, produzindo identidades sociais e culturais particulares (ANDRADE, 2002, p. 26, grifos nossos).

²⁴ No capítulo 2 desta dissertação, discutiu-se sobre o corpo entendido como materialidade discursiva para a AD, produzindo sentidos enquanto forma histórica e material, compondo a materialidade do sujeito. Conforme Orlandi (2012, p. 85), “enquanto corpo simbólico, como de um sujeito, ele é produzido em um processo de significação, onde trabalha a ideologia, cuja materialidade específica é o discurso” e por isso também produz sentidos.

No interior dessas relações de poder contemporâneas²⁵ em que o corpo feminino está inserido e sendo significado, cria-se uma nova categoria de exclusão social: o feio. Tudo o que foge ao ideal vigente “passa a ser visto como um desvio, uma aberração pouco tolerada e passível de ser compreendida como uma agressão da ordem do *grotesco* (NOVAES, 2013, p. 195, itálico da autora)”. Assim, partindo da concepção de que os sujeitos são constituídos socialmente, afetados ideologicamente por meio da linguagem e de que o corpo também é socialmente construído, bem como a subjetividade feminina, apontamos a reflexão de que, na contemporaneidade, a feiura está relacionada a não atender aos padrões estabelecidos, portanto: ser gorda, não usar cosméticos, não se submeter a tratamentos estéticos, não usar roupas da moda, não esconder os sinais de envelhecimento e não consumir em nome do corpo magro, jovem e saudável é ser um desvio da ordem vigente, portanto, feio.

Neste sentido, ser/estar/parecer feia, ou melhor, fora dos padrões ditados, não depende de herança genética, natureza ou outros fatores inerentes ao sujeito; depende da suposta incapacidade de alcançar a beleza, mesmo com tantos recursos disponíveis no mercado. Os critérios para que um corpo feminino seja considerado belo estão no que é exigido socialmente, por meio dos discursos; assim, beleza na contemporaneidade seria cultuar o corpo a fim de ficar semelhante às imagens propagadas.

Imagens estas, com formas irretocáveis, associadas ao discurso de que é possível ser bela: basta querer. Contudo, vale atentar que os ícones de beleza vão além do normal, do agradável aos olhos e do perfeito, afinal,

Recebem um tratamento elaborado antes de cada aparição, de cada fotografia. Na década de 1930, atrizes de cinema eram apresentadas com uma maquiagem dramática, roupas fabulosas e poses atraentes diante de lentes com filtros. **O artifício era óbvio e o *glamour* escancarado. Hoje, achamos que favorecemos a beleza natural, mas esta é tanto um artifício quanto o *glamour*.** Como a modelo Veronica Webb²⁶ disse ao olhe perguntarem quanto tempo levava para fazer sua beleza natural: ‘Duas horas e 200 dólares... **Eu nunca conseguiria ter a aparência que mostro em uma revista** (ETCOFF, 1999, p. 23, itálico do autor, grifos nossos).

²⁵ Ideologia capitalista, cultura de consumo, mídia e culto ao corpo que foram citadas em outros momentos do texto e que serão retomados.

²⁶ Modelo negra americana com 52 anos de idade.

Dentre o vasto material publicitário que circula mundialmente, voltado para o público feminino, tem-se como parâmetro de beleza, mulheres que são preparadas por uma equipe de profissionais competentes no que tange o cuidado com o corpo e alterações digitais em fotografias.

Esse corpo contemporâneo não é mais tão natural como se pensou durante alguns séculos²⁷, mesmo que algumas vezes ainda representado pela mídia e demais veículos. Atualmente, frente a diferentes condições de produção, o discurso de beleza natural ganhou outros sentidos, visto que não exclui as práticas de modificação/intervenção corporal. Esta classificação de beleza natural atual pode significar não expor a realização de um (ou vários) procedimento cirúrgico, mas somente o resultado deste, como se o corpo sempre fosse assim: “Belo por natureza”.

Ji Yeo (fotógrafa do projeto) afirmou em entrevista que

O maior desafio de todos os meus projetos foi encontrar mulheres dispostas a revelar o que está por trás da aparência, que é algo que foi concebido para ser mantido em segredo. A maioria das mulheres que passam por cirurgia plástica não quer que outros saibam. **Revelar é admitir uma imperfeição.** Elas querem parecer naturalmente perfeitas, ao invés de artificialmente reforçadas (REVISTA MARIE CLAIRE, 04/06/2013, grifos nossos).

Neste sentido, podem-se relacionar as jovens sul-coreanas que participaram do projeto fotográfico, uma vez que durante o processo de recuperação “da beleza” estão reclusas em quartos de hotel evitando o olhar do outro, até estarem “naturalmente” belas. Portanto, a concepção de beleza natural está calcada na promessa de controle sobre o corpo em que a beleza pode ser comprada.

De acordo com Featherstone (1995, p. 100), “a concentração, a densidade, a extensão inconsútil e abrangente da produção de imagens na sociedade contemporânea nos empurram para uma sociedade qualitativamente nova”, um mundo simulacional em que se aboliu a distinção entre a realidade e a imagem. Estetizou-se a vida cotidiana transformando o sujeito em um corpo de encenação por meio do discurso da saúde, da medicina e da estética, escondendo o real que assombra: o mal-estar e a finitude (NOVAES, 2013).

²⁷ No capítulo 3 desta dissertação, apresentou-se o movimento de sentidos sobre o corpo belo feminino através da história da humanidade, interpretado por materialistas, espiritualistas, artistas, filósofos, psicanalistas, médicos e cientistas.

Na sociedade contemporânea, as práticas sociais e as estratégias publicitárias colocam o corpo como o único bem do sujeito, que toma seu corpo como um objeto a ser consumido, afetado pela ideologia capitalista que valoriza o consumo. De acordo com Birman (2014), o corpo se transformou no bem supremo do sujeito contemporâneo; nem Deus, nem a alma ocupam mais este lugar de destaque, apenas o corpo.

Reduziu-se a existência humana a uma dimensão superficial e à figura de um sujeito que possui valor naquilo que pode comprar: o sujeito é aquilo que consome (NOVAES, 2013).

No entanto, é da natureza humana desejar algo que não possui e consumir para saciar e completar, porque está constantemente se comparando ao outro, desejando o que falta. E é esta a reflexão mais profunda e importante deste capítulo:

Como **nos constituímos a partir do olhar do outro**, essa 'oposição' estaria inserida na própria dialética da constituição do sujeito, na qual **o equilíbrio entre o espelho e a imagem vai ser determinante na estruturação psíquica** (NOVAES, 2013, p. 153, grifos nossos).

Isto nos leva a um território já apresentado anteriormente: a Psicanálise, território que estabelece fronteira com a AD e que traz conceitos relevantes sobre o sujeito desejante, o Outro e a linguagem; além disso, possibilita a conexão com a ideologia, o sujeito, a língua e a história, que são conceitos fundantes da AD.

Portanto, a Psicanálise e a AD são campos teóricos distantes e próximos ao mesmo tempo, mas, pelo fato de os conceitos circularem em ambas, não implica em aproximações redutoras. São ressignificados ao entrar em contato com outra teoria:

Embora para a AD e para a psicanálise, em suas críticas ao idealismo platônico, **sujeito e linguagem sejam a porta de entrada para a compreensão dos processos que constituem o sujeito**, Lacan trabalha o sujeito como efeito de linguagem, enquanto que **Pêcheux**, retomando Althusser, irá colocar, inicialmente, **o efeito-sujeito como questão central em seu trabalho**, que incorpora o histórico-ideológico como constitutivo da materialidade significativa (MARIANI, 2003, p. 59, grifos nossos).

Em ambas, a constituição do sujeito é importante, assim como nesta dissertação, ao pensar a relação do sujeito contemporâneo com seu corpo e os modos como, na atualidade, acontecem os processos de subjetivação sob a perspectiva discursiva.

O corpo em psicanálise é fonte, é objeto e é veículo das pulsões, é onde se revela a impossibilidade da autossuficiência, então, pode ser pensado a partir de três registros fundamentais complementares: “Do ponto de vista do Imaginário, o corpo como imagem, do ponto de vista do Simbólico, o corpo marcado pelo significante, e do ponto de vista do Real, o corpo como sinônimo de gozo” (CUKIERT; PRISZKULNIK, 2002, p.144).

Nesse sentido, busca-se apresentar como imagem, linguagem, Outro, simbólico e real afetam a formação do sujeito e como se escrevem nos registros do corpo. Levando em consideração que a subjetividade também é construída por um processo histórico, social e individual e, portanto, se molda conforme as leis e ideologias vigentes, pretende-se pensar na construção da subjetividade feminina e como isso reflete sobre a concepção dos valores do corpo feminino deste *corpus* de análise.

Para a Psicanálise, o sujeito é constituído por um complexo processo de subjetivação à medida que é inserido em um contexto cultural (já estabelecido), constituído pela linguagem e atravessado pelo desejo. Para Lacan, o sujeito só pode ser concebido a partir do campo da linguagem, visto que simbólico e inconsciente estão amarrados (ELIA, 2010). O sujeito da Psicanálise é inconsciente, marcado pela falta e, portanto, movido pelo desejo; não é o ser biológico, nem o ser de consciência, como apresenta a filosofia, mas está inserido em uma ordem simbólica que o antecede, atravessado pela linguagem e pelo desejo do Outro (TOREZAN; AGUIAR, 2011).

Ao nascer um bebê, a mãe (ou qualquer adulto próximo que exerça a função) demanda informações à criança e indica o funcionamento de um sistema que antecede o sujeito recém-nascido, pois já está tomado pela linguagem; então, o bebê nasce em uma ordem social anterior à sua existência, na qual é inserido através da família: “Nascemos em um mundo de discurso, um discurso ou linguagem que precede nosso nascimento e que continuará após a nossa morte” (FINK, 1998, p. 21). Isto representa, para a Psicanálise, a relação com o Outro²⁸, estabelecida por

²⁸ O termo francês “Autre”, traduzido para o português como “Outro” relaciona-se ao latim *alter*, de onde vem a palavra “alteridade”. É um Outro simbólico que permite ao indivíduo (bebê) tornar-se sujeito porque insere-o no contexto que o antecede. Um lugar de registro e de inscrição do social e do funcionamento da linguagem. De acordo com Fink (1998) o Outro de Lacan tem muitas faces: O Outro como linguagem; o Outro como demanda; o Outro como desejo (objeto a); o Outro como gozo.

meio da linguagem, na constituição do sujeito inconsciente (TOREZAN; AGUIAR, 2011).

O que chega para o bebê, nesta relação, “é um conjunto de marcas materiais e simbólicas – significantes - introduzidas pelo Outro materno, que suscitarão, no corpo do bebê, um ato de resposta que se chama de sujeito” (ELIA, 2010, p.41). O sujeito lacaniano, então, é efeito de significante.

A mãe atende às necessidades fornecendo os elementos para a sobrevivência do bebê, entendido na teoria psicanalítica como demanda. Ao atender a demanda, o sujeito passa a querer a coisa trazida e aquele que a trouxe, ou seja, o objeto de desejo e o Outro (enquanto sujeito inserido na linguagem que estabelece contato com o bebê).

O sujeito deixa de “valorizar” o objeto e passa a se mover em direção ao Outro que atendeu a necessidade e, por força do efeito que a linguagem operou, o objeto de necessidade perde sua identidade (ELIA, 2010):

Assim, **no plano da demanda o sujeito se dirige ao Outro**, demanda sua presença, seu amor (nome aqui que designa o movimento do Outro em atender, por presença, ato e linguagem, ao bebê humano), **e ao mesmo tempo, é movido por uma força impelente e incoercível em direção a um objeto que**, no entanto, é sem-rostro, **é perdido como tal, é faltoso**, e já se apresenta, de saída, como tal, ou seja, jamais foi conhecido pelo sujeito (ELIA, 2010, p. 54, itálico do autor, grifos nossos).

Aos poucos, conforme o crescimento da criança, a relação mãe-bebê é diminuída pelo que Lacan formalizou como Nome-do-pai, instaurando a falta (constitutiva do sujeito). A função paterna despossibilita a criança de ser o objeto de desejo da mãe e é responsável por fazer esse objeto de desejo ser simbólico (não real). A mãe, algumas vezes, é levada a negligenciar os desejos da criança, porque sua atenção está voltada para outras fontes de interesse que não envolvem a criança (FINK, 1998): “Quando a criança aparece como o falo da mãe, esta aparece em posição de objeto e a impossibilidade de que a imagem do próprio corpo preencha a falta da mãe introduz a ferida narcísica” (FREUD, 1968, p. 23) porque há o fracasso em tentar ser o único objeto de desejo do Outro:

O Outro materno precisa mostrar algum sinal de incompletude, falibilidade, ou deficiência para a separação se concretizar e para o

sujeito vir a ser como $\29 ; em outras palavras, **o Outro materno deve demonstrar que é um sujeito desejante** (e dessa forma também faltante e alienado), que também se sujeitou à ação da divisão da linguagem, **para que testemunhemos o advento do sujeito** (FINK, 1998, p. 76, grifos nossos).

Na separação, o sujeito tenta preencher a falta do Outro materno com a sua própria falta, com seu *self*, que para Lacan são co-extensivos (falta e desejo). Antes da separação, a criança entende que não pode ser distinguida de sua mãe, considerando o corpo materno como uma extensão do seu. Com a intervenção do Nome-do-pai, o sujeito é expulso “do (campo) Outro, no qual ele não era nada mais do que um marcador de lugar” (FINK, 1998, p. 81). O desejo da criança, tal como seu corpo, não é vivido inicialmente como seu, mas alienado no outro; não há, portanto, o reconhecimento de dois desejos, mas de um desejo alienado no desejo do outro.

O resultado é o advento do sujeito desejante.

Esse resumo superficial sobre a separação postula que um corte é induzido na unidade hipotética mãe-criança devido à própria natureza do desejo, **e é esse corte que leva ao advento do objeto a. O objeto a pode ser entendido aqui como o resto produzido quando essa unidade hipotética se rompe**, como um último indício daquela unidade, um último resto dessa unidade (FINK, 1998, p. 82-83, itálico do autor, grifos nossos).

Ao apegar-se ao *objeto a*, o sujeito sustenta a ilusão de totalidade. Porém, é irrealizável; nada, nenhum objeto poderá trazer satisfação ao corpo humano, “porque a natureza da pulsão é dar intermináveis voltas em círculos” (SANTAELLA, 2004, p.146) rumo a uma meta inalcançável, um objeto perdido. “Assim, o real do corpo refere-se a um corpo que não encontra repouso, porque busca sempre aquilo que falta, um objeto perdido que nunca lhe trará completude” (CASSANA, 2016, p. 38). De acordo com a teoria lacaniana, todo ser humano que aprende a falar é de certa forma um alienado, pois a linguagem permite que o desejo se realize, mas também nos permite “desejar e não desejar a mesma coisa e nunca satisfazemos

²⁹ “No conceito lacaniano de alienação, as duas partes envolvidas, a criança e o Outro, têm pesos muito desiguais e a criança quase que inevitavelmente perde na luta entre eles. No entanto, ao assujeitar-se ao Outro, a criança ganha algo: ela torna-se, em certo sentido, um dos sujeitos da linguagem, um sujeito ‘da linguagem’ ou ‘na linguagem’. Representado esquematicamente, a criança, assujeitada ao Outro, permite que o significante a substitua. $\frac{\text{Outro}}{\text{criança}}$. A criança, advindo na forma de um sujeito dividido, desaparece debaixo ou atrás do significante, S” (FINK, 1998, p. 71-72)

quando conseguimos o que pensávamos desejar, e assim por diante” (FINK, 1998, p.23).

Retornando as aproximações, a *Falta* pode ser considerada como uma ponte onde as teorias (AD e Psicanálise) se tocam, pois, se o sujeito fosse pleno e a língua fosse estável e fechada, não haveria espaço para o deslizamento de sentidos: “A falta é algo que nos completa pela ausência” (FERREIRA, 2004, p.38):

É ‘a presença na ausência’, a que faz referência a Lacan. E assim como **é uma dimensão estruturante para o SUJEITO** (sujeito ideológico e sujeito do inconsciente), ela se apresenta igualmente como **constitutiva** e condição de possibilidade para a **LÍNGUA e para o DISCURSO** (FERREIRA, 2004, p. 38, maiúsculo da autora, grifos nossos).

Como há o real da língua para a AD (sujeita a falhas, deslizos, interferências), há também o real do sujeito e o real do corpo para a Psicanálise: um corpo pulsional, imaginário, simbólico, que deseja e que na falta se constitui:

O corpo nessa ordem do real costuma ser considerado como uma metonímia da castração, já que aqui é o lugar da falta, que é estruturante. O corpo, então, além de ser afetado pelo atravessamento da linguagem, além de falar, ele goza (FERREIRA, 2013, p. 78, grifos nossos).

Então, o que falta acaba por reger o dizer e o corpo. Sujeito e discurso se cruzam numa relação constitutiva e, em ambos, há a incompletude, da ordem do inconsciente e que não é possível esquivar-se.

Se é pela falta que o sujeito se constitui em sujeito de desejo, é na tentativa de supri-la que ele busca sentidos inscritos em práticas capazes de completá-lo (AZEVEDO, 2013), sendo a causa do desejo: o objeto pulsional perdido. No tema desta dissertação, a falta é, teoricamente, suprida pela modificação do corpo por meio de cirurgia plástica (e o que o olhar do Outro indica) e a ideologia determinando como devem ser os corpos na contemporaneidade:

É o olhar para o corpo do outro que o identifica. Mas, também, **é o olhar para o corpo do outro que nos identifica, que permite saber quem somos, que nos leva à ilusão da completude, da plenitude do corpo e da satisfação do desejo.** É a partir do olhar para o corpo do outro que também nos compreendemos, interpretamos a nós mesmos como sujeitos (CASSANA, 2016, p. 18, itálico da autora, grifos nossos).

A busca da mulher pela imagem de um corpo perfeito reside, então, no desejo de completar a falta que a aflige, capturando o olhar do outro, e o seu, para o corpo esteticamente perfeito. Assim o olhar do outro, e o do próprio sujeito, que admira o corpo belo pós-cirúrgico, geram certa satisfação, porque o corpo, de acordo com Sant'Anna (2000) é reconstruído para expressar o “eu” ressoando exclusivamente para si mesmo, talvez “porque a principal competição se passe dentro de cada um, entre o corpo que se é, e o ideal de boa forma com que se sonha” (SANT'ANNA, 2000, p. 70).

Conforme Kehl (2002), o corpo que o sujeito apresenta ao espelho da sociedade determinará sua felicidade, não exclusivamente por despertar o desejo ou o amor de alguém, mas

Por constituir o objeto privilegiado do seu amor próprio: a tão propalada autoestima, a que se reduziram todas as questões subjetivas na cultura do narcisismo. Nesses termos, o corpo é ao mesmo tempo o principal objeto de investimento do amor narcísico e a imagem oferecida aos outros - promovida, nas últimas décadas, ao mais fiel indicador da verdade do sujeito, da qual depende a aceitação e a inclusão social (KEHL, 30/06/2002, grifos nossos).

Ligado a este corpo, está à constituição do eu, que, segundo a Psicanálise, surge como uma cristalização ou sedimentação de imagens ideais, com a qual a criança aprende a identificar e se identificar. “Essas imagens ideais podem ser constituídas daquelas que a criança vê de si mesma no espelho” (FINK, 1998, p. 56) e que são internalizadas, devido à importância atribuída pelos pais, afirmando que a imagem no espelho é a criança: “Essas várias imagens fundem-se, digamos assim, em uma imagem global imensa que a criança vem a considerar o seu *self*” (FINK, 1998, p. 57). Portanto, o eu é uma produção imaginária, do próprio corpo do sujeito e de autoimagens refletidas a ele por outros (FINK, 1998).

O espelho, tela na qual se reflete a criança, é o corpo do semelhante (GIORGENON; SOUSA; PACÍFICO, 2014):

O espelho é o outro, o Outro que farão advir o sujeito e o corpo, que por meio do espelhamento ganham contornos. Contornos de imagens e contornos de significantes, advindos da nomeação que o *infans* recebe do outro/Outro **passando assim a sujeito fal(t)ante por não ser unificado ao Outro, mas um perpassado pelo Outro**

(GIORGENON; SOUSA; PACÍFICO, 2014, p. 85, itálico dos autores, grifos nossos).

Se o eu se constitui primeiramente a partir do outro, ou da imagem que lhe é devolvida pelo semelhante, então, o corpo (Imaginário) “surge como a própria matriz fundante do sujeito, afirmando a importância da imagem na causalidade psíquica e na passagem ao narcisismo” (CUKIERT; PRISZKULNIK, 2002, p. 146).

De acordo com Santaella (2004, p. 145), “a imagem narcísica passa a ser uma das condições do aparecimento do desejo, pois a imagem do corpo representa o primeiro ponto de engate dos significantes do desejo do outro”. Então, o corpo ideologicamente marcado é também um corpo de desejo: ávido pelo desejo do outro e, ao mesmo tempo, por tornar-se desejável ao olhar desse outro e para si mesmo (AZEVEDO, 2013).

Assim, além de o corpo ser afetado pela linguagem, goza, ou seja, o gozo (que substituiria a falta deixada pela unidade mãe-criança e que mantém o sujeito desejante, em busca de algo que o preencha) também se dá no corpo. De acordo com Miller (1998, p. 93), “é preciso que haja um corpo para gozar, somente um corpo pode gozar”, constituindo o eu que, além de inconsciente, atravessado pelo outro e pela linguagem, se constitui na falta e pelo desejo irrealizável de alcançar a completude.

Sob este viés psicanalítico, o sujeito da AD, quando diz eu,

O faz a partir de um efeito retroativo que é resultado de sua constituição pela linguagem – os significantes aparecem sempre como já-lá – **e interpelação pela ideologia** – o efeito de evidência dos sentidos, produzido a partir de significantes colados a determinadas significações (MARIANI, 2006, p. 27, grifos nossos).

Então, a subjetividade se constitui na interpelação ideológica e na inscrição do sujeito na FD que o constitui, porque, para os estudos pecheutianos, a inscrição no campo da linguagem não se realiza fora do ideológico. Ou seja, há “uma identificação simbólica do sujeito à formação discursiva na qual ele se constitui, e um assujeitamento ideológico aos sentidos que essa mesma formação discursiva, enquanto matriz de sentidos, produz” (MARIANI, 2006, p. 28).

Por isso a importância de compreender a subjetividade feminina na contemporaneidade sul-coreana, como efeito do assujeitamento ideológico à FD da valorização do belo, em que circulam discursos que colocam o corpo como objeto de

consumo, plastificado, passível de modificação por meio de cirurgia: um corpo que pode ser reformado para mostrar “o melhor” do sujeito, apto a inserir-se socialmente, pois atende ao padrão de beleza, e, no que tange a este *corpus* de análise, pela intervenção ativa da cirurgia plástica na vida das mulheres sul-coreanas, pelo poder social concedido a um corpo bonito, frente aos contextos políticos, econômicos e ideológicos que o sustentam (WOO, 2004).

A subjetividade feminina, assim, é construída em conformidade com os imperativos morais e sociais de possuir o corpo belo, que incluem normas ideológicas, além de uma lógica econômica lucrativa, uma esfera de consumo que abrange e cria o desejo humano, o desenvolvimento e a comercialização da tecnologia médica (WOO, 2004).

Nesse sentido, para a AD,

O corpo surge estreitamente relacionado a novas formas de assujeitamento e, portanto, associado à noção de ideologia. Mais do que objeto teórico o corpo comparece como dispositivo de visualização, **como modo de ver o sujeito**, suas circunstâncias, **sua historicidade e a cultura que o constituem** (FERREIRA, 2013, p. 78, grifos nossos).

Essas representações verbais ou não-verbais inerentes às FDs produzem uma consistência imaginária ou “evidências de sentidos cristalizados que aparecem para o sujeito como únicos, óbvios, enfim, aqueles que constituem sua identidade psicossocial” (MARIANI, 2006, p.30). Assim, o que vemos na contemporaneidade, através dos variados discursos, é que, com o consumo dos produtos e técnicas adequados, seja possível transformar os corpos conforme o ideal socialmente valorizado. As mulheres,

Serão completas, felizes e bem-sucedidas. Assim, **o discurso da publicidade propicia a ilusão de o sujeito alcançar o corpo ‘perfeito’** através de dado produto ou dada técnica que **promete ao sujeito atingir a completude de forma imediata** (ZORZAN; CHAGAS, 2011, p. 179, grifos nossos).

Uma completude que, conforme a noção psicanalítica de constituição do sujeito, é irrealizável, pois o desejo é impossível de ser plenamente satisfeito. Porque o desejo não tem objeto, ele tem uma causa que o traz ao mundo, *o objeto a* (FINK, 1998):

Na sua essência, o desejo é uma busca constante por algo mais, e não há objeto passível de ser especificado que seja capaz de satisfazê-lo, em outras palavras, extingui-lo. O desejo está fundamentalmente preso ao movimento dialético de um significante para o próximo significante (FINK, 1998, p. 116, grifos nossos).

E é justamente esta incompletude constitutiva do sujeito que fomenta o funcionamento da lógica do consumo, fornecendo ferramentas, produtos, objetos, que mascaram a falta e ilusionam o preenchimento do ser. Na contemporaneidade, o *ter* e o *ser* da ideologia capitalista circundam os sujeitos na tentativa de satisfação, como se o corpo e os bens materiais correspondessem àquilo que o sujeito é e gosta, atendendo exclusivamente às necessidades do eu (SANT'ANNA, 2001):

Esse movimento desejante impulsiona a subjetividade humana sempre em busca de objeto faltoso, e pode produzir novas formas de sociabilidade. **Sob a lógica da sociedade capitalista contemporânea, sob o império da lógica do mercado e das mídias o sujeito se perde nessa busca, tornando-se cada vez mais um efeito do mercado de consumo** (MARIANI; MAGALHÃES, 2011, p. 133, grifos nossos).

Além de não refletir sobre seus próprios limites e lidar com a angústia da falta, “o sujeito consome e é consumido em sua busca de completude” (MARIANI; MAGALHÃES, 2011, p. 133), pois, de acordo com Orlandi (2012), o corpo do sujeito está amarrado ao corpo social, então, é um corpo produzido pela ideologia capitalista. Assim, interpelado por esta ideologia e pela interferência dos meios de comunicação na formação dos sujeitos, amplamente discutida em diversas áreas do saber, o sujeito e seu corpo parecem apenas produto das relações sociais estabelecidas e sustentadas por determinados discursos.

Sendo assim, refletir sobre o papel da mídia nesse processo significa refletir sobre a realidade, entender como também subjetiva o ser e influencia as relações humanas na contemporaneidade.

Segundo Payer (2005, p. 14-15), houve, em cada tempo histórico, enunciados que funcionaram como fundamentais na organização da sociedade e foram “capazes de condensar o conteúdo que exerce a interpelação ideológica dos indivíduos em sujeito”. Predominantemente, na Idade Média, *o livro sagrado* funcionou como o texto fundamental para o discurso religioso, tal como as leis para a Modernidade. Na contemporaneidade,

O valor que a sociedade vem atribuindo à mídia - ou o poder de interpelação que a Mídia vem exercendo na sociedade - **passa a assegurar-lhe o papel de *Texto fundamental de um novo grande Sujeito, o Mercado*, agora em sua nova forma globalizada** (PAYER, 2005, p. 16, itálico da autora e grifos nossos).

Esta oferta de construção permite a produção de uma realidade concreta ou ainda de formas simbólicas de representação da realidade. Neste sentido, a mídia participa da construção do imaginário social (GREGOLIN, 2003). Além disso, se caracteriza, no cenário contemporâneo mundial, como forma textual onipresente, visto que aparece tanto no espaço público como no privado, reproduzindo efeitos de evidência do sentido e do real (PAYER, 2005):

Podemos pensar a mídia como uma instituição pedagógica onde o poder é organizado e difundido. A mídia, com essa característica, **dispõe de uma pedagogia peculiar que resulta em certos efeitos de poder sobre os comportamentos, sobre os corpos, construindo e transformando identidades** (SOUZA, A., 2004, p. 170, grifos nossos).

Esses lugares pedagógicos estão o tempo todo falando sobre o corpo e os expectadores, interpelados por este poder ideológico, passam a adotar o que veem nos meios de comunicação como parâmetros para formação do seu comportamento e vão alterando as práticas diárias, de forma que reproduzem a FI a que estão “expostos”, porque o sujeito “não se dá conta de sua constituição por um processo do significante no funcionamento da linguagem na interpelação ideológica e na identificação imaginária a determinados sentidos” (MAGALHÃES; MARIANI, 2010, p. 402).

Aos poucos, a mídia alterou o jeito com que a sociedade se relaciona com o mundo: “Temos observado que na contemporaneidade as imagens têm desempenhado um forte impacto nas formações discursivas/ideológicas/imaginárias que atravessam a voz dos sujeitos” (GIORGENON; SOUSA; PACÍFICO, 2014, p. 85) e tanto contribuem, que algumas pessoas têm, no corpo das modelos, astros da música e do cinema, inspiração para as suas mudanças corporais:

SD5: ‘Fiquei realmente paralisada quando a vi pela primeira vez numa revista. Ela tem um rosto de bebê, mas é muito sexy’ (REVISTA MARIE CLAIRE, 27/05/2014, grifos nossos).

O depoimento da jovem sul-coreana que se submeteu a inúmeras cirurgias plásticas para se parecer com a modelo que viu na revista reforça o poder ideológico exercido pela mídia na formação imaginária do corpo belo feminino. O corpo de outra mulher pode “revelar” o que o sujeito acha que falta em sua própria imagem, dando suporte a uma identificação imaginária de que a mulher da revista sabe como é ser bela, possui competência, habilidades e o segredo da feminilidade idealizada, associado à noção de sucesso, de liberdade, de bem-estar e de felicidade que vem com o corpo “belo”.

Frente às “verdades” produzidas e difundidas pela mídia sobre o “corpo ideal” e sobre o valor social que ele adquire, não parece haver outra alternativa ao sujeito contemporâneo senão se relacionar com as imagens das mídias e os discursos que as sustentam, pois, “nas mídias, aquilo que dá suporte às ilusões do eu são, sobretudo, as imagens do corpo” (SANTAELLA, 2004, p. 125), aquele objetivado e modelizado como ideal.

Vale retomar que as fotografias são performáticas, tratadas e produzidas, corrigindo as “imperfeições”, fortalecendo o imaginário de que é possível, à mulher, produzir no próprio corpo as transformações que os recursos de edição de imagem são capazes.

A mídia determina, então, a ordem do dia da sociedade: ela não pode ditar às pessoas *o que* pensar, mas decide *no que* elas vão pensar (BERTRAND, 1999, p.61, grifos do autor). Assim, o culto ao corpo coloca os sujeitos em estresse permanente tentando atender ao imaginário corporal construído, a ponto de fazer intervenções cirúrgicas para ficar o mais semelhante possível a uma fotografia. Os discursos que circulam colocam a mulher a serviço do próprio corpo, para modificá-lo, aperfeiçoá-lo ou mutilá-lo:

O que é normativo para a mulher contemporânea não é o fato de os modelos de beleza serem impostos, uma vez que o discurso sempre foi esse, nem mesmo de que seja dito que ela deve ser bela, **mas o fato de se afirmar, sem cessar, que ela pode ser bela, se assim o quiser** (NOVAES, 2013, p. 90, grifos nossos).

No contexto do dever moral imposto à mulher, magreza, beleza e felicidade formam a tríplice aliança para o sucesso na sociedade de consumo. De acordo com o que prega a indústria cultural, cuidar do corpo é cuidar de si e isso é ação indispensável para alcançar a felicidade. Trata-se de um narcisismo dirigido, uma

manipulação do corpo como valor, em que “você é responsável pelo seu próprio corpo”. O encontro dos padrões de beleza e a lógica do consumo colocam os corpos em um processo de mercantilização, portanto, é possível dizer “que a linguagem do corpo também é manifestação de ideologia” (SCHONS, 2015, p. 182).

O corpo jovem, magro e belo é demandado, por diversos discursos, como o objeto de desejo feminino; espera-se que a mulher sul-coreana recorra aos produtos e serviços da indústria em busca de alcançar o gozo (o corpo desejável socialmente), além de amar a si mesmas, investir em si mesmas de acordo com as regras que lhes são impostas pela sociedade (SANTAELLA, 2004). E é nesse contexto que a cirurgia plástica entra em cena, oferecendo a possibilidade de aproximar o corpo aos padrões mais rapidamente e de forma mais natural, como se nunca tivesse passado por uma intervenção cirúrgica.

Criou-se um mito de liberação corporal feminina, em face das inúmeras conquistas retratadas na história da mulher, tanto no ocidente como no extremo oriente, porém o que de fato acontece é uma submissão velada desse corpo em relação ao poder ideológico da cultura de consumo, do mercado da cirurgia plástica e mídia, porque

Podemos dizer que o funcionamento da psique humana é um processo de transformações qualitativas integradas ao desenvolvimento histórico social (LUKÁCS, 1990, p. 95), que permitirá o processo de identificação e de identidade de cada sujeito que elabora um discurso, **fazendo-o filiar-se a determinadas formações discursivas a partir de uma posição de classe que delimita a formação ideológica que domina o discurso. Esse processo permite ao sujeito dizer: *eu quero isto e eu não quero isto, supondo que possui um controle sobre suas vontades, mas ‘esquecendo’ que quando afirma suas vontades o faz a partir de sua determinação inconsciente e ideológica*** (MARIANI; MAGALHÃES, 2011, p. 132, itálico das autoras e grifos nossos).

Sendo assim, porque o sujeito não se percebe constituído por essa rede de significantes, busca-se compreender como o sujeito contemporâneo se relaciona com isso e opta pelas modificações corporais estéticas, atravessado pela FD delimitada pela FI.

Partindo disso, é pertinente pensar sobre as condições de produção dos textos publicitários e jornalísticos que tratam do corpo, pois são constituídos a partir de múltiplos discursos que se articulam, que se sobrepõem ou ainda diferem, funcionando pautados em regulamentos e regras estabelecidos.

Além de se basearem na concepção de linguagem que considera a língua como instrumento de comunicação com neutralidade, imparcialidade e veracidade, são

Uma prática discursiva que atua na construção e reprodução de sentidos, prática essa realizada a partir de um **efeito ilusório da função do jornal como responsável apenas por uma transmissão objetiva de informações** (MARIANI, 2006, p. 34, grifos nossos).

Esta informatividade tendo como base uma ideologia utilitária, não considera que o sujeito-jornalista é, antes de tudo, um sujeito de linguagem, atravessado por ideologias das quais não pode se desvencilhar, mesmo que circule a ideia de sua imparcialidade ao informar:

As instituições servem, então, para modelar as práticas sociais existentes, embora, essa imposição nunca se realize de forma absoluta. Mas, **como instituição, seu propósito é legitimar uma opinião sobre os fatos, aquela que na melhor das hipóteses, coincide com sua linha editorial** - pois pode coincidir com interesses mais imediatos (SOUZA, A., 2004, p. 173, grifos nossos).

É uma ritualização ideológica “como forma de manutenção e repetição de determinados sentidos” (MARIANI, 2006, p. 34); assim, é possível entender como, na maioria das vezes, a imposição exercida sobre o corpo feminino perfeito (dentro das exigências estabelecidas), nos meios de comunicação, é reproduzida por editoras mulheres. Há uma imposição já cristalizada na sociedade que dita como a mulher deve ser, como ela deve se vestir o que deve consumir ou ainda como deve ser seu corpo (porém nem todas se identificam com esta imposição). Assim, esse sujeito jornalístico reproduz a ideologia dominante seguindo as condições de produção e o editorial da revista em que trabalha, mesmo que não concorde com os padrões ou não os siga, porque no processo de constituição da subjetividade, a inscrição do significante em cada sujeito se estrutura de maneira singular em função do modo como se organiza e cristaliza sentidos (MARIANI, 2006).

Pouco a pouco os discursos que normatizam o corpo, científico, tecnológico, publicitário, médico, etc., vão tomando conta da vida simbólica e subjetiva do sujeito, não deixando lugar para o curso natural do ser humano: envelhecer: “É o ideal da juventude e do parecer jovem que se impõe como imperativo de saúde, associado ao ideal estético da beleza” (BIRMAN, 2014, p. 76). Várias ocasiões facilitam a

transformação do corpo, principalmente a percepção do seu envelhecimento, o que envolve não só a prática de atividades físicas, dietas e recursos naturais, como também, envolvem ciência e tecnologia oferecendo formas mais rápidas e eficazes de se aproximar do corpo ideal e que esconda os sinais do envelhecimento.

As intervenções cirúrgicas vão além de uma mudança na imagem subjetiva que a mulher constrói sobre seu corpo, porque, na medida em que a aparência muda, há também a esperança de que mudará o olhar do outro sobre si, um processo de empoderamento e autocontrole sobre sua aparência.

O artifício adquiriu mais do que nunca uma importância central, aguçando as singularidades, variando as possibilidades, **transformando em beleza ‘para todos’ aquilo que até então parecia revelar natureza ou exceção. Esse artifício se torna ainda mais complexo onde o bem-estar individual parece consagrado como finalidade dominante**, busca interminável instalada no coração de nossas sociedades, ideal oferecido também como acessível e obrigatório (VIGARELLO, 2006, p. 195, grifos nossos).

Nesse sentido, as cirurgias permitem “revelar melhor” a personalidade da mulher sul-coreana, além de representar poder aquisitivo e, por isso, o corpo é um “lugar” em que o poder social se estabelece, e as manifestações específicas desse fenômeno na Coreia são o resultado da intensa competição social que gera crescentes demandas de perfeição física (GELÉZEAU, 2015).

E esses meios classificam, nomeiam e definem como esse corpo deve ser, pois a linguagem com seu caráter ideológico não apenas traduz o social, mas representa-o, cria-o. Esses saberes, essas linguagens possibilitam e criam o olhar sobre o corpo, determinando-o como um construto histórico-cultural (SOUZA, A., 2004, p. 169, grifos nossos).

Desse modo, entende-se que as mulheres são afetadas (sujeito inconsciente) pelos diversos discursos apresentados, porém não são obrigadas (no sentido de ser levada a força ao centro cirúrgico) a realizar procedimentos estéticos; os fazem por que se identificam (por meio de filiações sócio-históricas como a FI e a FD) com as imagens e discursos sobre o corpo e tentam alcançar a satisfação (desejo causado pelo objeto a) por meio da modificação corporal, visto que o que circula socialmente é o culto ao corpo.

A busca da beleza sul-coreana não é apenas a indicação de um desejo de “parecer ser”, mas é uma necessidade para funcionar adequadamente dentro da sociedade de acordo com o *status* e os valores morais (GELÉZEAU, 2015):

An appropriate appearance is not only a question of etiquette and respect for others, but also the expression of an inner state that could even be called a moral and spiritual state. **The alliance between the body, the heart and the spirit, and the fact that the body is considered to be the primary interface between the group and the self, gives the face and the physical appearance such crucial importance** (GELÉZEAU, 2015, p. 10³⁰, grifos e tradução nossas).

É porque a sociedade sul-coreana dá essa grande importância à aparência física que algumas mulheres tentam adquiri-la através da cirurgia plástica, seja com recursos próprios, apoio dos pais ou participando de *reality shows*.

As motivações que envolvem a intervenção estética apresentam interpretações distintas, seja por meio dos apelos nos discursos da cultura, quanto às singularidades nas formas de subjetivação. No entanto, são marcadas pelo estranhamento e rejeição de algumas partes do corpo que são insuportáveis carregar frente aos modelos idealizados.

Então, capaz de proporcionar uma experiência de autossatisfação, a prática cirúrgica (ou o discurso que circula sobre ela) leva as sul-coreanas a desfrutar dos benefícios de sua nova aparência, pois se sentem inseridas socialmente, transformando, ilusória ou brevemente, a relação com o contexto ao seu redor.

Se o sujeito é dependente do olhar de um Outro (o Outro materno) que certifique a sua existência, talvez por isso as modificações corporais são necessárias, esperando que este Outro (cultura, sociedade) demande algo que retorne positivamente acolhendo-o socialmente: uma “satisfação narcísica através do reconhecimento do olhar do Outro” (CABEDA, 2009, p. 201).

Quando olhamos no espelho, tentamos agradar a nós mesmos com a imagem refletida. Se posarmos buscando um olhar de aprovação do nosso próprio interior, atravessado por diversas construções imaginárias, certamente, posaremos para os outros, buscando esta mesma aprovação: é histórico, é social e é ideológico:

³⁰ Uma aparência apropriada não é apenas uma questão de etiqueta e respeito pelos outros, mas também a expressão de um estado interior que pode até ser chamado de estado moral e espiritual. A aliança entre o corpo, o coração e o espírito e o fato de que o corpo é considerado a principal interface entre o grupo e o eu, dá ao rosto e à aparência física uma importância tão crucial (GELÉZEAU, 2015, p. 10).

Assim, por meio de um **jogo de espelhamento infinito, o outro passa a ser medida constante de comparação**, uma vez que **o reflexo devolve**, além da própria imagem do sujeito, **inúmeras outras imagens** (NOVAES, 2013, p. 157, grifos nossos).

É a partir de um imaginário corporal, construído por meio de vários qualitativos estéticos (mulher jovem, branca, magra, rosto delicado e pálpebra dupla) e do atravessamento do olhar do outro que se forma um julgamento de valor moral acerca da conduta pessoal na Coreia do Sul.

Nesse caso, já não são mais os meios de comunicação, família, mercado de trabalho, pressão social ou ícones de beleza os motivadores para a cirurgia, mas a determinação ativa de controlar a sua aparência e vivenciar a sensação de autossatisfação (WOO, 2004):

SD6: **A cirurgia** para elas é algo casual, que **lhes proporciona prazer e satisfação**. Durante as sessões de foto, mesmo quando estavam com dores extremas, **pode sentir a excitação e emoção de terem as expectativas realizadas** (REVISTA MARIE CLAIRE, 04/06/2013, grifos nossos).

A *excitação* e *emoção* que a fotógrafa percebeu nas mulheres durante o processo cirúrgico na SD6 marcam o efeito de evidência da “naturalização” com que a cirurgia é abordada na Coreia do Sul, advinda do assujeitamento ideológico e da inserção em uma FD. Como se o gozo viesse do cumprimento do padrão de beleza estipulado socialmente, as mulheres não satisfeitas com alguma parte do seu corpo e que estão determinadas a corrigi-la via cirurgia plástica sentem, após seus corpos corrigidos, uma forma de obter felicidade, poder e prazer. Mesmo que o procedimento seja doloroso, se for bem-sucedido, todo o sofrimento e insatisfação desaparecerão.

Porém, pelo modo como o sujeito se constitui e levando em consideração que o desejo não possui um objeto capaz de saciá-lo, a insatisfação poderá retornar, sendo direcionada para outra parte do corpo, outra cirurgia, ou ainda outro objeto.

Em resumo, a subjetividade resulta do acontecimento da linguagem no sujeito, seja pelo assujeitamento ideológico ou identificação com os sentidos de uma FD. Sendo assim, o *corpus* desta dissertação possibilita pensar por quais processos discursivos e de socialização a cirurgia plástica e outras práticas de construção corporal colaboraram para que a imagem da mulher sul-coreana se confundisse com

a de seu corpo, e refletir sobre essa relação diante de uma sociedade que valoriza a perfeição do corpo via cirurgia e como se dá o processo da construção de sua subjetividade, como segue no próximo capítulo.

5 CORPO DE TRANSIÇÃO

Neste capítulo concentram-se as reflexões analíticas com base nas fotografias do projeto *Sala de Recuperação da Beleza*, sob a perspectiva da AD, considerando que, assim como as palavras, as imagens estão revestidas de sentidos e são também determinadas por posições ideológicas no processo sócio-histórico, no interior de uma FD (SCHONS, 2015).

A imagem em sua especificidade se constitui em texto, em discurso, sendo utilizada, muitas vezes, para sustentar discursos produzidos com textos verbais. Frente a isso, vale refletir sobre as fotografias e sobre o corpo apresentado nelas; de acordo com o que postula Barthes (1984),

Diante da objetiva, sou ao mesmo tempo: **aquele que eu me julgo, aquele que eu gostaria que me julgassem, aquele que o fotógrafo me julga e aquele de que ele se serve para exibir sua arte** (BARTHES, 1984, p. 27, grifo nosso).

Sendo assim, sob qual contexto a fotografada constrói o julgamento sobre seu corpo? Que sentidos são possíveis diante da fotografia de um corpo no pós-cirúrgico? De que contexto parte a fotógrafa ao discursivizar este corpo em recuperação? E quais as interpretações possíveis sob os conceitos da AD?

A fotografia é uma forma de representação, porque imprime mecanicamente, num plano, imagens capturadas instantaneamente: “equivale a uma prova incontestável de que determinada coisa aconteceu” (SONTAG, 2004, p. 16). As fotografias “não podem criar uma posição moral, mas podem reforçá-la” (SONTAG, 2004, p. 28):

Existe uma espécie de consenso de princípio que pretende que **o verdadeiro documento fotográfico ‘presta constas do mundo com fidelidade’**. Foi-lhe atribuída uma credibilidade, um peso de **real** bem singular. E essa virtude irreduzível de testemunho baseia-se principalmente na consciência que se tem do processo *mecânico* de produção da imagem fotográfica, em seu modo específico de constituição e existência (DUBOIS, 1993, p. 25, itálico do autor, grifos nossos).

Assim, pela possibilidade de manipulação e pelo fato de ela reforçar opiniões, torna a fotografia um objeto de interesses políticos e ideológicos capazes de

persuadir o público. O fato é que a fotografia não é uma representação total de um determinado acontecimento, mas pode produzir uma consciência desse.

De certo modo, então, se beneficia desse *status* de registro objetivo do real para inscrever-se em uma FD e criar a ilusão de um suposto apagamento da atuação da ideologia e para fazer circular sentidos sobre o efeito de realidade que as imagens podem imprimir aos textos midiáticos. As imagens movimentam uma multidão de sentidos (os enunciados feitos/construídos pelo trabalho da memória), em que se podem observar associações inconscientes ou indiretas (SCHONS, 2015):

Na leitura de uma imagem, por exemplo, diante da dispersão do 'já-dito' por outras imagens, o funcionamento da memória está aí a produzir sentidos. Assim, enquanto sujeito histórico, o papel do sujeito-leitor é participar do processo de produção de sentidos, uma vez que, no trabalho de leitura, busca entender sentidos possíveis por meio de gestos de interpretação (SCHONS, 2015, p. 182, grifos nossos).

O trabalho de interpretação da imagem, assim como na interpretação do verbal, vai pressupor também a relação com o contexto sócio-histórico e cultural (SOUZA, T., 2001), porque a fotografia pode representar mais de um sentido: para quem a observa, para o fotógrafo, para a mídia em que a foto foi publicada e para o integrante da cena fotografada, visto que o fotógrafo registra, mas isso não significa que as imagens sejam isentas de sentidos determinados pela FD a que se está assujeitado:

Assim como qualquer imagem tomada como discurso, uma fotografia está necessariamente vinculada ao contexto sócio-histórico e às condições de produção do autor (fotógrafo), que, ao recortar uma imagem, o faz por meio de gestos de interpretação, produzindo e/ou rompendo silêncios, porque mesmo se tratando de descrição e de interpretação de imagens, há uma historicidade de sentidos, levando-se em conta, aí também, o processo de leitura da imagem por parte do sujeito leitor (SCHONS, 2015, p. 184, grifos nossos).

Apresentam-se, então, como materialidades significantes transpassadas pela subjetividade (de quem fotografa, de quem observa, do veículo de circulação) e, portanto, suscetíveis à análise dos discursos que as circundam.

Uma fotografia não produz seus efeitos por si só, mas interligada a determinados valores e sentidos e a uma memória discursiva constitui uma

materialidade simbólica, “isto é, uma foto é uma materialidade produzida, disponibilizada e interpretada a partir de determinadas condições de produção e na relação com a história” (HASHIGUTI, 2012, p. 101).

Pode-se afirmar que as fotografias deste *corpus* são usadas, pelo contexto em que foram produzidas e publicadas, para evidenciar as marcas da regulação social, frente aos sentidos do corpo belo na sociedade sul-coreana, porque a *Sala de Recuperação da Beleza* também é atravessada pela subjetividade da fotógrafa (Ji Yeo, mulher sul-coreana), visto que tem em sua constituição os discursos, FDs e FI sobre beleza, consumo e cirurgia plástica a partir de determinadas condições de produção.

Então, respaldada pela AD, a análise pode mover-se para outras direções possíveis que os efeitos de sentidos possam vir a apontar nas fotografias, frente às CPs e distintas FDs relacionadas ao *corpus*.

A revista *Marie Claire*, enquanto um dos veículos de circulação dessas fotografias insere-se em uma FD que sustenta e reproduz discursos de padronização do corpo feminino, mas publicou o projeto fotográfico que demonstra a presença de outra FD, não evidenciada, muitas vezes, nas campanhas publicitárias ou nas discussões sobre modificação corporal: a parte (dolorosa) da “fantasia” da transformação.

O veículo de circulação das fotografias (revista *Marie Claire*) é uma revista internacional, publicada em vários países, inclusive na Coreia do Sul, com conteúdo voltado para o público feminino de classes A e B, abordando matérias sobre saúde, moda, beleza, sexo, horóscopo, filhos, mercado de trabalho e reportagens com temáticas sociais e depoimentos de leitoras.

No Brasil, a revista foi lançada em 1991 pela editora Globo e possui circulação de aproximadamente 280 mil exemplares. As colunas da revista são assinadas por mulheres e o slogan é: “Chique é ser inteligente”. Todo mês a revista traz na capa a foto de uma celebridade feminina, nacional ou internacional.

O fato de a matéria ter sido veiculada por tal revista garante a legitimidade do dito, revelando que o lugar de onde fala é constitutivo do dizer, “apagando” a ideologia que rege os demais discursos desta mesma revista, como por exemplo, as propagandas de cosméticos, as matérias sobre dietas, exercícios físicos e cuidados com rosto e cabelo, porque o imaginário que envolve a imprensa é de informatividade, objetividade, verdade e imparcialidade.

Sendo assim, com o objetivo de desnaturalizar o que parece óbvio no *corpus*, levando em consideração o lugar ocupado pelo analista (inserido em uma FD, interpreta o que lhe é possível a partir desse lugar), esta análise parte de três proposições: a) Considerar o corpo como um lugar de identificação do sujeito, sendo possível por meio do corpo obter reconhecimento, ascensão social, poder, visibilidade e uma forma identitária. b) Considerar o corpo como um produto a ser consumido, ao qual é atribuído um valor de mercado e exposto em uma vitrine social. c) Ver o corpo como um local de inscrição da interpelação ideológica, visto que sujeito e corpo estão unidos; propõem-se a reflexão acerca do título desta dissertação: *Sala de Recuperação da Beleza: sentidos sobre o belo em um corpo de transição*.

Que corpo é este que transita e por onde transita? Que beleza é esta que pode ser recuperada? Já houve um corpo belo e foi perdido?

Transitar implica uma mudança, passar em trânsito, mudar de estado, forma de ser ou de estar. Sofrer transição é um processo com certa extensão de tempo. Frente a isto, este *corpus* corresponde a um corpo feminino que transita entre o corpo que se tem e o imaginário de um corpo belo, construído com base em qualitativos estéticos sociais, ideológicos, históricos e morais.

É um corpo que parte de uma forma de ser, ou melhor, da forma como o sujeito vê seu corpo diante da sua subjetividade e de como se vê diante do olhar do outro, dos variados estereótipos postulados, e que transita entre a identificação e o desejo (construído) de modificar algo para ficar semelhante com a imagem corporal ideal e ilusória, estabelecida social e culturalmente.

Assim, sob as CPs deste *corpus*, tem-se para a busca da beleza o sentido de uma conquista pessoal, uma obrigação moral e ética frente ao outro e a si mesmo, o que é naturalizado como se o sentido só pudesse ser este e não outro(s); e, para atingir tais objetivos, o corpo passa por um incessante processo de transformação:

A técnica é vista como um caminho para a felicidade, não tendo por que não percorrê-lo. **Vivendo em um mundo de ‘faz-de-conta’, ou melhor, em um mundo virtual, de seres humanos esteticamente perfeitos**, não sujeitos à ação do tempo e, portanto, sempre jovem, muitas dessas mulheres, como heroínas, **parecem acreditar na cirurgia como um rito de passagem**, realizado com o intuito de permitir o seu ingresso no mundo dos sonhos (NOVAES, 2013, p. 227, grifos nossos).

E, como rito, deve acontecer. Pela ilusão de controle sobre seu corpo, o sujeito se vê inserido em uma FD que afirma que o corpo ideal é possível, basta querer. Portanto a *Sala de Recuperação da Beleza* pode representar o que se vê em muitos discursos nas revistas femininas: *recuperar* a beleza (e autoestima) que existe dentro de você, na sua essência e que, por conta do corpo “feio”, não é possível visualizar. Além disso, o processo de *recuperação* pode ser associado ao fato de recuperar o *objeto* a perdido, aquele que é constitutivo do sujeito de acordo com a teoria psicanalítica abordado nas páginas 76 a 78 desta dissertação, alcançando, ilusoriamente, a completude por meio de um corpo belo.

A partir da análise deste *corpus*, pode-se observar a retomada de formulações em que a beleza está ligada ao feminino e a retomada de discursos de padronização que ditaram o que e como o corpo feminino deve ser como evidenciado nas páginas 44 a 48, do capítulo 3, porque o sujeito acredita que o corpo é dele, que ele possui algum poder de decisão sobre aquilo que pode ou não fazer, o que, na verdade está sendo determinado pela FD.

Assim, cuidar de si é cuidar do seu corpo. Cada um deve buscar em si as “imperfeições” que podem (e devem) ser corrigidas (NOVAES, 2013). Basta esforço pessoal para mostrar o melhor apresentando o corpo perfeito, ou de acordo com os padrões estabelecidos.

Observa-se, com base no que foi contextualizado nos capítulos anteriores, que o corpo feminino sul-coreano significa sob o atravessamento da ideologia de consumo, da imposição do padrão de beleza e da cirurgia plástica como prática corporal de autogestão e inserção social. Então, pode-se afirmar que o corpo é opaco e tem memória, “porque, enquanto materialidade discursiva, carrega junto de si efeitos de determinações históricas, sociais e ideológicas” (SCHONS, 2015, p. 187).

Sendo assim, as fotografias são dimensão simbólica do corpo, em que se apresentam como espaço de significação da valorização do corpo belo e também como espaço de ressignificação desse corpo enquanto em recuperação pós-cirúrgica. Nas fotografias que compõem o projeto, as personagens mostram seus corpos sob os efeitos oriundos da cirurgia plástica que materializam os discursos sobre beleza na Coreia do Sul, tendo em vista que são visíveis as alterações físicas que marcam aquele corpo, configurando-o como um corpo em recuperação/alteração.

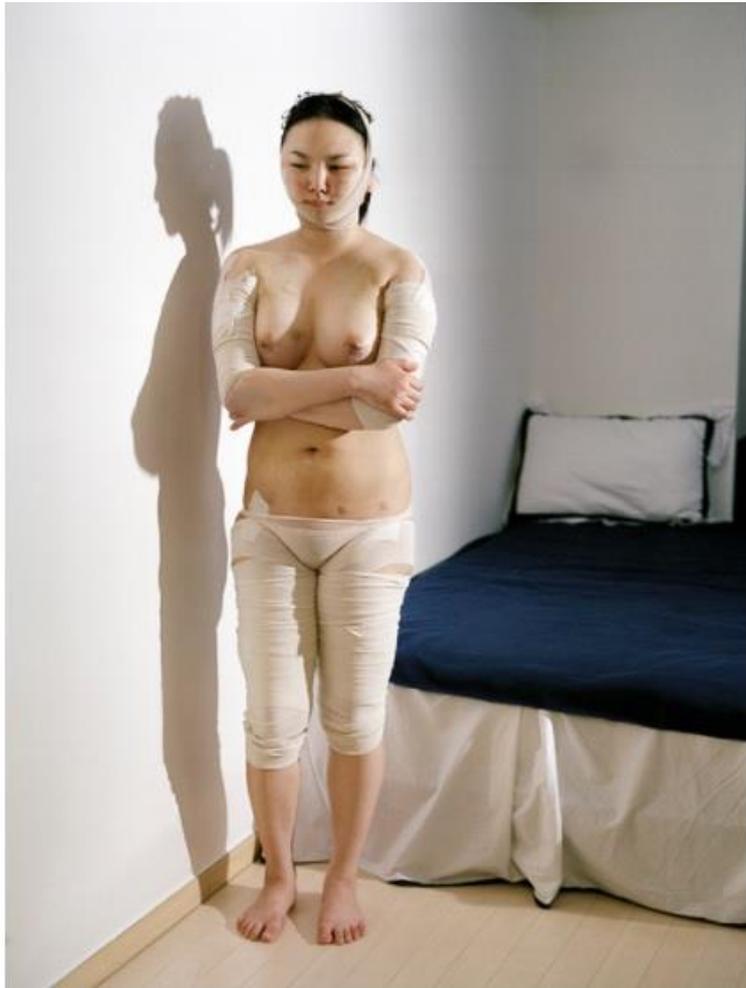
Nesse sentido, a mídia contribui para tornar visíveis símbolos de beleza ligados à magreza, juventude e perfeição das formas e faz circular discursos de que é possível driblar a “feiura” e a velhice através do investimento no corpo. Rodeadas pelo discurso midiático sobre o corpo na Coreia do Sul, as mulheres são chamadas à interpretação e à identificação com o imaginário construído. Ao folhearmos uma revista ou navegarmos por uma página sobre moda, beleza e saúde, nos deparamos com imagens bem produzidas em que modelos posam sorridentes, com corpos esculpidos e vestindo as últimas tendências da moda:

Assim, **a indústria da beleza faz-se discurso** ao propiciar informações sobre tendências da moda com respeito a roupas, acessórios, maquiagem, corpo, cabelo, etc, **indicando o que é prestigiado ou não em termos de tratamentos estéticos e o que deve ser consumido e como**. Traduzindo uma indústria específica, seja a *diet*, a tradicional, a da saúde ou da cosmética, a mídia apresenta-se como **uma vitrine onde desfilam corpos, que no início do século XXI, devem ser magros, sem gorduras, malhados e bem vestidos** (SOUZA, A., 2004, p. 186, itálico da autora, grifos nossos).

Nas revistas femininas voltadas para o culto ao corpo, as imagens são um importante recurso para a representação do ideal de mulher bonita, “sarada”, bem-sucedida e feliz. Em geral, a publicidade faz uso dessas fotografias para levar o espectador a consumir, além de propagar modelos de identificação dos sujeitos, causando-lhes efeito de verdade, sem deter sobre a imagem um olhar mais reflexivo.

Rompendo com essa “linearidade” nas produções fotográficas, a fotografia 2 traz à mostra um corpo feminino seminu distante do frequentemente associado à concepção de beleza que se vê na mídia e, principalmente nos comerciais de cirurgia plástica; é um seminu que desorganiza os sentidos que se produziu sobre a beleza feminina. Uma fotografia importante, tanto pelo modo como foi produzida quanto pelos significados e valores que transmite.

Fotografia 2



Fonte: YEO (2014).

No caso da fotografia 2, o horror é pela objetificação do corpo, por sua associação ao que foge ao imaginário construído socialmente. Há um deslizamento de sentido para uma parte “humana” da busca pela beleza. Uma parte real, aquela não evidenciada no processo de obter os resultados idealizados antes da intervenção cirúrgica: “Existe uma banalização da cirurgia plástica, como se esta não comportasse nenhum risco e não se tratasse de uma intervenção que demanda muitos cuidados” (NOVAES, 2013, p. 221).

Produz-se outro lugar para significar a beleza e também outro lugar de identificação para o sujeito que a observa, uma imagem que marca a falha dos processos discursivos e evidencia o movimento possível dos sentidos que a AD aborda.

Se a foto “se solta à deriva num passado flexível e abstrato, aberto a qualquer tipo de leitura (ou de associação a outras fotos)” (SONTAG, 2004, p. 86), pode-se afirmar que, como produto social em interação com a linguagem, este corpo seminu, da fotografia é a marca do social, do ideológico, do histórico e do discursivo, produzindo cicatrizes e textualizando o corpo feminino.

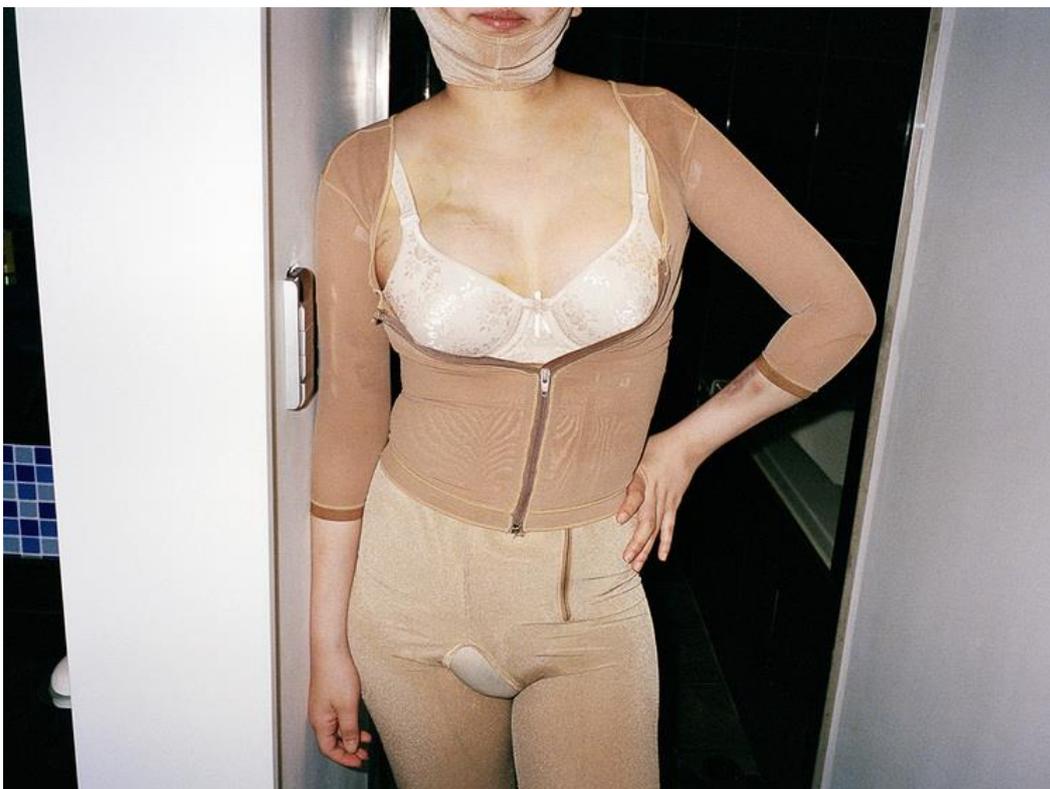
Por coincidência ou “intenção” da fotógrafa, a sombra da jovem que se projeta na parede possui contornos mais finos do que a personagem fotografada. Uma silhueta magra, aquela verbalizada no consultório médico antes da cirurgia e também presente na mídia como ideal, associada com saúde e beleza, é a silhueta oferecida como o objetivo a ser alcançado, estética e eticamente na Coreia do Sul.

Ser magra significa ser bela, sensual, saudável, estar na moda, ter sucesso pessoal e profissional, *status* e estar inserida socialmente. A preocupação não é somente então com o peso em si, mas com toda a rede de significações que há: o fracasso pessoal e moral em não ser capaz de autogerir-se e controlar-se para alcançar o corpo que deseja, tendo como consequência a vergonha, a culpa, o descontrole e o isolamento dos demais.

Então, a sociedade, respaldada pela mídia, está repleta de dicas para moldar o corpo feminino em um padrão de beleza praticamente inatingível: cirurgias plásticas, dietas, cosméticos, pílulas milagrosas que garantem resultado na perfeição corporal associada a magreza.

Nesse sentido, a fotografia 3 complementa a reflexão.

Fotografia 3



Fonte: YEO (2014)

É uma fotografia sem grandes produções e efeitos causando a impressão de mal tirada, até desconcertante e confusa. Tem-se um corpo sem rosto, com várias partes cobertas por ataduras e hematomas indicando várias cirurgias.

A mão na cintura é uma característica de fotografias posadas, uma marca das modelos em desfiles e revistas; no entanto, aqui não está inserida no contexto de um editorial de moda, propaganda ou capa de revista. Tem-se uma foto também em recuperação, assim como o corpo no pós-cirúrgico. É a foto de um corpo que não recebeu tratamento digital, que ainda não se encontra “pronto” para aparecer na mídia (ou sociedade), mas que, após a *recuperação*, poderá ser “naturalmente” belo, sem a necessidade de corrigir as imperfeições com efeitos de informática.

É um corpo que se espelhou em imagens da mídia para tornar-se também uma imagem corporal bem produzida, saudável, magra e, portanto, bela, como ditam os discursos médicos, estéticos e da propaganda. Nestas imagens, o corpo é relevante, funcionando como elemento de identificação para os sujeitos consumidores, e objetificado para ser consumido e reproduzido em “larga escala”,

uma vez que importa mais a imagem corporal que se apresenta, do que a identidade que o sujeito possui.

No recorte da fotografia, o rosto não aparece e é ele justamente que nos identifica e garante que somos cidadãos de determinada cidade, estado, país, diante do Estado, aquele impresso nos documentos pessoais associados a um nome. Diante das CPs e da FD que controla os corpos na sociedade sul-coreana, a não aparição do rosto na fotografia desloca o sentido de identidade para outro contexto: de que o que identifica os sujeitos é a imagem corporal e não o rosto.

Eis um corpo, sem rosto, que se submeteu a várias cirurgias atendendo exigências sociais, culturais e ideológicas em que pouco importa quem o sujeito seja, mas sim como seu corpo se apresenta, dentro ou fora dos padrões. Um corpo passível de manipulação, podendo ser semelhante a qualquer imagem apresentada na mídia, seja de uma modelo, cantora famosa, atriz ou capa de uma revista, portanto, a identidade ou identificação é a partir do culto ao corpo.

Apesar de, ao revelar o uso da cirurgia plástica admitir-se uma imperfeição, no retorno ao sentido do que é ser bela para a mulher sul-coreana, com toda a rede simbólica que isso aciona, o aceite para ser fotografada e se expor ao olhar do outro (social) pode significar a satisfação em ser capaz de autogerir seu corpo, de “aguentar firme” o pós-operatório, de se mostrar em funcionamento com a sociedade, ao invés de simbolizar fraqueza e vergonha. Reafirmando papéis associados ao feminino e remetendo a ideia do corpo belo como uma conquista pessoal, retornando a sentidos que forjam a identidade feminina envolvida nessa luta em que ser bela é o grande objetivo.

Ambicionando as vantagens com o resultado da cirurgia, as mulheres escolhem entre a dor psíquica de ter o "corpo errado" e a dor física da cirurgia. Assim, pelo funcionamento da memória discursiva, o já-dito sobre o corpo da cirurgia estética permite que ideais culturais se tornem (até certo ponto) uma realidade, visto que “o modo de aparição de um corpo sempre retorna a algo anterior: retomadas de outras imagens” (SCHONS, 2015, p. 182), entrecruzando acontecimento e memória discursiva. Como já apresentado neste estudo, o corpo

Foi discutido como o suporte biofisiológico que **possibilita a existência orgânica do sujeito e que é, ao mesmo tempo, espaço de memória, espessura material** cujas especificidades o definem como humano, espessura que, significada **no/pelo discurso, pode**

determinar lugares de fala, posições discursivas e sobre determinar o dizer (HASHIGUTI, 2012, p. 99, grifos nossos).

As cores, traços, formas e gestos corporais são constituídos por memória (genética e/ou discursiva) e significados no discurso a partir de dadas CPs. O corpo é ao mesmo tempo o suporte orgânico do sujeito e seu espaço de significação (HASHIGUTI, 2012). Nesse sentido, o corpo em recuperação, das fotografias, aparece como materialidade discursiva em que é possível observar a interpelação dos discursos sobre como deve ser o corpo feminino na Coreia do Sul. E, sendo a fotografia uma materialidade, possibilitou o retorno, no fio discursivo, de valores que a mulher sul-coreana acredita ser adequados no trato com seu corpo.

Pela fotografia, há “cristalização” desses efeitos de sentido afetando o sujeito sob o atravessamento de FI e FD, “condições exteriores à materialidade e ao sujeito, mas determinantes do sentido - da relação com a memória discursiva - memória de língua(gem) que o constitui e possibilita historicamente os sentidos” (HASHIGUTI, 2012, p. 99).

De acordo com Barthes (1984), o sujeito se transforma em imagem no momento em que é fotografado:

Ora, a partir do momento que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: **ponho-me a ‘posar’, fabrico-me instantaneamente um outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem.** Essa transformação é ativa: **sinto que a Fotografia cria meu corpo ou o mortifica**, a seu bel-prazer (BARTHES, 1984, p. 22, grifos nossos).

Essa “transformação”, portanto, pode estar associada a efeitos simbólicos sobre as mulheres que realizaram cirurgia plástica, cujos corpos estão marcados fisicamente por FI e FD.

E assim, o corpo (e o dizer) de um sujeito

inscreve-se, sempre, por identificação, em alguma FD que autoriza certos discursos e impede outros. Ou seja, o sujeito, ao produzir seu discurso, **o faz afetado pela ideologia e pelo inconsciente e, por conseguinte, seu dizer inscreve-se, sem que ele perceba, em uma FD determinada**, de onde não só ele retira os elementos de saber que se organizam no interior de seu discurso, como também, e, sobretudo, ele se significa ao significar ou ressignificar o seu dizer (SCHONS, 2015, p. 185, grifos nossos).

Como já visto, o corpo é também construído pela linguagem, portanto, atravessado por discursos que o determinam, enunciam e produzem sentidos: “A

linguagem tem o poder de nomeá-lo, classificá-lo, definir-lhe normalidades e anormalidades” (GOELLNER, 2003, p. 02), inclusive determinar o que é considerado um corpo belo, jovem e saudável e o que não é, como na SD7:

SD7: Lee-Kyung Mi, de 28 anos, **fez a primeira cirurgia há um ano**, para fazer a dobrinha do olho. Há algumas semanas, fez o implante de nariz. **‘Eu me olhava no espelho e não ficava satisfeita’**, disse ela, **‘agora tenho mais confiança no trabalho e para encontrar pessoas. Até consegui achar um namorado’** (G1, 01/02/2012, grifos nossos).

O discurso da mulher que fala na SD7 está exposto de acordo com o imaginário e alinhado às práticas institucionais que regulam o corpo na Coreia do Sul, como *não ficava satisfeita* com sua aparência, frente a um imaginário construído sobre o que é ser bela. Vale lembrar que a beleza é também uma construção social e realizar cirurgia plástica nas CPs apresentadas é estar inserido em uma FD majoritária que silencia outros sentidos possíveis sobre o corpo, em que são empregados vários outros dizeres que legitimam os discursos sobre beleza, cirurgia plástica e perfeição estética como verdade, necessidade e alcançável a qualquer indivíduo, basta querer.

Ao afirmar que *até consegui achar um namorado*, supõe que as relações afetivas são afetadas pela beleza proporcionada pós-cirurgia plástica, em que o fato de ser “feia” a impedia de namorar, mas após a cirurgia *até* isso melhorou. Agora satisfeita, mais confiante e bela pôde usufruir da sua feminilidade para encontrar um companheiro. Supõe também que, antes da cirurgia, a mulher tinha medo de sair de casa e encontrar pessoas, retomando a reflexão já feita no decorrer desta dissertação: o julgamento que o sujeito faz de sua imagem corporal pelo olhar do outro.

Além disso, as “imperfeições” e “falhas” também são determinadas pela FD e pela ideologia. Olhar-se no espelho e encontrar algo que não agrada parte das imagens e discursos já-ditos sobre qual o tamanho ideal para a cintura, para o nariz, para os lábios, para o peito, etc., ou seja, uma insatisfação construída:

O conhecimento de que a subjetividade é constituída pela e na alteridade, como o discurso psicanalítico tão notavelmente revelou, com Freud e Lacan, **torna visível a multidão que orienta e normatiza o olhar que habita o espelho** (CABEDA, 2004, p. 322, grifos nossos).

Assim, ao afirmar na SD7 que *agora tenho mais confiança no trabalho e para encontrar pessoas*, a mulher não percebe o atravessamento ideológico que lhe é constitutivo e a FD determinando que, ao atender o padrão via cirurgia plástica, ela estará consumindo, mantendo o sistema e conseqüentemente “apta” a socializar nesta sociedade, conferindo-lhe prazer e poder: poder ser outra pessoa³¹ após a cirurgia, poder consumir o corpo (porque tem as condições: dinheiro, força de vontade, recursos médicos e cosméticos), poder atender o que se espera da mulher na Coreia do Sul e poder “recuperar” beleza, autoestima e completude, que estavam “escondidas” atrás da “feitura” do corpo.

Sentir-se incluído significa estar de acordo com o padrão proposto, portanto, ser gordo ou não ter o rosto simétrico não é apenas um desagrado estético, mas também implica na exclusão do sujeito do meio social:

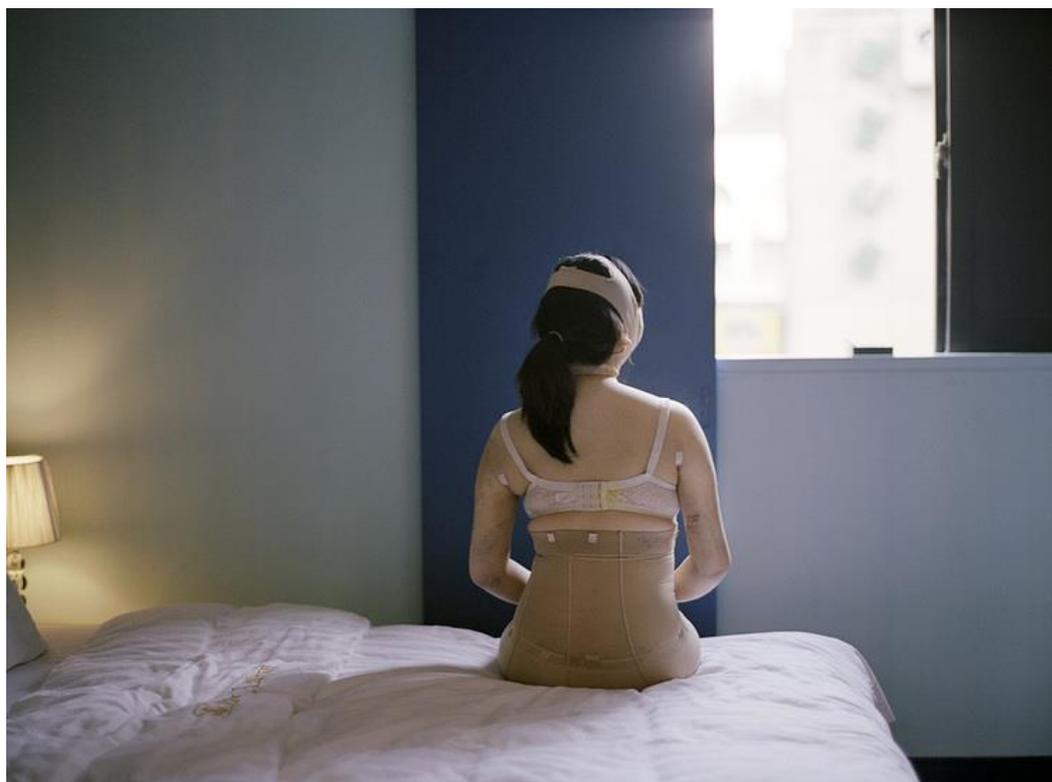
A impressão que temos de nós mesmo e dos outros é produzido em função do confronto a vários parâmetros identitários (acessados pela memória) que compõem nossos julgamentos estéticos, atravessados continuamente por questões de ordem moral, política e ideológica (SOUZA, A., 2004, p. 185, grifos nossos).

Estas questões se configuram como relações sociais e de poder sobre a beleza feminina e são apresentadas aos sujeitos, por meio dos discursos e imagens, da mídia, criando efeitos de sentido e operando na produção de verdades cristalizadas socialmente, o que leva à “aceitação” da cirurgia plástica como o principal recurso para sanar as “imperfeições”.

Retomando a análise de *Sala de Recuperação da Beleza*, nota-se, pelos curativos, que as personagens não realizaram apenas uma cirurgia plástica, não é um simples retoque, alterar algum ponto específico que não agrada; em vez disso, há uma repaginação total, alterando parte por parte do que está em desacordo com o ideal imaginado pelo sujeito, conforme a fotografia 4.

³¹ Ser outra pessoa no sentido de tornar sua aparência melhor, diferente e, portanto, sentir-se feliz, bela, satisfeita e completa. No entanto, tornar-se diferente, na verdade é tornar-se igual, igual ao padrão, igual a outras imagens corporais que sustentam o padrão.

Fotografia 4



Fonte: YEO (2014).

O que se vê além de uma mulher sentada na cama, com o olhar voltado à janela?

Parte de seu corpo está envolto por ataduras, como nas demais fotografias. Na cabeça, faixas que mantêm a mandíbula com poucos movimentos; na cintura, uma cinta característica de recuperação cirúrgica; os braços marcados por hematomas oriundos de lipoaspiração e o sutiã, mais largo e confortável, indica a inserção de prótese de silicone.

As várias cirurgias se apresentam como uma das questões da subjetividade feminina que implicam o culto ao corpo e à aparência. Elas podem simbolizar a “armadilha” do projeto de aperfeiçoamento do corpo e de satisfazer o *objeto a*, visto que, na transitoriedade dos corpos, há uma contradição em melhorar a aparência para tornar-se diferente do que é, quando, na verdade, é tornar-se igual ao padrão estabelecido:

Elegidas como a matéria-prima da obra de um tipo especial de mestre, **as pacientes têm seus corpos remexidos, retocados e**

esculpidos em uma busca incessante da otimização máxima do resultado final (NOVAES, 2013, p. 165, grifo nosso).

Moldados e ajustados no centro cirúrgico, reproduzem-se corpos semelhantes, como se fossem produzidos em série (assim como nas indústrias), em que um dos padrões de qualidade é a uniformidade dos produtos. E, porque são tomados como parâmetros o corpo magro, o maxilar em forma de V, o nariz pequeno e delicado, a pálpebra dupla, o corpo feminino também apresenta uniformidade com o imaginário construído sobre o corpo belo e com os discursos que o normatizam e o classificam.

Como visto no decorrer deste estudo, a beleza feminina tem seu valor de troca reforçado na sociedade sul-coreana, seja para angariar um emprego ou inserção social, então o corpo possui valor simbólico também no processo de subjetivação feminina:

Ao tentar responder à demanda do Outro da cultura por uma aparência que contemple a tríade juventude-beleza-saúde, **as mulheres encontram uma série de produtos e serviços no campo da medicina e na indústria de cosméticos**, que asseguram um corpo perfeito e garantia de satisfação com a imagem corporal (CABEDA, 2004, p. 320, grifos nossos).

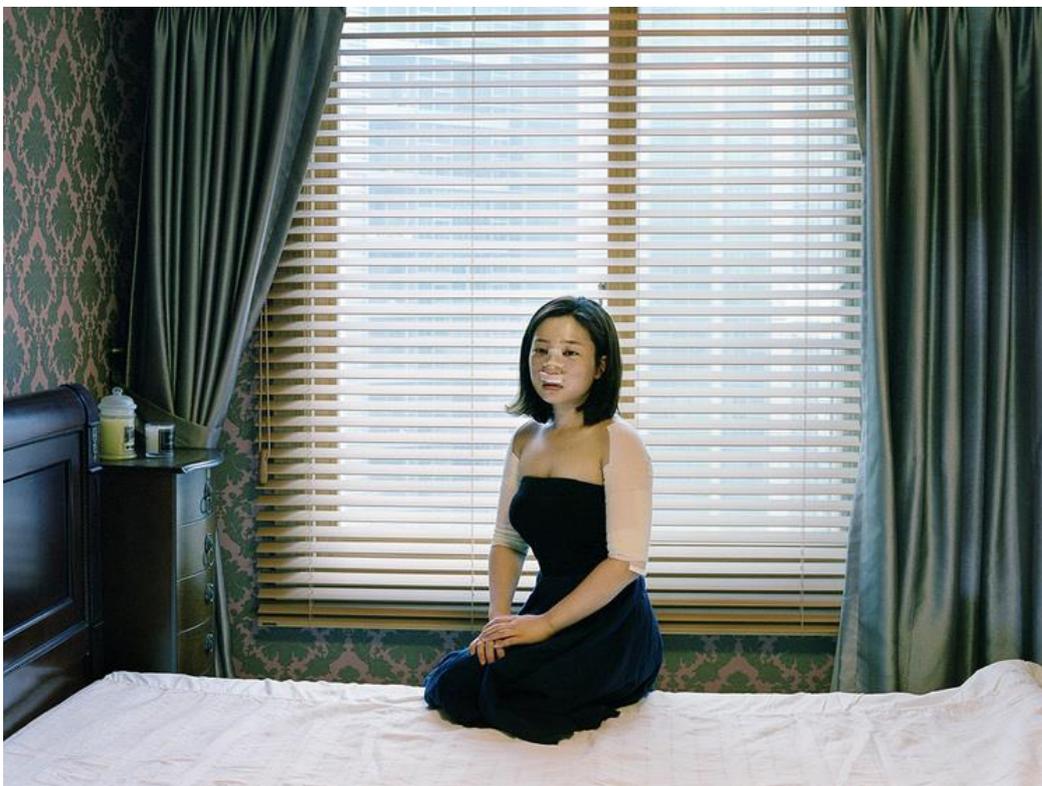
Há uma íntima relação entre a imagem corporal que o sujeito tem de si e a imagem corporal que o Outro faz deste sujeito, ressaltando o aspecto social na construção da imagem do corpo e dinamicidade da imagem corporal frente às diversas possibilidades de modificação.

Vale ressaltar que, embora dentro de padrões determinados e sob o atravessamento da ideologia e da FD, fazer uma cirurgia plástica é uma “escolha” feminina, por isso a janela (da fotografia) pode ser relacionada com a “liberdade” deste corpo, que, após a recuperação, estará apto a funcionar em uma sociedade que incita um corpo milimetricamente perfeito. Um corpo que antes da cirurgia estava amarrado sob o julgamento do outro que o classificava como “feio” (fora do padrão). Então, sozinha com o olhar voltado à janela, ela aguarda sua recuperação para quando retornar ao seu cotidiano poder sentir-se bem, em funcionamento com a sociedade exigente.

A cirurgia simboliza a sensação de liberdade, pois acena para a possibilidade de exhibir o corpo, uma satisfação em adequar-se ao padrão; então, até alcançar o

resultado, fica escondida, reclusa “na escuridão” na ânsia de “renascer” bela e, portanto, feliz, o que se repete na fotografia 5.

Fotografia 5



Fonte: YEO (2014)

Novamente, na fotografia, aparece ao fundo a janela: “a luz no fim do túnel” para a satisfação corporal.

De acordo com Sontag (2004, p. 26), “tirar uma foto é participar da mortalidade, da vulnerabilidade e da mutabilidade de outra pessoa (ou coisa)”; então, visto que as fotografias foram tiradas durante o momento de recuperação do embelezamento, momento em que o corpo está passando pela transição do pós-cirúrgico para o corpo idealizado (para a realização pessoal em alcançar a satisfação com o corpo), a fotografia foi capaz de congelar uma fatia desse momento e “eternizá-lo”, torná-lo único.

Sozinha, reclusa, aprisionada, mesmo que por tempo determinado, ao processo de recuperação do embelezamento e a um aprisionamento interno, dever atender aos padrões socialmente estipulados e exigidos nesta sociedade, capazes de estimular a busca pela cirurgia plástica como fonte de felicidade e inserção social, uma vez que conquistar um corpo como o das pessoas bem-sucedidas (elite) é

ascender imaginariamente a uma condição social à qual o sujeito não pertence; assim, desliza-se o sentido de que os “belos” pertencem a uma classe social elevada que os “feios” não podem ocupar.

“Presas” em um quarto em que só é possível visualizar o mundo lá fora por meio da janela, também se pode produzir o sentido de que a janela seja o olhar do Outro (da cultura, da mídia, da família, dos amigos) e que esse corpo em recuperação se prepara para a exposição e para a aprovação desse olhar, onde se apresenta a ilusão de que ter um corpo perfeito é ser perfeita.

O ato de sentar-se sobre os joelhos pode discursivizar sinal de respeito, devoção, submissão, entre outros sentidos; submissão à FD que orienta as formas que esse corpo deve ter e uma devoção ao culto ao corpo como forma de subjetivação, identificação e de melhor mostrar sua essência.

É um sinal de respeito aos discursos da mídia, da ideologia, dos cirurgiões e especialistas que falam com propriedade sobre o corpo belo, visto que esse corpo feminino não pode existir senão em alteração, melhoria, construção, pois não encontra lugar social para ser outro senão o do padrão.

Diante disso, com base no que apresenta Novaes (2013), pode-se afirmar que a cirurgia plástica produz sentidos relacionados à solução para problemas, no sentido de não aprender a conviver com o “defeito”, mas mudá-lo, e não se contentar com a aparência que tem, mas consumir o corpo de modo a melhorá-lo constantemente. Assim, tem-se a cirurgia plástica como um

Instrumento de autonomia do indivíduo em relação ao próprio corpo; agir para alcançar felicidade e harmonia; **fim do sofrimento de não possuir o corpo desejado**; alívio do sofrimento causado pela autoimposição de padrões sociais de aparência; **solução para problemas de baixa autoestima**; tecnologia a favor das tecnologias do *self*; **alívio para o sofrimento internalizado de não corresponder às expectativas corporais ideias da sociedade** (NOVAES, 2013, p. 137, itálico da autora e grifos nossos).

A sociedade de consumo fornece a ilusão de que os objetos ou serviços (estéticos) tamponariam as faltas dos sujeitos e assim o corpo se torna objeto de consumo, na contemporaneidade, *corpo de transição*, sempre em movimento, sujeito a ser construído, formatado, reparado e esculpido. Trata-se de consertar a aparência e atualizá-la constantemente, com a recusa de deixar o tempo agir sobre ela, assim como um produto não pode tornar-se obsoleto.

Também, a restrição das relações sociais com aqueles que não atendem ao padrão leva o sujeito a procurar ferramentas que o ajudem a solucionar este incômodo.

Com base nisso, retorna-se às questões apresentadas na página 90, sendo possível afirmar, sob a perspectiva da AD e das reflexões apresentadas, que nessa rede de constituição do sentido estão envolvidas e intrincadas formações imaginárias construídas pela imagem que a mulher fotografada faz de seu corpo e de si, da imagem que ela faz de outros corpos apresentados como belos e a imagem corporal que o(s) outro(s) faz(em) do corpo dela.

Como o discurso sobre a beleza é constituído por dizeres instituídos no imaginário corporal, que fixam e trazem determinados efeitos de sentidos, de acordo com a FD envolvida, vê-se o corpo em recuperação pós-cirúrgica como algo positivo por uma FD, e por outra, negativo. O processo (doloroso) pós-cirúrgico é silenciado nas propagandas e discursos sobre a cirurgia plástica, dá-se preferência para os resultados e, principalmente, para o antes e depois da modificação corporal; no entanto, o que *Sala de Recuperação da Beleza* apresenta é o *durante* a transição. O momento em que a operada sente as dores, toma remédios para evitar infecções e inflamações, fica reclusa cuidando dos curativos, “pagando o preço” da busca pela beleza.

Ao discursivizar este corpo em *recuperação*, parte-se de CPs em que o corpo é considerando um lugar de identificação do sujeito e, após alcançar o corpo belo é possível obter reconhecimento, ascensão social, poder e visibilidade, com o corpo de um sujeito pleno e completo, porque “saciou” o desejo (psicanalítico), com o corpo ao qual se atribui valor de mercado e exposto em uma vitrine social; com o *corpo de transição* da classificação “feio” para “belo”, afetado pela ideologia, pela mídia, pelo consumo e por vários discursos que sustentam uma FD de culto ao corpo.

Sendo assim, *corpo de transição* pode expressar dois sentidos, de um corpo que transita de uma forma para outra, para recuperar uma beleza que supostamente já existiu, como também um corpo que é de transição, portanto, em constante movimento.

As fotografias materializam um corpo feminino que pode ser melhorado fazendo uso das práticas e técnicas que o mercado oferece. O que é comum nelas é o fato de trazerem no corpo as marcas da cultura do consumo e da valorização do

belo na sociedade sul-coreana, em que é necessário melhorá-lo para encontrar a beleza “real” como se fosse intrínseca ao sujeito, mas que estava “perdida” visto que o corpo não estava de acordo com a categoria (social e ideologicamente construída) “belo”, antes da cirurgia.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das novas formas de subjetivação na contemporaneidade, em que o ser se reduz à sua imagem corporal, percebe-se que alguns valores têm adquirido grande importância, dentre os quais se destacam o corpo, tomando frente na cena social e tornando-se alvo de investimentos.

As intervenções realizadas no corpo estão relacionadas às redescobertas, tanto as do sujeito sobre seu corpo, quanto as providas pelos avanços médicos, tecnológicos, científicos. A ideia de construção do corpo ganhou espaço privilegiado na era pós-industrial quando os antigos valores que estruturavam o corpo sofreram o impacto da contemporaneidade (VILLAÇA; GÓES, 1998).

Neste sentido, o objetivo desta dissertação era analisar os sentidos produzidos sobre o corpo feminino modificado via cirurgia plástica estética, com base nas fotografias do projeto *Sala de Recuperação da Beleza (Beauty Recovery Room)* de Ji Yeo, publicado na revista *Marie Claire* em 2014 e em SDs de *O Globo.com*, *Hypeness*, revista *Marie Claire* e *Portal BBC Brasil*, sobre o projeto cirurgia plástica e o mercado da beleza sul-coreana.

Com base nisso, partiu-se do entendimento de que é pela linguagem, sua significação e (re) significação em diferentes FDs e FIs que os sujeitos (e seus corpos) se constituem, significam e (re) significam e, são representados atualmente.

No capítulo 2, a partir da mobilização de alguns conceitos da AD francesa para análise do *corpus*, compreendeu-se que o corpo é entendido como materialidade discursiva e que processos discursivos, históricos, sociais e ideológicos são materializados no discurso da mídia e materializados também, no corpo feminino que realiza cirurgia plástica.

Porque os discursos sobre o corpo (da saúde, da estética, do médico, da mídia e da cultura do consumo) são moldados de acordo com as necessidades e interesses de uma conjuntura social e ideológica dada, com o objetivo de promover a identificação dos sujeitos com o imaginário de corpo ideal apresentado, e por estar inserido em uma sociedade onde a aparência possui grande valor social e a cirurgia plástica é um recurso que recebe investimentos científicos, tecnológicos, financeiros e midiáticos,

o sujeito, pelo modo como se constitui, não consegue perceber a FD que o determina e impõe esta pressão por um padrão de belo.

O corpo, portanto, também produz sentidos, visto que é afetado por determinações históricas e ideológicas que o constroem, assim como constituem o sujeito. Então, frente a uma sociedade (Coreia do Sul) em que os discursos que circulam sobre beleza estão envoltos em realizar uma ou várias cirurgias plásticas a fim de atender qualitativos estéticos construídos com base na mídia, na cultura do consumo e no imaginário criado sob o corpo feminino perfeito, esta pesquisa visou analisar os possíveis efeitos de sentido produzidos por estas fotografias e compreender também a materialidade discursiva verbal em consonância com o processo sócio-histórico e ideológico em que estão inscritos. Por isso, fez-se necessário contextualizar o lugar do corpo feminino na Coreia do Sul, bem como as relações com a memória que este *corpus* retoma, porque, com base nas CPs e imaginários construídos, nota-se a *memória discursiva* retornam outras formulações de outros sujeitos em outro contexto sócio-histórico sobre a padronização do corpo feminino relacionada à FD a que o sujeito está inserido.

Neste sentido, pode-se afirmar que FD, memória e história estão articulados em um processo de regularidade e instabilidades dos sentidos sobre beleza feminina, uma vez que retoma discursos que padronizaram o corpo feminino dados em outra conjuntura histórica e social, como apresentado no capítulo 3.

As discussões apresentadas neste estudo mostram a FI do culto ao corpo agindo sobre o sujeito, por meio de vários discursos, e que as ataduras e hematomas, das fotografias, podem simbolizar os efeitos do atravessamento ideológico e da FD determinando o que e como deve ser o corpo feminino na Coreia do Sul.

Conforme discutido no capítulo 4, a modificação do corpo por meio da cirurgia plástica pode representar um facilitador na divulgação da cirurgia feita para o bem-estar do sujeito. Seria uma forma de o sujeito forjar novos contornos para a construção de sua imagem corporal por meio das transformações, novamente, gerando a falsa autonomia e controle, não percebendo a FD e a Ideologia determinado o que pode e deve ser dito/feito.

Após compreender como se dá a subjetividade feminina na contemporaneidade sul-coreana, como efeito do assujeitamento ideológico a uma dada FD, foi possível notar que circulam discursos que colocam o corpo como objeto de consumo, plastificado, passível de modificação por meio de cirurgia, reformado

para mostrar “o melhor” do sujeito, apto a inserir-se socialmente, pois atende ao padrão de beleza.

Assim, evidencia-se que a subjetividade feminina é construída em conformidade com os imperativos morais e sociais de possuir o corpo belo, que incluem normas ideológicas, além de uma lógica econômica lucrativa que abrange o desejo humano. Este corpo é marcado pela ideologia capitalista do consumo, que cria a necessidade (corpo belo), e a mídia exerce a função de incentivar o sujeito a atendê-la. O discurso publicitário da Coreia do Sul sugere que possuir um corpo belo possibilita a mulher atingir a felicidade plena, sucesso, *status*, ou seja, suas faltas seriam supridas com a alteração do corpo.

Constatou-se, com a análise do *corpus* no capítulo 5, que as mulheres fotografadas buscam suprir seu *objeto a* com os resultados da prática cirúrgica, ou seja, a satisfação pessoal de autogerir-se, a inserção social, o *status* gerado pelo corpo da moda, com uma subjetivação que revela uma mulher disposta a mudar sua condição física, constituindo um “novo corpo” e uma “nova identidade”. Assim, ela imagina ser capaz de conquistar a felicidade, valendo-se da retomada do discurso médico (cirurgião plástico) e do consumo, produzindo um sentido de identificação do sujeito com o corpo belo, o resultado da cirurgia plástica seja capaz de fornecer bem-estar, equilíbrio, satisfação e completude ao sujeito desejanste.

Associado a este discurso, a publicidade faz uso das imagens, demarcando um ideal estético característico das classes sociais mais privilegiadas economicamente, construindo e reforçando um imaginário de como deve ser o corpo feminino. Intermedia a identificação das mulheres com seu corpo e com o corpo que “desejam” ter, porque dá suporte (pela associação do verbal e não-verbal) a uma identificação imaginária de que a mulher da mídia sabe como é ser bela, associando essa imagem corporal à noção de sucesso, de liberdade, de bem-estar e de felicidade.

Com base nessas conclusões, observou-se que a busca sul-coreana pelo corpo belo, via cirurgia, está cristalizada como uma necessidade para funcionar adequadamente de acordo com o *status* e os valores éticos e morais desta sociedade. No interior dessas relações, em que o corpo feminino está inserido e sendo significado, criou-se (social e ideologicamente) uma nova categoria de exclusão social: o feio. Assim, pôde-se compreender que a feiura está relacionada a não atender aos padrões estabelecidos, portanto: ser gorda, não usar cosméticos, não se submeter a tratamentos estéticos, não usar roupas da moda, não esconder

os sinais de envelhecimento e não consumir em nome de corpo magro, jovem e saudável é ser um desvio da ordem vigente, portanto, feio.

A análise do projeto fotográfico *Sala de Recuperação da Beleza* se fez importante por refletir sobre a relação do sujeito contemporâneo com seu corpo e os modos como, na atualidade, acontecem os processos de subjetivação sob a perspectiva discursiva e psicanalítica e os diversos discursos que normatizam o corpo feminino como um objeto do mercado a ser investido e trabalhado, a fim de tornar-se belo, conforme as determinações sociais.

As fotografias materializam um corpo que pode ser melhorado fazendo uso das práticas e técnicas que o mercado oferece, porque as personagens fotografadas mostram seus corpos sob os efeitos da cirurgia plástica (durante o pós-cirúrgico) que materializam os discursos (FI e FD) sobre beleza na Coreia do Sul, tendo em vista que são visíveis as alterações físicas que marcam aquele corpo, configurando-o como um corpo em recuperação/alteração.

Conclui-se, portanto, que a cirurgia simboliza a “liberdade” da mulher sul-coreana, pois acena a possibilidade de exibir o corpo adequado ao padrão e que espera um olhar positivo do Outro (cultura, sociedade), acolhendo-o socialmente. A *Sala de Recuperação da Beleza: Sentidos sobre o belo em um corpo de transição* se refere a um corpo que transita entre o corpo que se tem e o imaginário de um corpo belo construído com base em qualitativos estéticos sociais, ideológicos, históricos e “morais”, como se fosse possível *recuperar* uma beleza (e autoestima) “perdida” (como o objeto a), que existe na sua essência, e que, por conta do corpo “errado”, “feio”, fora do imaginário estabelecido, não é possível visualizar, e um corpo sempre em movimento buscando alcançar a falta, que é completa do sujeito e, assim, inalcançável.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Sandra dos Santos. **“Uma boa forma de ser feliz”**: Representações de corpo feminino na revista **Boa Forma**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2002.
- AZEVEDO, Aline Fernandes de, Cartografias do corpo: **metáforas contemporâneas da sutura e da cicatriz**. Tese (Doutorado). Universidade Estadual de Campinas. São Paulo, 2013.
- BBC Brasil. **Cirurgia plástica vira ‘moda’ na Coreia, mas gera ‘contos de terror’ na Justiça**. 17/12/2014. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/12/141215_plasticas_coreia_rm. Acesso em: 20 de mai. 2017.
- BARTHES, Roland. **A Câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: EDUSC, 1999.
- BIRMAN, Joel. **O sujeito na contemporaneidade**: espaço, dor e desalento na atualidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.
- BRETON, David Le. **Antropologia do corpo e modernidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- CABEDA, Sonia T. Lisboa. Uma estranha no espelho: feminilidade, imagem corporal e envelhecimento na contemporaneidade. **Revista Sitientibus**, Feira de Santana, n. 41, p.195-209. 2009.
- _____. **O corpo da cirurgia plástica: um olhar sobre a subjetividade feminina na contemporaneidade**. In: STREY, M. N.; CABEDA, S. T. L. *Corpos e Subjetividade em exercício interdisciplinar*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- CAROZZA, Guilherme; LAMBERT, Fábio Henrique de Oliveira. **O sujeito capitalista e o corpo transformado**. *Estudos Linguísticos*, São Paulo, 44 (3): p. 1053-1063, set.-dez. 2015.
- CASSANA, Monica F. **Corpos impossíveis: a (des)ordem do corpo e a ambivalência da língua no discurso transexual**. Tese (Doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Letras, Porto Alegre, 2016.
- CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, cultura de consumo e estilos de vida**. Tese (Doutorado). Universidade Estadual de Campinas. São Paulo, 2001.
- CUKIERT, Michele; PRISZKULNIK, Léia. **Considerações sobre eu e o corpo em Lacan**. *Estudos de Psicologia*, 2002, v.7, 143-149.
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

ELIA, Luciano. **O conceito de Sujeito**. 3.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

ELFVING-HWANG Joanna. **Cosmetic Surgery and Embodying the Moral Self in South Korean Popular Makeover Culture**. The Asia-Pacific Journal, Vol. 11, Issue 24, nº2, June 17, 2013.

ETCOFF, Nancy. **A lei do mais belo**. Tradução de Ana Luiza B. de Barros. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

FEATHERSTONE, Michel. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Estúdio Nobel, 1995.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro, et al. **Glossário de termos do discurso: projeto de pesquisa: A Aventura do texto na perspectiva da teoria do discurso: a posição do leitor-autor (1997-2001)**. Porto Alegre: UFRGS. Instituto de Letras, 2001.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **Análise de discurso e psicanálise: uma estranha intimidade**. Cadernos da APPOA. Porto Alegre, Nº 131, Dezembro, p. 37-52, 2004.

_____. **O corpo como materialidade discursiva**. Vitória da Conquista, V. 2, Nº 1, p. 77-82, 2013.

_____. **Análise do discurso e suas interfaces**; o lugar do sujeito na trama do discurso. Revista Organon. UFRGS. V. 24, n. 48, 2010.

FERREIRA, Francisco Romão. **Algumas considerações acerca da medicina estética**. Revista Ciência Saúde Coletiva vol.15, nº.1, Rio de Janeiro Jan. 2006.

FINK, Bruce. **O sujeito lacaniano; entre a linguagem e o gozo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1998.

FREUD, Sigmund. **Mas alla del principio del placer**. In: Obras Completas, vol. I. Trad. Ramon Rey Ardid. Madri: Nueva Madrid, 1968.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramallete. 35ª edição. Petrópolis: Vozes, 2008.

GELÉZEAU; Valérie. **The body, cosmetics and aesthetics in South Korea**. The emergence of a field of research, article en dépôt sur HAL-SHS, identifiant halshs-01211686. 6 octobre 2015.

GILMAN, S. **Making the body beautiful: a cultural history of esthetic surgery**. Princeton, Nova Jersey: Princeton University Press, 1999.

GIORGENON, Daniela; SOUSA, Lucília Maria Abrahão; PACÍFICO, Soraya Maria Romano. **Sujeito, corpo e um espelho (cibernético): a memória em imagem e em discurso**. Tempo Psicanalítico, Rio de Janeiro, v. 46.1, p. 81-97, 2014

GOELLNER, Silvana Vilodre. **A produção cultural do corpo**. In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs.) *Corpo gênero e sexualidade: um debate contemporâneo*. Petrópolis, Vozes, 2003.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **O acontecimento discursivo da na mídia: metáfora de uma breve história do tempo**. In: *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003.

_____. **Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades**. *Revista Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, vol. 4, n. 11, p. 11 – 25, nov. 2007. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/105>. Acesso em 15 de set. 2016.

_____. **Formação discursiva, redes de memória e trajetos sociais de sentido: mídia e produção de identidades**. *Anais do II Seminário de Análise do Discurso (SEAD)*. Porto Alegre, UFRGS, 2005.

G1. **Coreia do Sul lidera cirurgias para ‘ocidentalizar’ traços do rosto**. 01/02/2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/02/coreia-do-sul-lidera-cirurgias-para-ocidentalizar-tracos-do-rosto.html>. Acesso em: 10 de ago, 2017.

GRZESZEZESZYN, Claudineya Aparecida. **Identidades sociais em re-vistas: os “sujeitos” homens e mulheres sob o olhar do discurso publicitário**. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Campus de Cascavel. Centro de Educação, Comunicação e Artes. 2012.

HASHIGUTI, Simone Tiemi. **Um corpo na fotografia do jornal**. *Revista Eletrônica de Estudos do Discurso e do Corpo, Vitória da Conquista*, v. 1, n. 1, p. 98-103, 2012. Disponível em: <http://periodicos.uesb.br/index.php/redisco/article/viewFile/901/820>. Acesso em: 05 dez. 2017.

HOLLIDAY, Ruth and ELFVING-HWANG, Joanna. **Gender, Globalization and Aesthetic Surgery in South Korea**. *Body & Society* 18(2): 58-81, 2012.

HYPENESS Portal. **Por que pais coreanos dão cirurgias plásticas para os filhos antes que eles entrem na faculdade**. 2016. Disponível em: <http://www.hypeness.com.br/2016/07/por-que-pais-coreanos-dao-cirurgias-plasticas-para-os-filhos-antes-que-eles-entrem-na-faculdade/>. Acesso em mai.2017

ISAPS, **Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética** Blog. 2014. Disponível em: <https://www.isaps.org/pt/blog/bem-vindo-ao-blog-ISAPS>. Acesso em ago.2017

ISTOÉ. **Plástica radical**. Mônica Tarantino. 03/05/14. Disponível em: http://istoe.com.br/360841_PLASTICA+RADICAL/. Acesso em 13 mar. 2017.

KEHL, M. R. **Com que corpo eu vou?** Folha de São Paulo. São Paulo, domingo, 30 de junho de 2002. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs3006200209.htm>. Acesso em nov. 2017.

KELLNER, D. **A cultura da mídia, estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

KIM Eun-Shil. **The Politics of the Body in Contemporary Korea**. Korea Journal, Vol. 15, nº 3, p. 08-22, 2009.

MAGALHÃES, Belmira; MARIANI, Bethania. **Processos de Subjetivação e identificação: Ideologia e Inconsciente**. Linguagem em (Dis)curso, Palhoça, SC, v. 10, n.2, p. 391-408, maio/ago. 2010.

MARIE CLAIRE. **Sempre soube que queria ser igual a ela, diz coreana que fez cirurgias para virar “sósia” de Miranda Kerr**. 27/05/2014. Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Comportamento/noticia/2014/05/sempre-soube-que-queria-ser-igual-ela-diz-coreana-que-fez-cirurgias-para-virar-sosia-de-miranda-kerr.html>. Acesso em 05 mai. 2017.

MARIE CLAIRE. **"Os traços asiáticos são as primeiras coisas das quais elas querem se livrar", diz fotógrafa coreana**. 04/06/2013. Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Mulheres-do-Mundo/noticia/2013/06/os-tracos-asiaticos-sao-primeiras-coisas-das-quais-elas-querem-se-livrar-diz-fotografa-coreana.html>. Acesso em 20 de set. 2017.

MARIANI, Bethania. **Subjetividade e Imaginário Linguístico**. Linguagem em (Dis)curso, Tubarão, v. 3, Número Especial, p. 55-72, 2003.

MARIANI, Bethania. **Sentidos de subjetividade: imprensa e psicanálise**. Polifonia Cuiabá EdUFMT, V. 12 Nº. 1 p. 21-45, 2006.

MARWICK, Arthur. **Uma história da beleza humana**. Tradução de Luiz A. de Araújo. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

MILLER, J. A. **O osso de uma análise**. In: Revista da Escola Brasileira de Psicanálise. Bahia, número especial. Salvador, 1998.

NOVAES, Joana de Vilhena. **O intolerável peso da feiura: sobre as mulheres e seus corpos**. Rio de Janeiro. Ed. PUC-Rio: Garamond, 2013.

NOVAES, Joana de Vilhena; VILHENA, J. **De cinderela à Moura-Torta. Sobre a relação mulher, beleza e feiúra**. In: Interações. São Paulo: Unimarco, v. 3, n. 15, p. 9-36, 2003.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 12ª ed. Campinas, SP: Pontes, 2015.

_____. **Discurso em Análise: Sujeito, Sentido e Ideologia**. 02ª ed. Campinas, SP: Pontes, 2012.

OVÍDIO, P. *Metamorfoses. Livro III.* (340-510) Trad. de Bocage. São Paulo: Hedra, 2007

O GLOBO. **Sul-coreanas tem maior índice de cirurgia plástica per capita do mundo.** 2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/mundo/sul-coreanas-tem-maior-indice-de-cirurgia-plastica-per-capita-do-mundo-10440568>. Acesso em 13/mar/2017.

PAYER, M. Onice. **Linguagem e sociedade contemporânea – Sujeito, mídia, mercado.** RUA: Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da UNICAMP – NUDECRI. Campinas, SP, n. 11, março, 2005.

PÊCHEUX, Michel. **Análise Sintática e Paráfrase Discursiva.** (p. 163 a 173). In: ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de Discurso: Michel Pêcheux.* (Trad. De Cláudia Pfeifer). 4. Ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** 5ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

_____. *Análise automática do discurso.* (1969). (p. 61 a 162) In: GADET, Françoise; HAK, Tony (orgs). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux** (Trad. Bethânia s. Mariani et al.). 3. Ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

PÊCHEUX, Michel e FUCHS, Catherine. **A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas** (1975). (p. 163 a 179). In: GADET, Françoise & HAK, Tony. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux.* (Trad. Bethânia s. Mariani et al.). 3. Ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

RADDE, A. **Corpo e Resistência(s) na Constituição do Sujeito:** o discurso do corpo na Marcha das Vadias. In: VII Seminário Nacional de Linguagem e Ensino – SENALE, Pelotas – RS, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e Comunicação: Sintoma da cultura.** São Paulo: Paulus, 2004.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **Descobrir o corpo: uma história sem fim.** Revista Educação e Realidade, Porto Alegre. V. 25, n. 2, p. 49-58, jul/dez.2000.

SCHONS, Carme Regina. **Sociedade, corpo e relação subjetiva.** Acta Scientiarum. Language and Culture. Maringá, v. 37, n. 2, p. 181-188, apr.-June, 2015.

SILVA, Silmara Dela; CRUZ, Janaina Soares Almeida. **“Eu tenho um fusca e um violão”: sobre o discurso publicitário e a posição sujeito consumidor.** Entremeios: revista de estudos do discurso. v.11, jul.-dez, 2015.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia.** Trad. Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUZA, Aureci de Fátima da Costa. **O percurso dos sentidos sobre a beleza através dos séculos: uma análise discursiva**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, SP, 2004.

SOUZA, Tania Conceição Clemente de. **A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação**. Revista Rua, v. 7, p. 65-94, 2001.

TOREZAN, Zeila C. F; AGUIAR, Fernando. **O sujeito da psicanálise: particularidade na contemporaneidade**. Revista Mal-Estar e Subjetividade. Vol. 11. n. 02. Fortaleza, 2011.

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

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

VOGUE. **Máscaras para os lábios são novidades quentes no mercado de beleza**. 01/03/2017. Disponível em: <http://vogue.globo.com/beleza/noticia/2017/03/mascaras-para-os-labios-sao-novidades-quentes-no-mercado-de-beleza.html>. Acesso em: 10 de ago. 2017.

VOGUE. **Geração saúde: 5 dicas para manter corpo e mente em harmonia**. 28/01/2013. Disponível em: <http://vogue.globo.com/beleza/beleza-news/noticia/2013/01/geracao-saude-5-dicas-para-manter-corpo-e-mente-em-harmonia.html>. Acesso em: 10 de ago. 2017.

WILDE, Oscar. **O retrato de Dorian Gray**. Edição Bilingue. São Paulo: Editora Landmark, 2012. Disponível em: <http://cabana-on.com/Ler/wp-content/uploads/2013/08/O-Retrato-de-Dorian-Gray-Oscar-Wilde.pdf>. Acesso em 10/abr/2017.

WOO, Keong Ja. **The Beauty Complex and the Cosmetic Surgery Industry**. Korea Journal, Vol. 44, nº 2, p. 52-82, 2004.

ZORZAN, Fernanda Saldanha; CHAGAS, Arlando Toni Sousa das. **Espelho, espelho meu, existe alguém mais bela do que eu?** Uma reflexão sobre o valor do corpo na atualidade e a construção da subjetividade feminina. Barbarói, Santa Cruz do Sul, n. 34, jan./jul. 2011.