

Os sentidos da cirurgia estética: utilidade, futilidade, agência e/ou incorporação

The senses of cosmetic surgery: utility, futility, the agency and/or the incorporation.

Ana Lúcia de Castro*

Universidade Estadual Paulista (UNESP), Campus Araraquara, Brasil.

castroanalucia75@gmail.com

Resumo

Este artigo busca contribuir para a reflexão acerca do crescimento da prática da cirurgia plástica para fins estéticos e sua relação com a cultura de consumo contemporânea. Em outras palavras, discute-se a maneira como esta prática expressa valores e princípios estruturadores da cultura de consumo e ganha contornos diferenciados em contextos particulares, como as cidades de São Paulo e Londres, onde realizou-se trabalho de campo, envolvendo a coleta de informações em material de imprensa, dados em arquivos, entrevistas e observação em clínicas estéticas.

Palavras chave: cirurgia plástica, culto ao corpo, cultura de consumo, agência

Abstract

This article aims to reflect on the growth of the practice of plastic surgery for cosmetic purposes and its relationship with the contemporary consumer culture. In other words, we discuss how this practice expresses the values and principles for consumer culture and configures itself differently in different contexts, as the cities of Sao Paulo and London, where he held field work involving the collection of information in press materials, data files, interviews and observation in clinical aesthetic.

Keywords: cosmetic surgery; body cult; consumer culture; agency

* Doutora em Ciências Sociais. IFCH, Unicamp. Professora do Departamento de Antropologia e Professora do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da UNESP, campus Araraquara. Autora de "Culto ao Corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo", AnnaBlume, 2007 e "Saúde e Estética, a medicalização a beleza", 2011, dentre outros.

Os sentidos da cirurgia estética: utilidade, futilidade, agência e/ou incorporação

. Introdução

As ciências sociais contam com vários estudos que demonstram a forma como o corpo se configura em símbolo de uma cultura, espaço em que se projetam códigos de identidade e de alteridade, sendo os usos que dele se faz, associados ao vestuário, ornamentos e pinturas corporais, indicativos de universos simbólicos, capazes de nos ajudar a melhor compreender o mundo que o envolve. Vários trabalhos etnográficos nos informam a respeito do papel central ocupado pelo corpo para definição de identidades e elos de pertença a determinados grupos em sociedades não ocidentalizadas. Escarificações, tatuagens, pinturas e adornos corporais são recorrentemente identificados por estudiosos como recursos de marcação identitária, indicativos do lugar ocupado por indivíduos ou grupos na sociedade. As pioneiras reflexões de Durkheim (1984) e Mauss (2003), apontam a proeminência do social sobre o individual, postulando a origem social de todo ato classificatório e descartando explicações psicologizantes – que partem da idéia de que os homens classificam as coisas e o mundo por uma necessidade interna de seu entendimento individual. Para estes autores, trata-se de encontrar o lugar de onde se originam os sistemas classificatórios e, ao mesmo tempo, explicar a lógica interna que preside a formação, organização, o processamento e a atualização dos mesmos. Assim, o que caracteriza as referidas classificações é que as idéias estão nelas organizadas de acordo com o modelo fornecido pela sociedade.

Mary Douglas contribuirá para a reflexão aqui proposta, ao demonstrar a evidência do simbolismo social no corpo humano. Segundo a autora, os rituais públicos sobre o corpo, por ela estudados, evidenciam interesses coletivos, e não pessoais, pois se o corpo é próprio do indivíduo que participa do ritual, o que está sendo gravado na carne humana é a imagem da sociedade. (1976: 143) Haveria uma espécie de estoque de símbolos criados socialmente, que apareceriam nos rituais, que por sua vez, re-

presentariam as formas de relações sociais, o que permitiria aos indivíduos a compreensão de sua própria sociedade. Nas palavras da autora:

Como é verdade que tudo simboliza o corpo, então também é verdade que o corpo simboliza todo o resto. A partir deste simbolismo, que de camadas em camadas de significado interior remete à experiência do eu com seu corpo, o sociólogo encontra justificativa para retirar algumas amostras do “insight” sobre a experiência do eu na sociedade. (Douglas, 1976: 150).

Na mesma linha temos Marcel Mauss, que ao cunhar o conceito de técnicas corporais, define-as como *as maneiras como os homens, sociedade por sociedade, de uma forma tradicional, sabem servir-se de seu corpo* (2003: 401). Chamando a atenção para a compreensão das práticas corporais e suas origens e implicações sociais, o autor aponta para o corpo como o arcabouço simbólico da sociedade, signo das representações coletivas.

Contribuição importante também nos é fornecida por Pierre Bourdieu (1988), ao demonstrar que a linguagem corporal é marcadora de distinção social. A comunicação corporal ocupa posição fundamental na sua argumentação e construção teórica, que coloca o consumo alimentar, cultural e a forma de apresentação (incluindo o consumo de vestuário, artigos de beleza, higiene e de cuidados e manipulação do corpo em geral) como as três mais importantes maneiras de distinguir-se, pois são reveladoras das estruturas mais profundas determinadas e determinantes do habitus¹. Nas palavras do autor:

O corpo é a mais irrecusável objetivação do gosto de classe, que manifesta de diversas maneiras. Em primeiro lugar, no que tem de mais natural em aparên-

¹ O conceito de habitus, cunhado por Bourdieu, refere-se ao processo de interiorização/internalização das regras objetivas, o que ocorre de forma subjetiva. É conformador e orientador da ação, na medida em que é produto das relações sociais e tende a assegurar a reprodução dessas mesmas relações objetivas que o engendram.

cia, isto é, nas dimensões (volume, estatura, peso) e nas formas (redondas ou quadradas, rígidas e flexíveis, retas ou curvas, etc...) de sua conformação visível, mas que expressa de mil maneiras toda uma relação com o corpo, isto é, toda uma maneira de tratar o corpo, de cuidá-lo, de nutri-lo, de mantê-lo, que é reveladora das disposições mais profundas do habitus. (Bourdieu, 1988: 188).

Nesta mesma linha, nos lembra Mike Featherstone que o corpo é “*locus comunicacional*, tanto pela *linguagem/gestualidade*, como pela *forma*, que é *culturalmente codificada para operar como um indicador de poder social e prestígio*” (Featherstone, 1993: 55).

Todas estes autores nos instigam a buscar a chave para a compreensão da grande preocupação com a aparência corporal na contemporaneidade no âmbito da cultura, ou seja, dentre as orientações culturais norteadoras –ou desnorteadoras– das sociedades contemporâneas.

Cabe ressaltar que a preocupação com a aparência está ligada à cisão, própria da modernidade, entre o ser e o parecer. Diferentemente de outros momentos históricos, as sociedades modernas impõem aos indivíduos a necessidade de definirem suas identidades, não mais pré-determinadas pela tradição e pelo costume, como nos contextos tradicionais. Nas sociedades contemporâneas, o indivíduo deve repensar-se e redefinir sua identidade cada vez mais frequentemente (Hall, 2000), levando a uma condição em que tudo o que diz respeito à construção da aparência cresce em importância.

Segundo Anthony Giddens, no contexto da modernidade, o *self* –entendido como auto-identidade– é produto de um projeto reflexivo, sendo o indivíduo o principal responsável por ele. Nesta perspectiva, a *reflexividade* joga importante influência sobre a dinâmica da vida moderna, uma vez que *diz respeito à possibilidade de a maioria dos aspectos da atividade social, e das relações materiais com a natureza, serem revistos radicalmente à luz de novas informações ou conhecimentos* (Giddens, 1997, p. 18).

Percebe-se, claramente, um esforço do autor de evidenciar a efemeridade e multiplicidade de espaços e instituições sociais que marcam a condição moderna, situando o indivíduo como ser atuante neste processo. Diante da multiplicidade e segmentação de cenários que constituem a vida social, os estilos de vida configuram-se em espaços, ou *ambientes de ação* específicos, denominados pelo autor de *setores de estilo de vida*. Em parte devido à

existência de múltiplos ambientes de ação, as escolhas e atividades de estilo de vida tendem com grande frequência a ser segmentárias para o indivíduo: os modos de ação seguidos num contexto poderão variar mais ou menos substancialmente em relação aos adotados em outros contextos.

Deste modo, a construção da *aparência* –envolvendo adornos, posturas e modos de vestir– passa a depender cada vez mais das formas e volume corporais e torna-se elemento central no projeto reflexivo do *self*. Daí o evidente crescimento da indústria da beleza, que coloca o corpo como elemento central na busca de sentidos e referências mais estáveis, talvez por constituir-se, supostamente, em único domínio ainda controlável pelos indivíduos. Talvez possamos pensar a obsessão atual pela construção da aparência como espécie de resposta à instabilidade, fragmentação e efemeridade que marcam a vida social, que têm como principal decorrência a centralidade assumida pelo culto ao corpo na cultura contemporânea. Centralidade esta que pode ser atestada por uma observação mais atenta do cotidiano que nos cerca, assim como pela análise da evolução dos setores que compõem a indústria da beleza² (Castro, 2007). Para os fins da reflexão proposta neste artigo enfocaremos, especificamente, a cirurgia plástica para fins estéticos, dentre as diversas modalidades de culto ao corpo disponibilizadas no atual “mercado da construção da aparência”.

Utilidade e/ou futilidade: as motivações da cirurgia plástica

Como recorte empírico para este estudo, desenvolvemos um trabalho de campo realizado em clínicas estéticas nas cidades de São Paulo e Londres, envolvendo levantamento de dados em arquivos e materiais de imprensa, registros em diários de campo e, no caso da primeira cidade, entrevistas com médicos e pacientes. Com base nos dados levantados, buscamos perceber as similaridades e diferenças nos sentidos construídos e atribuídos à prática da cirurgia estética nas duas realidades sócio-culturais, nas quais as disposições corporais são visivelmente díspares.

² Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Higiene, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), no período de 1991 a 1995, o setor acumula um crescimento de 126,6% passando de 1,5 bilhões de dólares, para 3,4 bilhões de dólares. Na primeira metade da corrente década (entre 2001 e 2005), o crescimento médio do faturamento do setor foi de 10,7% ao ano, enquanto o PIB cresceu, anualmente, 2,2%.

A realização de cirurgia plástica para fins estéticos, contemporaneamente, constitui-se numa das mais radicais maneiras de intervenção na forma corporal, configurando-se como uma modalidade de consumo cultural que envolve, sobretudo, uma dimensão simbólica, impalpável. Em nível discursivo, o que se afirma buscar, ao se submeter a este tipo de intervenção cirúrgica, é algo que nada tem de palpável ou concreto: beleza, prestígio, aceitação social, bem-estar, elevação da auto-estima. Considerando as disposições corporais tão díspares existentes no Brasil e na Inglaterra, esta pesquisa analisa as diferenças e similaridades existentes entre os discursos construídos socialmente acerca da cirurgia estética nos dois países, bem como os sentidos atribuídos às práticas efetivamente experienciadas pelos agentes.

O primeiro e mais evidente aspecto que salta aos olhos do pesquisador é numérico. Assim como no Brasil, o número absoluto de cirurgias realizadas na Grã Bretanha só vem crescendo na última década. O maior salto (de 300%) se deu entre 2003 e 2008, ano em que foram realizados 34.100 procedimentos cirúrgicos para fins estéticos, segundo a BAAPS (British Association Aesthetics Plastic Surgeon). Segundo Featherstone, em 2009 foram realizadas mais de 36 mil operações, configurando-se num crescimento de 6,7% em relação a 2008. (Featherstone, 2010:215). Fazendo as contas, temos por volta de 60 procedimentos para cada 100 mil habitantes, enquanto no Brasil, segundo pesquisa Ibope, encomendada pela Associação Brasileira de Cirurgia Plástica, tivemos, em 2009, 443.145 cirurgias para fins estéticos realizadas, ou seja, 233 para cada 100 mil. Das cirurgias realizadas na Inglaterra no último ano, 90% foram em mulheres e a principal procura foi pelo aumento dos seios, enquanto no Brasil tivemos, em 2009, 80% de cirurgias realizadas em mulheres, das quais 29% foram lipoaspiração e 19% aumento dos seios por meio de implante de silicone.

É bastante recorrente a crítica à idéia de que a cirurgia plástica, no Brasil, constitui-se num fenômeno restrito aos grupos mais abastados. O que viemos percebendo, com esta pesquisa, é que a cirurgia plástica é uma prática que atravessa todos os segmentos sociais, tendo crescido mais nas classes C/D nos últimos 5 anos.³ Como ilustração, vale citar o caso de Eugênia - cabeleireira de 37 anos, por

³ A este respeito, vide:

<http://www.jornalacidade.com.br/editorias/economia/2010/08/28/cirurgia-plastica-atrai-morador-da-classe-d-de-ribeirao-preto.html>

nós entrevistada - que pagou R\$ 4.000,00 por um implante de silicone: *Decidi fazer há 4 anos, comecei a guardar dinheiro e agora coloquei silicone. Queria ficar mais bonita... e fiquei.*⁴ Além da poupança voluntária, em que as pessoas se programam e guardam dinheiro para este fim específico, existem redes de consórcios que reúnem grupos com a finalidade de realizar cirurgia plástica⁵ Deve-se considerar, ainda, a ampliação recente do consumo em nosso país. É sabido, por exemplo, que o consumo de cosméticos, um dos itens consensualmente considerados supérfluos, segundo a ABIHPEC (Associação Brasileira das Indústrias de Higiene, Perfumaria e Cosmético), cresceu mais nas classes C/D na última década.

Em contraposição ao questionamento crítico acerca da vigência de uma cultura de consumo no Brasil, devido à persistência das desigualdades, bem como ao fato de a maioria não ter acesso ampliado ao consumo, convém lembrar que a expressão *cultura de consumo* não designa a recorrência do ato do consumo em si, isto é, a experiência de troca de mercadorias por moeda, mas sim que os princípios de estruturação do mundo das mercadorias, estão fortemente presentes na vida cotidiana. Como aponta Featherstone:

Usar a expressão “cultura de consumo” significa enfatizar que o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea. Isso envolve um duplo foco: em primeiro lugar, na dimensão cultural da economia, a simbolização e o uso dos bens materiais como “comunicadores”, não apenas como utilidades; em segundo lugar, na economia dos bens culturais, os princípios de mercado – oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização – que operam “dentro” da esfera dos estilos de vida, bens culturais e mercadorias. (Featherstone, 1995:121)

Assim, os sujeitos, na cultura contemporânea, estariam cada vez mais conectados com o universo das mercadorias - que tem como princípios estruturadores a efemeridade, a estetização da vida cotidiana e o imperativo da renovação - a despeito de suas capacidades efetivas de executar a compra. Esta conexão permanente ao mundo das mercadorias propicia a experiência do consumo simbólico, ou seja, do sonho, do desejo, da fantasia, e perpassa todas as faixas de renda.

⁴ Depoimento de Eugênia, concedido a esta pesquisa, em janeiro de 2011. Atribuimos, neste artigo, nomes fictícios às entrevistadas.

⁵ <http://www.dgabc.com.br/News/5826320/cresce-procura-por-consorcio-para-plastica.aspx>

Em solo inglês, embora não seja tão recorrente como no Brasil, a prática da cirurgia estética vem ganhando interesse crescente. Embora não tenha um departamento de pesquisas constituído, a entidade que congrega os cirurgiões plásticos na Inglaterra, a BAAPS (British Association Aesthetics Plastic Surgeon), procura acompanhar as pesquisas divulgadas sobre o tema. Como indício do aumento crescente do interesse pela cirurgia estética, a Secretaria Executiva da entidade refere duas pesquisas:

A primeira, realizada por um site inglês, voltado a aconselhamento, informação e divulgação de clínicas estéticas e médicos cirurgiões (www.goodsurgeonguide.co.uk), entrevistou 512 casais no início de 2010, quanto ao fato de estarem considerando a possibilidade de realizar algum tipo de procedimento estético e revelou que 58% das noivas e 39% dos noivos afirmaram estarem dispostos a fazer cirurgia plástica. Os procedimentos mais procurados são lipoaspiração e aumento das mamas e o principal motivo é *ficar bem nos registros fotográficos e filmagens*.

A segunda, realizada pelo Sainsbury's Finance, revelou que em 2009, os consumidores tomaram cerca de £ 12 milhões de empréstimos pessoais para ajudar a pagar procedimentos cirúrgicos. O credor também descobriu que £ 4.770.000 do total (800 créditos) foram usados para pagar cirurgia estética, enquanto £ 6,80 milhões (980 créditos) foram para outros procedimentos, tais como a substituição da anca. Este dado foi tomado como ainda mais impactante ao ser considerada a crise econômica que vem afetando os índices de desemprego e desaquecendo a economia britânica. Vale ressaltar que os dados levantados nesta pesquisa provocaram um certo *choque* na opinião pública inglesa, ganhando destaque nos telejornais e provocando reações de fundo moralizador.

Segundo o gerente de empréstimos da Sainsbury's, Steven Baillie, "*Embora a maioria dos empréstimos pessoais sejam retirados pelas razões habituais, como as reformas de casa e compra de carros, um número significativo, mesmo no clima econômico de hoje, são usados para financiar mais despesas incomuns, tais como cirurgia plástica.*"⁶

O grande destaque e alardeamento verificado em torno deste fato, que chegou até a ganhar o noticiário nos jornais e televisão inglesa, revela a

grande distância dos sentidos construídos em torno da realização da cirurgia estética entre os brasileiros e os ingleses. As cifras tão alardeadas por lá (£ 4.770.000 para 800 créditos) soam irrisórias para nós, tão acostumados com realização de mais de mil cirurgias diariamente (Jornal O Estado de São Paulo, 2009)

Diante do panorama até aqui apresentado, pode-se perceber que a prática da cirurgia plástica para fins estéticos reveste-se de significados bem diferentes nas sociedades brasileira e inglesa, experimentando, nesta última, mais restrições e ressalvas, enquanto entre nós, passa cada dia mais a ser vista como algo *natural e desejável*. Posto isto, a problemática da pesquisa veio se delineando em torno das perguntas: Quais motivações levam os sujeitos a desejarem mudar suas aparências? A cirurgia plástica seria uma prática condicionada pelos ditames dos padrões socialmente construídos e, nesse sentido, resultaria da incorporação de normas e coerções, ou pode ser entendida como uma fonte de poder do indivíduo? Seria, então, um exercício de agência?

O estudo de Debra Gimlin (2007) apresenta os dados de uma interessante pesquisa realizada com mulheres britânicas e nos fornece algumas pistas para uma análise de cunho comparativo. Neste trabalho, a autora aponta uma certa linguagem da "necessidade" permeando os discursos das mulheres inglesas, ao serem questionadas sobre as motivações para a realização da cirurgia. Em muitos casos, referem a necessidade médica, como refletido nas narrativas, enfatizando o sofrimento físico e / ou dor emocional associados ao corpo antes da cirurgia.

As motivações apontadas, de fundo utilitarista, passam por dor física devido aos seios grandes em decorrência da fricção entre o tecido e a pele. Problemas nos relacionamentos pessoais também foram relatados pelas entrevistadas, como por exemplo, dificuldades em praticar esportes ou desconfortos na intimidade sexual e problemas na relação conjugal. Outra motivação apontada diz respeito à impossibilidade de se realizar atividades cotidianas e comuns, como por exemplo encontrar roupas e biquínis adequados ao seu manequim. Os depoimentos das mulheres inglesas apontam, recorrentemente, a cirurgia plástica como uma *necessidade* —em contraposição à noção de *futilidade*— na medida em que se configura como forma de integração social, uma maneira de sair de um estado de exclusão de atividades cotidianas. O corpo pré ci-

⁶ Os dados relativos a esta pesquisa foram publicados em <http://www.bankingtimes.co.uk/>

rurgia é sempre apontado como uma fonte de desvantagem, colocado como um obstáculo às atividades do dia a dia, supostamente disponíveis às “pessoas normais”. Neste sentido, podemos trabalhar com a hipótese de que assumir a vontade de fazer a cirurgia plástica pura e simplesmente para modelar o corpo e aproximá-lo de um ideal de beleza se choca com os princípios de valorização da noção de utilidade e desvalorização do fútil e efêmero, presentes na ética puritana, arraigada no modo de vida inglês.

Em contrapartida, o trabalho de campo realizado no Brasil, aponta para a preocupação estética, algumas vezes ligadas ao erotismo, presente nos discursos das mulheres entrevistadas. O trabalho de campo realizado concentrou-se em uma clínica particular localizada no Bairro do Ibirapuera, zona nobre da cidade de São Paulo, e revelou, por parte das mulheres entrevistadas, a atribuição de sentidos diversos à presença da cirurgia plástica em suas vidas, mas sempre com uma centralidade muito grande da justificativa de fundo estético.

Nos depoimentos fornecidos pelas entrevistadas nesta clínica de São Paulo, a vaidade e a preocupação com a estética são apontadas sem tantos pruridos, quando comparamos aos discursos das inglesas, e as justificativas para a realização da cirurgia tanto são referidas a um outro (agradar ou “segurar” o marido/ amante), como passam por uma auto-afirmação e fortalecimento pessoal.

Em alguns casos, esta busca de se transformar para manter um relacionamento chega a extremos, como o caso relatado, por exemplo, de Diana, 43 anos, que procurou a cirurgia plástica para *melhorar a silhueta*, pois o marido estava tendo um caso com a secretária. A médica respondeu: *Mesmo com o melhor que posso fazer, vc não vai poder concorrer com a secretária de 22 anos*. Diana foi embora e não mais voltou.⁷

Quanto mais adentramos nos discursos em circulação e sentidos construídos em torno da prática da cirurgia estética nos dois países, mais evidente fica que no Brasil, a mesma é banalizada e menos cerceada por constrangimentos morais, podendo, inclusive, chegar ao ponto de se configurar como uma espécie de *vício*. Vários relatos coletados na sala de espera da clínica observada apontaram nesta direção. Diante do resultado positivo, a paciente esquece o sofrimento pós-operatório e meses depois ou no ano seguinte retorna. Este é o caso de Janice,

que chegou no consultório afirmando: *não quero me cortar, estou prestes ser avó e só quero ficar bem pro meu neto que vai chegar...quero melhorar só um pouquinho*⁸. Após a realização de *peeling* – tratamento à base de ácidos e cremes–, notou que a pele do pescoço, por ser uma região onde este tipo de tratamento não é recomendável, destoava muito da face. Então, resolveu *entrar na faca* fazer uma cirurgia. Agora, está desejando fazer uma lipo.

Caso similar encontramos na experiência de Matilde, dona de casa que, após a entrada das duas filhas na idade adulta, passou a assumir o escritório da oficina mecânica de propriedade do marido. O trecho de seu depoimento, abaixo destacado, demonstra a maneira como ela foi se “acostumando com a idéia” da cirurgia aos poucos e a colocando em sua vida como um bem de consumo ao qual recorre cada vez com mais frequência.

Há dez anos, quando vi minha irmã sofrendo na recuperação após a lipoescultura que fez, não me via fazendo aquilo de jeito nenhum.... achei aquilo um absurdo, um horror... ela toda roxa, costurada, com dor, tendo que andar curvada por um tempão.... pensei comigo: jamais. Mas aí o tempo foi passando, ela ficou bem, outras pessoas que conheço fizeram, a plástica barateou muito... então comecei a pensar em arrumar meu nariz, que sempre me incomodou por ser muito grande e largo e há mais ou menos uns três anos fiz o nariz. Adorei o resultado, me fez tão bem, que comecei a pensar em fazer uma geral no corpo, tirar barriga, levantar e aumentar o peito, sabe... voltar a pôr roupas mais justas... e fui guardando um dinheirinho.... Agora fiz a lipoescultura, nossa, radical.... ainda tô sofrendo com a recuperação... tive arrependimentos.... semana passada mesmo acordei u dia chorando, mal conseguia me mexer na cama, com dores, passei o dia todo com vontade de voltar atrás e não ter feito.... mas fui melhorando, agora me sinto cada dia mais forte...

Esta entrevistada estava, no momento de coleta deste depoimento, com 20 dias de cirurgia e, ao ser perguntada se faria novamente uma cirurgia para fins estéticos, disse: *Se eu faria outra.... espero conseguir controlar a boca e não mais precisa fazer na barriga, mas nos braços e pescoço penso sim.... só não aproveite e fiz desta vez porque a médica disse que eu perderia muito sangue...*

Este último trecho do depoimento nos remete ao que ficou conhecido no meio estético como *síndrome de Jáqui*. Em algumas situações, na busca

⁷ Registro em diário de campo, março/2010.

⁸ Depoimento de Janice, 57 anos, concedido para esta pesquisa em 12/04/10. Os nomes dos entrevistados citados neste artigo são fictícios.

pela perfeição, o paciente se empolga com a possibilidade de “maximização da compra e da situação de risco”. Trata-se de uma espécie de *categoria nativa*, aparecendo como expressão utilizada por várias entrevistadas, que afirmam terem sido *acometidas pela síndrome de Jáqui: Já que estou aqui... vamos aproveitar e tirar daqui, colocar ali...* Este é o caso de Irene, que aos 45 anos, entrou no consultório decidida a fazer uma lipoaspiração e acabou fazendo lipoescultura, procedimento que afina cintura, retira gordura localizada do abdômen e injeta nas nádegas ou na região que se queira adensar/avolumar.

Ocorre que se não houver uma mudança de hábito alimentar, com o tempo o corpo volta a acumular gordura e a insatisfação retorna. Irene, novamente, aos 56 anos, retorna ao consultório em busca de uma nova lipo.

Fátima, 43 anos, também está de volta ao consultório pela segunda vez. Na primeira, aumentou os seios e fez lipoaspiração. Agora, quer novamente se submeter a uma lipo. Ao ser perguntada sobre a experiência de realizar duas cirurgias, ela respondeu: *não me importo com o pós-operatório, doer, dói... mas passa e o resultado é ótimo. O único problema é ficar olhando para o canhoto do cheque que meu marido deixa na porta da geladeira para me lembrar que tenho que manter a forma*⁹.

Quando indagada sobre os cuidados e preocupações em se passar aos pacientes as informações sobre os riscos de se submeter à cirurgia, a médica entrevistada respondeu: *Informo detalhadamente todos os riscos e as condições necessárias para recuperação, mas os pacientes têm ouvidos seletivos, não querem ouvir este lado da estória... mas também sempre digo que eles correm mais risco para chegar em meu consultório do que na mesa de cirurgia*.

Os riscos são grandes, e podem ser fatais. Como forma de preveni-los, é necessário fazer uma boa anamnese e uma bateria de exames pré-operatórios, como por exemplo, ultrassom da parede intestinal para evitar perfuração, no caso de lipoaspiração.

A médica entrevistada relata: *felizmente nunca perdi nenhum paciente em mesa, mas tive alguns de complicações sérias, que passaram por risco*

*de vida em decorrência da cirurgia*¹⁰. O primeiro caso foi o de uma ex-enfermeira que com ela havia trabalhado, em quem a médica entrevistada realizou uma lipoaspiração e depois de alguns dias foi internada queixando-se falta de ar. Estava com embolia pulmonar, como evolução de uma trombose, um tipo de seqüela que pode ocorrer neste tipo de cirurgia.

Outro caso curioso é de um paciente que a procurou para fazer uma lipoaspiração. Era *paqueto*¹¹ e precisava ficar em forma para os shows e quase morre após a anestesia, na mesa de cirurgia, por uso de drogas na noite anterior à cirurgia. Nas palavras da entrevistada:

Ele parou quando eu estava me escovando e me preparando para a cirurgia. A Anestesia me chamou, estava tudo parado... Saí e falei com o namorado, que depois de muito custo confessou que ele tinha saído na noite anterior e tomado droga. Depois de horas, ele acordou, passou a mão na barbiga, descobriu que não tinha feito a cirurgia e ficou inconformado. Expliquei-lhe os motivos por não tê-lo operado e ele respondeu que preferia ter morrido lipado.¹²

Um terceiro caso foi de uma secretária, que desenvolveu uma septicemia no pós-operatório e depois de muita investigação descobriu-se que era um simples abscesso dentário que evoluiu, com a baixa de imunidade comum a qualquer cirurgia, a uma septicemia.

Ao nos depararmos com os depoimentos coletados durante a pesquisa, evidencia-se a tendência a considerar a decisão de se submeter à cirurgia estética como um exercício de agência, forma de os sujeitos atribuírem sentido às suas vidas através da tomada do controle de seus próprios corpos. Contudo, com esta ideia, não se trata de reforçar as interpretações que tendem a apontar para noção de que os sujeitos, na contemporaneidade, gozam de liberdade de ação e autonomia total na condução de suas vidas. É preciso considerar que o exercício da agência nasce na intersecção do controle e da resistência, no sentido em que apontou Foucault (2002).

¹⁰ Depoimento de M.C.G, cirurgiã, concedido a esta pesquisa em 28/01/10.

¹¹ Paquitos e paquitas são os dançarinos e auxiliares da apresentadora de programa de televisão Xuxa.

¹² Depoimento da Dra. M.C.G, concedido a esta pesquisa, em 28/01/10.

⁹ Depoimento de Fátima, 43 anos, concedida a esta pesquisa em 26/04/2010.

Agência e poder.

Um dos principais legados teóricos dos estudos culturais ingleses reside na preocupação em lançar luz ao sujeito e suas possibilidades de apropriações e resignificações dos sentidos hegemonicamente construídos, que mais tarde veio a ser denominado como o espaço de uma *agência*. Ao trabalharem mais sistematicamente –embebedos pela influência do pensamento gramsciano– com a idéia de resistência, os autores ligados a esta vertente sugerem que o indivíduo não é apenas produtor, de maneira condicionada, das estruturas e organização social e recuperam a idéia de uma correspondência dialética entre os agentes e as instituições. Os temas da recepção dos meios massivos, dos estilos de juventude, do corpo, dos conflitos raciais, das relações de gênero, da subjetividade, da identidade e do consumo, passaram a ser trabalhados a partir de universos empíricos claramente recortados e de uma total revisão da noção de ideologia e da metáfora marxista acerca da superestrutura como reflexo da base material.¹³

O estudo de Richard Hoggart (1992), acerca dos “usos da literatura”, ao lado das reflexões de E. P. Thompson e Raymond Williams, contribuiu para a construção de uma perspectiva teórica em que Cultura é entendida como “ordinária” –em contraposição à noção de cultura como erudição– e como “todo um modo de vida”, não como um reflexo, apartado das relações materiais de produção. A pesquisa levada a cabo por Hoggart dirige o foco da atenção para revistas de comportamento, um tipo de material até então desprezado, inaugurando um novo olhar para a cultura popular, apontando que neste universo não existe apenas submissão e reprodução, mas também resistência e produção de sentido.

Na história do pensamento social, muitos são os exemplos em que podemos identificar a marca desta preocupação, fundante, acerca dos limites e constrangimentos culturais, impostos objetivamente pelas estruturas e instituições sociais, de um lado, e as formas de apropriação, incorporação ou resignificação operadas pelos indivíduos e grupos, de outro. Neste sentido, podemos lembrar a contribuição de Michel de Certeau (1994), com suas reflexões sobre o consumo, em que lança as noções de *Usos e Táticas* para lançar luz às mediações e reapropriações operadas pelos grupos dominados.

(...) diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, posta-se uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada como “consumo”. Produtores desconhecidos, poetas de seus negócios, inventores de trilhas nas selvas da racionalidade funcionalista, os consumidores.... traçam trajetórias indeterminadas, aparentemente desprovidas de sentido porque não são coerentes com o espaço construído, escrito e pré-fabricado onde se movimentam.(De Certeau: 1994:94 e 97)

Semelhante perspectiva é marca do pensamento de Marshal Sahlins, embora represente tradição intelectual distinta. Como podemos perceber em seu ensaio acerca das *cosmologias do capitalismo*, o autor lança luz aos processos de apropriações e resignificações operadas por diversos grupos, frente à expansão do capitalismo, apontando que

(...) a ordem global contemporânea foi decisivamente moldada pelos chamados povos periféricos, pelas diversas maneiras segundo as quais esses povos articularam culturalmente o que lhes estava acontecendo (...) Assim, teremos de examinar como os povos indígenas lutam por integrar sua experiência do sistema mundial em algo que é mais lógico e ontologicamente inclusivo: seu próprio sistema do mundo (...) o sistema mundial não é uma física de relações proporcionais entre “impactos” econômicos e “reações” culturais. (Sahlins, 2004:447-448).

Este debate, acerca da ideia de resistência e das resignificações e reapropriações dos discursos, ganha força nos anos 80, passando fortemente, sobretudo no caso reflexão sócio-antropológica inglesa, pela idéia de *agência* (Archer, 1988). O trabalho de Arjun Appadurai (1996) representa um desdobramento atual da matriz de pensamento ancorada nos estudos culturais ingleses, e muito contribuirá para o avanço do debate. Trabalhando como codiretor do Centro de Estudos culturais transnacionais da Universidade da Pensilvânia, este autor tematiza as dimensões culturais da globalização e enfatiza as evidências de que o *consumo, no mundo todo, provoca ironia, seletividade e resistência* (Appadurai, 1996). Em sua argumentação, mobiliza a idéia de agência, diferenciando-a da de liberdade e associando-a à noção de prazer. Nas palavras do autor,

(...) isto não é sugerir que consumidores são agentes livres. O Consumo no mundo contemporâneo é frequentemente uma forma de escravização. Contudo, onde há consumo, há prazer, e onde há prazer há agência. Liberdade, por outro lado, é uma mercadoria um pouco mais ardilosa. (Appadurai, 1996:7, tradução livre)

¹³ A respeito da revisão da relação entre super-estrutura e infra-estrutura, ver: Williams (1979).

As reflexões de Appadurai colaboram para o desmonte de uma perspectiva analítica que associa, frequentemente, o conceito de agência às noções de liberdade, criatividade e originalidade e permitem reforçar a idéia de que é preciso diferenciar entre a metafísica e mística noção de agência na qual os sujeitos são auto-construídos, como que não dependessem de instituições sociais para se constituírem como sujeitos e uma noção de agência como algo socialmente produzido, permitida por recursos sociais diferentemente distribuídos, que geram diferentes formas e capacidades de ação em espaços sociais específicos.

A noção de agentes livres, no sentido de não-determinados é, evidentemente, insustentável, pois no que consistiria um ato humano não determinado? Ele seria alguma criação espontânea, vinda do nada, uma metafísica e mística forma de criação? Neste sentido, o conceito de agência empregado neste trabalho não implica na idéia de ações individuais totalmente livres ou desamarradas das teias sociais, mas diz respeito à possibilidade de os indivíduos darem forma e sentido às suas vidas sob circunstâncias de constrangimento social.

Atos são realizados por agentes, os quais são livres, no sentido de não determinados, sendo a agência a capacidade de agir socialmente constituída. (Barker, 2010:233, tradução livre).

Contudo, mesmo admitindo que os caminhos da ação sejam socialmente construídos, a mobilização do conceito de agência pressupõe a possibilidade de execução de atos que fazem uma diferença pragmática. A agência é demonstrada pela “escolha” de um determinado gesto, palavra ou performance ao invés de outro, definindo o sentido da ação.

Enfim, seja sob a justificativa puritana-utilitarista da necessidade ou narcísico-hedonista da busca pela beleza, a cirurgia plástica vem crescendo como prática recorrente, revestindo-se de um caráter *naturalizante*; ela ganha força como forma de se conferir sentido à vida, como exercício de agência de re-definição de subjetividades. Contudo, é importante salientar que a difusão da prática da cirurgia estética está ligada ao fato de que vivemos num mundo em que, cada vez mais, se evidencia a valorização da estética em detrimento da ética; em que sedução e volatilidade –dois importantes princípios estruturadores da cultura de consumo– penetram no tecido social, respectivamente, quando a busca do sentido da existência passa pela forma como se expõem as aparências e quando o imperativo da mudança constante se configura em receita de felicidade.

. Bibliografía

- APPADURAI, Arjun, (1996) *Modernity at Large, Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- BARKER, Chris (2010) *Cultural studies: theory and practice*. London/new Delhi: Sage Publish.
- ARCHER, Margaret (1988) *Culture and agency: the place of the culture in social theory*. Cambridge: University Press, 1988.
- BOURDIEU, Pierre (2007) *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP, Porto Alegre: Zouk.
- _____ (2007) *Culto ao corpo e sociedade: mídia, cultura de consumo e estilos de vida*. São Paulo: AnnaBlume/FAPESP, 2007.
- CSORDAS, Thomas. J. (1996) *Embodiment and Experience: The existential ground of culture and self*. New York/Cambridge: University Press.
- DE CERTEAU, M. (1994) *A invenção do cotidiano: artes de fazer*, vol. 1, Petrópolis: Vozes.
- DOUGLAS, Mary (1976) *Pureza e perigo*. São Paulo: Perspectiva.
- EDMONDS, Alexander (2002) "No universo da beleza: notas de campo sobre cirurgia plástica no Rio de Janeiro". In: GOLDENBERG, Mirian (org.) *Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record.
- ELIAS, Norbert (1994) *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Zahar.
- FEATHERSTONE, Mike (1993) "O curso da vida: corpo, cultura e imagens do processo de envelhecimento". In: DE-
BERT, G. G. *Antropologia e velhice, Textos Didáticos IF-CH/UNICAMP*, março.
- _____ (1995) *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel.
- _____ (2010) "Body, Image and Affect in Consumer Culture". *Body & Society*. (1)16: 193-221.
- FOUCAULT, Michel (2002) *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes.
- GIDDENS, Anthony (1997) *Modernidade e identidade pessoal*, Oeiras/Portugal: Celta Editora.
- GIMLIN, Debra (2007) Accounting for Cosmetic Surgery in the USA and Great Britain: A Cross-cultural Analysis of Women's Narratives. *Body & Society*, vol 13(1). Los Angeles/Londres/Nova Delhi/ Singapura: Sage Publication, pp. 43-62.
- HALL, Stuart (2000) *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Ed. DP&A.
- HOGGART, Richard (1992) *The uses of literacy: aspects of working class life*. London: Penguin Books.
- MAUSS, Marcel (2003) "As técnicas do corpo". In: *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify.
- SAHLINS, Marshall (2004) *Cultura na prática. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ*.
- WILLIAMS, Raymond (1979) *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar.

Citado.

CASTRO, Ana Lúcia (2011) "Corpo, gênero, adolescência: discursos e (re)significações a partir da anorexia e da obesidade" en: *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad - RELACES*. Nº9. Año 4. Agosto-noviembre de 2012. Córdoba. ISSN: 1852.8759. pp. 28-37. Disponible en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/180>

Plazos.

Recibido: 12/05/2012. Aceptado: 10/07/2012.