

**UNIVERSIDADE PAULISTA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**REGINA HELENA DE OLIVEIRA SANTOS NICOLÓSI**

**NATURALIDADE SEM NATUREZA:  
A construção da mulher como simulacro na  
Revista Plástica & Beleza**

**SÃO PAULO  
2018**

**REGINA HELENA DE OLIVEIRA SANTOS NICOLÓSI**

**NATURALIDADE SEM NATUREZA:  
A construção da mulher como simulacro na  
Revista Plástica & Beleza**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Drª. Malena Segura Contrera.

**SÃO PAULO  
2018**

Nicolósi, Regina Helena de Oliveira Santos.

Naturalidade sem natureza : a construção da mulher como simulacro na Revista Plástica & Beleza / Regina Helena de Oliveira Santos Nicolósi. - 2018.  
110f. : il. color. + CD-ROM.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2018.

Área de concentração: Contribuições da Mídia para a Interação entre Grupos Sociais.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Malena Segura Contrera.

1. Violência simbólica. 2. Mulher. 3. Mimese. 4. Simulacro.  
5. Corpo natural. I. Contrera, Malena Segura (orientador). II.  
Título.

**REGINA HELENA DE OLIVEIRA SANTOS NICOLÓSI**

**NATURALIDADE SEM NATUREZA:  
A construção da mulher como simulacro na  
Revista Plástica & Beleza**

Aprovado em: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Malena Segura Contrera

Universidade Paulista UNIP-SP

---

Prof. Dr. Jorge Miklos

Universidade Paulista UNIP-SP

---

Profa. Dra. Cristiane de Rossi Zovin

Faculdade Cásper Líbero

*Ao meu amado filho, Rodrigo, o sentido de  
minha vida e minha alegria de viver.*

*Ao meu amado marido, Júlio, pela admiração e  
respeito que permeiam o amor que cresce a  
cada dia.*

*Aos meus pais, in memoriam, amor e gratidão.*

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus por me colocar exatamente onde estou, pelo privilégio de estar cercada por uma vida maravilhosa, por me dar forças para sempre seguir em frente acreditando, e me dar a oportunidade de realizar este trabalho.

Ao meu filho Rodrigo Nicolósi que com sua humanidade e amor me ensinou tanto, cuja existência encanta a minha vida, transformando-a para sempre, e por me fazer acreditar que posso tornar o mundo melhor.

Ao meu marido Júlio Cesar Nicolósi, por seu amor e carinho, paciência e apoio, e a quem amo cada dia mais.

Aos meus pais (*in memorian*) pela vida e pelos ensinamentos preciosos e inesquecíveis, por estarem sempre ao meu lado com todo amor, apoio e dedicação, e acreditaram na minha capacidade. Eles me acalentaram e me ensinaram a ser forte e resiliente.

Meus colegas do Curso de Mestrado em Comunicação, e a todos os amigos que me acompanharam e que tornaram essa caminhada mais fácil e agradável.

A todos os professores que me acompanharam durante o mestrado, em especial ao Prof. Dr. Jorge Miklos que me “pescou” na graduação em Psicologia, acreditou em mim e me indicou para a pós-graduação.

Ao professor Norval Baitelo Jr. agradeço por suas aulas e explicações que me pouparam de tantas inquietações.

E, principalmente, agradeço à minha orientadora, Profa. Dra. Malena Segura Contrera, por ser esta pessoa maravilhosa que com sua postura, personalidade e conhecimento esteve sempre à disposição para ajudar e orientar. Sem essa ajuda, este trabalho não teria sido realizado.

*“Quem você deve ser – isto é, quem lhe pedem que seja, de acordo com o seu papel em determinada sociedade – pode ser muito diferente de quem você nasceu para ser. Quem você se destina a ser foi determinado no momento da concepção pela maneira como seu código corporal herdado organizou o seu tipo corporal constitucional. O processo somático tem muito a dizer sobre o modo cada um experencia seu senso de si e os mitos e histórias com os quais o identifica.”*

*Stanley Kelerman*

## RESUMO

O tema discutido nesse trabalho é a violência simbólica contra a mulher, a ação ideológica da naturalização de um padrão específico de corpo feminino por meio da relação mimética entre corpo e imagem, tomando como referencial a análise de um segmento da mídia impressa, no caso a revista Plástica & Beleza (P&B). Analisamos a construção do corpo-máquina feminino na mídia impressa e o aumento de práticas invasivas como cirurgias plásticas utilizadas como meio de obtenção da estética perfeita e dita natural. A materialidade das revistas e as imagens veiculadas pela mídia fazem vigor o padrão estético ideal, aparentemente só alcançado através do *photoshop*, ou por meio de cirurgias e tratamentos radicais, difundido pela indústria cultural e ao qual a mulher se submete e replica. Verificamos nos dez exemplares da revista P&B o conceito de naturalidade referido na revista, por meio da incidência de palavras como “natural”, “naturalidade”, “naturalmente” e “natureza”. Nossa hipótese central é que a violência simbólica se perpetua por ser autoimposta, quando a mulher se submete aos padrões de beleza ditos “naturais” e impingidos a ela pela mídia. A violência simbólica contra a mulher se faz presente quando ela busca mimeticamente adequar seu corpo a esta imagem ideal de beleza veiculada pela mídia, nem que seja se submetendo a práticas invasivas que se autodenominam de efeito “natural” e que induzem a mulher a descobrir sua “verdadeira beleza”. No primeiro capítulo analisamos o corpus que propõe como ideal um corpo “natural”, muito embora produzido para ocultar ou resolver imperfeições consideradas não naturais por meio da comercialização de produtos e serviços anunciados. No segundo, exploramos os conceitos de “natureza”, “naturalidade”, “natural” e “naturalmente” frequentes no corpus. No terceiro capítulo, averiguamos o papel da mimese na construção da imagem do corpo feminino. Entendemos que o corpo paga um alto preço neste processo de tentar se assemelhar à imagem dita “natural”, perdendo a capacidade proprioceptiva e embotando seus sentidos. O consumo dos produtos e técnicas anunciados na revista leva à construção do corpo da mulher por meio da mimese e os conceitos de “natural”, “natureza” e “naturalidade” que são utilizados na comunicação da indústria da beleza para perpetuar a violência simbólica contra a mulher. A mimese ocorre por meio da mediação do corpo, levando as mulheres a desenvolverem um comportamento no qual modificar o corpo se torna “natural”, assemelhando-o à imagem, imortal, “perfeito”, mesmo que o processo o anestesie e torne a imagem corporal imutável e impermeável às ações do tempo e às vivências. Nosso referencial teórico está baseado em Wulf, Contrera, Baitello Jr., Hillman, Coghe.

**Palavras-chave:** Violência Simbólica. Mimese. Corpo Natural. Simulacro.

## ABSTRACT

The theme discussed in this work is the symbolic violence against women, the ideological action of the naturalization of a specific female body pattern through the mimetic relationship between body and image, taking as reference the analysis of a segment of the printed media, in the case of magazine *Plastica & Beleza* (P&B). We analyze the construction of the female body-machine in the printed media and the increase of invasive practices such as plastic surgeries used as a way to obtain a perfect and natural aesthetic. The materiality of the magazines and the images conveyed by the media enforce the ideal aesthetic pattern, apparently only achieved through the photoshop, or through surgeries and radical treatments, diffused by the cultural industry and to which the woman submits and replicates. We verified the concept of naturalness in the magazine, through the incidence of words such as "natural", "naturalness", "naturally" and "nature". Our central hypothesis is that symbolic violence perpetuates itself by being self-imposed, when the woman submits herself to the so-called "natural" beauty standards and impinged on her by the media. The symbolic violence against women is present when she seeks to mimetically adapt her body to this ideal image of beauty conveyed by the media, or to submit to invasive practices that call themselves "natural" effect and that induce the woman to discover her "True beauty". In the first chapter we analyze the corpus that proposes as ideal a "natural" body, although produced to hide or solve imperfections considered unnatural through the commercialization of products and services announced. In the second, we explore the concepts of "nature", "naturalness", "natural" and "naturally" frequent in the corpus. In the third chapter, we investigated the role of mimesis in the construction of the image of the female body. We understand that the body pays a high price in this process of trying to resemble the so-called "natural" image, losing its proprioceptive capacity and blunting its senses. The consumption of the products and techniques announced in the magazine leads to the construction of the woman's body through mimesis and the concepts of "natural", "nature" and "naturalness" that are used in the communication of the beauty industry to perpetuate symbolic violence against the woman. The mimesis occurs through the mediation of the body, causing women to develop a behavior in which to modify the body becomes "natural", resembling it in the image, immortal, "perfect", even if the process anesthetizes it and makes the image body immutable and impervious to the actions of time and experiences. Our theoretical framework is based on Wulf, Contrera, Baitello Jr., Hillman, Coghe.

**Keywords:** Symbolic Violence. Mimesis. Natural Body. Simulacrum.

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Capa do exemplar 140 – Ano 17 .....	18
Figura 2 - Produto Provitality C .....	19
Figura 3 - Seção Cantinho da famosa .....	20
Figura 4 - Produto BioDesign Collection .....	21
Figura 5 - Implante Seguro .....	22
Figura 6 - Seleção feminina .....	23
Figura 7 - BB Cream Hidracolors FPS 50 .....	24
Figura 8 - Empresa PeellLine .....	25
Figura 9 - Empresa Salvatore Cosmetics .....	26
Figura 10 - Adeus aos pelos .....	27
Figura 11 - Facetas laminadas Ivoclar Vivadent .....	28
Figura 12 - Transforme o sorriso dos seus sonhos em realidade .....	29
Figura 13 - Capa do exemplar 141 – Ano 17 .....	30
Figura 14 - Coluna “Tire suas dúvidas” .....	31
Figura 15 - Universo Plástica .....	32
Figura 16 - Aposte na cintura .....	33
Figura 17 - Beleza & Cia .....	34
Figura 18 - Rosto mais jovem dia a dia .....	35
Figura 19 - Ampola Proteção e Revitalização Nativa Spa .....	35
Figura 20 - Capa do exemplar 142 – Ano 17 .....	36
Figura 21 - Empresa Árago .....	37
Figura 22 - Tire suas dúvidas .....	38
Figura 23 - Produtos Capilares .....	39
Figura 24 - Implante da mulher exigente .....	40
Figura 25 - Corpo novo com silicone .....	41
Figura 26 - Bumbum empinadinho, panturrilha definida, coxas saradas .....	42
Figura 27 - Rosto mais jovem dia a dia .....	43
Figura 28 - Tratamento revolucionário contra a calvície .....	44
Figura 29 - Corpo em forma com o Cool Shaping .....	45
Figura 30 - Uso do retinol para amenizar rugas .....	45
Figura 31 - Reabilitação estética com facetas .....	46
Figura 32 - Tratamento odontológico .....	47
Figura 33 - Capa do Exemplar 143 – Ano 17 .....	48
Figura 34 - Preenchimentos à base de ácido hialurônico .....	49
Figura 35 - Sugestão de modificação de hábitos após as festas de final de ano .....	50
Figura 36 - Reportagem “Curvas Perigosas!” .....	51
Figura 37 - Reportagem “Curvas Perigosas!” .....	51
Figura 38 - Reportagem “Curvas Perigosas!” .....	52
Figura 39 - Implante Mamário .....	53
Figura 40 - Juventude em potes .....	54
Figura 41 - Minha plástica .....	55
Figura 42 - Tudo sobre...mentoplastia .....	56
Figura 43 - Musa do Carnaval .....	56
Figura 44 - Musa do Carnaval .....	57
Figura 45 - Fios que rejuvenescem .....	58
Figura 46 - Fios que rejuvenescem .....	59
Figura 47 - Beleza & Cia .....	60
Figura 48 - Cosméticos ecologicamente corretos .....	60

Figura 49 - Propaganda da PeelLine.....	61
Figura 50 - Amigos do fio .....	62
Figura 51 - Facetas laminadas .....	63
Figura 52 - Juventude em potes .....	70
Figura 53 - Seios em alta .....	72
Figura 54 - Lipoenxertia nas mãos .....	73
Figura 55 - Jaqueline Sato: Naturalmente linda .....	74
Figura 56 - Sabrina Sato .....	75
Figura 57 - KLD: a tecnologia que revela o melhor de você .....	77
Figura 58 - Realize seu sonho de beleza .....	79
Figura 59 - Realize seu sonho de beleza .....	85
Figura 60 - Boi dividido.....	86
Figura 61 - Onfaloplastia .....	90
Figura 62 - Gisele Bündchen e Cauã Reymond .....	92
Figura 63 - O envelhecimento da pele é um processo <i>natural</i> que todas as pessoas passarão.....	95
Figura 64 - O envelhecimento é um processo natural e contínuo .....	96
Figura 65 - Beleza democrática.....	97
Figura 66 - Seleção feminina.....	100
Figura 67 - Juventude em potes .....	101
Figura 68 - Ensaio fotográfico .....	103
Figura 69 - Minha plástica .....	104

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO I - A NATURALIDADE NA REVISTA PLÁSTICA &amp; BELEZA</b>	
.....	17
<b>1.1 Os exemplares .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2 Exemplar 141 – Ano 17 .....</b>	<b>30</b>
<b>1.3 Ano Exemplar 142 – Ano 17 .....</b>	<b>36</b>
<b>1.4 Revista Plástica &amp; Beleza – Exemplar 143 .....</b>	<b>47</b>
<b>CAPÍTULO II - A NATUREZA, A NATURALIDADE, O NATURAL E O NATURALMENTE.....</b>	<b>66</b>
<b>CAPÍTULO III – A MIMESE E A PERPETUAÇÃO DA VIOLÊNCIA SIMBÓLICA .....</b>	<b>83</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>106</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>108</b>

## INTRODUÇÃO

O tema a ser discutido neste trabalho é a violência simbólica contra a mulher, a ação ideológica da naturalização de um padrão específico de corpo feminino por meio da relação mimética entre corpo e imagem, tomando como referencial a análise de um segmento da mídia impressa, no caso, “PLÁSTICA & BELEZA (P&B), a revista que vai mudar você”. Faremos a análise a partir da abordagem temática das mulheres híbridas, que mostram a construção do corpo-máquina feminino na mídia impressa. O que se observa é o aumento de práticas invasivas como cirurgias plásticas utilizadas como meio de obtenção da estética perfeita. A materialidade das revistas e as imagens veiculadas pela mídia, no caso, impressa, fazem viger o padrão atual ditado pela indústria cultural, ao qual a mulher se submete.

Para a escolha do *corpus* buscamos uma revista de grande acesso por ser vendida diretamente em bancas e distribuída para assinantes. Há várias publicações de diversas editoras que veiculam anúncios mostrando um tipo estético ideal, aparentemente só alcançado por meio do *photoshop*, ou por meio de cirurgias e tratamentos radicais como a Boa Forma (Ed. Abril) e a Corpo a Corpo (Ed. Escala). No entanto, elencamos a revista Plástica & Beleza, por seu modo de apresentar e divulgar os produtos e tratamentos de seus anunciantes como reportagens e artigos jornalísticos. O *corpus* analisado contemplou dez exemplares (140-149) da revista Plástica & Beleza (P&B), distribuídas no decorrer dos anos 2014 a 2016. Esclarecemos que as figuras dos exemplares de 144 a 149 que não se foram analisadas diretamente na dissertação e foram apenas computadas nas Tabelas 1 e 2, se encontram no apêndice no CD.

Para realizar a pesquisa utilizamos o método da complexidade, que estuda sistemas complexos e os fenômenos a eles associados. É composto de três princípios: o dialógico, o da recursão organizacional e o hologramático.

No primeiro, há o entendimento que toda coisa contém o germe de seu contrário. Ao observarmos nosso *corpus* procuramos compreender como se dá a relação do que é natural e natureza, e como estes conceitos acabam reinterpretados para a perpetuação da violência simbólica, pois a beleza e a natureza aqui descritas contêm o germe da mortificação do corpo e comércio do artifício.

O segundo princípio, o da recursão organizacional, quebra a relação linear temporal e se produz/reproduz a si mesmo, se retroalimenta, sem uma fonte, uma reserva ou um fluxo exterior. Morin (2007) define como um turbilhão, processo no qual cada momento é, simultaneamente, produto e produtor. A violência simbólica tem como principal característica o discurso do opressor ser utilizado pelo oprimido para perpetuar o estado de submissão e violência. Quando, por meio da mimese, a mulher modifica seu corpo para transformá-lo semelhante à imagem, ela alimenta a indústria e a produção de novos produtos.

No princípio hologramático, a parte se encontra no todo e o todo na parte. Logo, como num holograma, cada parte contém as informações da totalidade do objeto a ser representado (MORIN, 2007; SANTOS, 2012; HAMMERSCHMIDT, 2012). Por meio do princípio hologramático, compreendemos como se dá o mecanismo mimético e a perpetuação do processo da violência simbólica contra a mulher, e concluímos que se a parte contém o todo, a revista (que é uma parte) contém e dissemina o conteúdo da mídia em si, que por ser autorreferente se retroalimenta.

A análise do *corpus*, a saber: dez exemplares da revista Plástica & Beleza, segundo os critérios de incidência de cirurgias, tipos de cirurgias, presença de atrizes famosas usadas como padrões a serem mimetizados, etc. a relação se dá por meio da busca do conceito de naturalidade referido na revista, por meio da incidência de palavras como “natural”, “naturalidade”, “naturalmente” e “natureza”.

Após esse levantamento, procedeu-se à discussão dos resultados analisados, segundo o referencial teórico dos seguintes autores.

Jean Baudrillard, em seu livro *Simulacros e Simulação* (1981), descreve a construção da naturalidade sem o natural. Neste caso, a simulação se constituiria na geração de modelos de um real sem origem nem realidade. Para ele, enquanto o fingir e o dissimular deixam intactas as diferenças do verdadeiro e do falso, o simular mascara e deforma a realidade profunda, confundindo o que é real e o que é irreal – simbólico.

Para Vilém Flusser, a imagem se torna mundo e o mundo passa a querer ser imagem. Para o autor, as imagens sintéticas tornam imagináveis as teorias mais abstratas, pois são “experiências concretas, posso afirmar que elas tornam concreto o inteiramente abstrato” (2008, p.151).

A pesquisadora Malena Segura Contrera, no livro “Mediosfera: meios, imaginários e desencantamento do mundo” (2010), argumenta quanto ao papel das

tecnologias de comunicação frente às máquinas de comunicação, à “depressão dos sentidos corporais”, onde perde sua propriocepção e se transforma em um corpo sentado-sedado, comatoso, influindo e prejudicando a propriocepção e levando o corpo a buscar a perfeição e eficiência da máquina.

Norval Baitello Júnior, na obra “O pensamento sentado, sobre glúteos, cadeiras e imagens” (2012), descreve o esforço que o corpo faz ao ficar artificialmente sentado, fraturado, fincado em base estática. Tal postura desliga o homem de suas raízes da inteligência primata e do nômade, sedando-o.

Ao analisar nosso *corpus*, questionamos se os diversos artifícios oferecidos pelo mercado como cirurgia plástica, medicamentos e produtos de beleza, entre outros, teriam mais que a função da busca da saúde, seriam de fato a modificação do corpo e sua transformação na imagem perfeita. Imagem esta que, para o autor, também almeja o corpo. Mas há um alto preço a ser pago: com a perda dos outros sentidos resta a visão que se satisfaz apenas com a imagem.

Para Edgar Morin em “O homem e a morte” (1988), o simbólico nasce como estratégia de compensar ou superar o medo do insuperável – da morte. A morte sentida como um “erro” do sistema, assim como as imperfeições estéticas a serem corrigidas pelas práticas cirúrgicas. No caso, mostraremos como o próprio feminino, e não a morte, parece consistir em um erro a ser corrigido.

No artigo “Aprendizagem cultural e mimese: jogos, rituais e gestos” (2016), Christoph Wulf define mimese como condição de sobrevivência e capacidade inconsciente de expressar e representar formas de comportamento, comunicação e linguagem, seja ela verbal ou não verbal do ser humano. Também é um elemento da organização social e fundamento das formações culturais.

James Hillman, no livro “Cidade & alma” (1993), aponta ser a beleza uma necessidade da psique. Quando falta a beleza, a alma sofre. Para a satisfação deste impulso, a psique busca a natureza. No entanto, aponta o autor, nem sempre o que é natural é belo, nem mesmo o mundo físico como o conhecemos, com uma natureza arquetipicamente psicológica, criada e recriada por nossa imaginação. Além disso, a beleza é, na maioria das vezes, produto da mente e, muitas vezes, da própria mão do homem.

Em “A Dominação masculina” (1999), Pierre Bourdieu denomina como violência simbólica aquela de caráter subliminar, inconsciente e imperceptível que conta com a conivência e cumplicidade da vítima em sua perpetuação, exercida por vias simbólicas

da comunicação e do conhecimento, e que acaba utilizada como meio da continuidade da dominação masculina.

Verificamos também a hipótese central de que a violência simbólica se perpetua por ser autoimposta, quando a mulher se submete aos padrões de beleza ditos “naturais”, impingidos a ela pela mídia. A violência simbólica contra a mulher estaria presente quando ela busca mimeticamente se adequar a esta imagem ideal veiculada pela mídia, modificando seu corpo de forma radical, nem que seja numa grave submissão às práticas invasivas que se autodenominam de efeito “natural” e que induzem a mulher a descobrir sua “verdadeira beleza”.

São duas as propostas derivadas. Na primeira, os modelos propostos são constantemente modificados para gerar consumo ininterrupto. Agora, a proposta é o “natural”, a “naturalidade”, e a mulher se submete voluntariamente. Na segunda, a submissão voluntária da mulher se dá por meio das práticas miméticas.

Para realçar os termos natureza, natural, naturalidade e naturalmente, utilizamos o recurso do itálico. No entanto, durante a análise, quando tentamos dividir o *corpus* em anunciantes e seções da revista, como “Gente”, “Cantinho da famosa”, etc., muitas vezes nos deparamos com a dificuldade em distinguir um do outro, visto que as assim denominadas reportagens eram patrocinadas por um ou mais produtos, mesmo quando validadas por um profissional da área da saúde, o que nos deixa a impressão de se tratar totalmente de publicidade com a validação das “autoridades”. Logo, para fins de análise numérica utilizamos porcentagem simples, denominando tanto as reportagens quanto os anúncios como seções.

A dissertação está organizada do seguinte modo: no primeiro capítulo, realizamos a análise do *corpus* que propõe como ideal um corpo “natural”, muito embora produzido para ocultar ou resolver imperfeições consideradas não naturais utilizando, para isso, os produtos e serviços anunciados. No segundo, refletimos sobre os conceitos de “natureza”, “naturalidade”, “natural”, “naturalmente” frequentes no *corpus*. Finalmente, no terceiro capítulo procuramos compreender o papel da mimese na construção da imagem do feminino.

Esta capacidade antropológica que nos constitui necessita da mediação do corpo para ocorrer. O corpo paga um alto preço neste processo de tentar se assemelhar à imagem dita “natural”, perdendo a capacidade proprioceptiva e embotando seus sentidos.

## CAPÍTULO I - A NATURALIDADE NA REVISTA PLÁSTICA & BELEZA

A publicação Plástica & Beleza (P&B) propõe como ideal um corpo natural, muito embora produzido e constituído a partir de um processo de bricolagem<sup>1</sup> de estereótipos disfarçados sobre a ideia da mulher sem defeitos, que se “descasca” ou se “liberta” de suas imperfeições consideradas não naturais.

A revista P&B começou a ser distribuída pela United Magazin Editora em todo o Brasil em 1997. Com periodicidade mensal, P&B tem tiragem comprovada de 30.000 exemplares<sup>2</sup>, abordando temas como cirurgia plástica (24%), saúde (4%), estética (16%), odontologia (12%), dieta (4%), cosméticos (16%), moda (8%) e comportamento (16%), aproximadamente. Os valores variam de exemplar para exemplar, dependendo do anunciante. De acordo com sua página na *web*, a revista P&B é um “veículo essencial e completo” que circula em “bancas, salões, consultórios, clínicas de estética, academias, pontos alternativos, formadores de opinião e público em geral”, voltada a “mulheres modernas que estão em busca de saúde, beleza e bem-estar, e que desejam, acima de tudo, se manter atualizadas sobre novidades e tendências nacionais e internacionais”<sup>3</sup>.

O processo busca resultados o mais próximo possível do “natural”, e se manifesta em forma de anúncios e “reportagens” que apresentam produtos e intervenções repletos de inovações tecnológicas nas áreas da cirurgia plástica e estética, emagrecimento, prevenção do envelhecimento e seus sinais (rugas, estrias, entre outros). As matérias, muitas vezes, não são assinadas e podem apresentar um pequeno quadro denominado “Consultoria”, no qual se lê o nome da empresa anunciante, o produto, os endereços e contatos, incluindo de eventuais colaboradores, no caso, profissionais ligados à área da beleza e saúde.

---

<sup>1</sup> Do francês “bricolage”, descreve originalmente a execução de pequenos trabalhos domésticos, sem necessidade de recorrer aos serviços de um profissional. Por ser um conceito polissêmico, pode ser utilizado como elementos e materiais que compõe um conjunto que se apresenta para “abastecer o estoque ou para mantê-lo com os resíduos de construções ou destruições anteriores”, Levy-Straus disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbem/v37n3/13.pdf>>.

<sup>2</sup> A tiragem é bem menor que as de revistas como Saúde (Ed. Abril) com mais de 217.000 exemplares, Boa Forma (Ed. Abril), com 215.00 exemplares. No entanto, dada a sua especificidade no tema da cirurgia plástica, 30.000 exemplares auditados é uma quantidade significativa. O fato de a revista circular em lugares públicos como salões, consultórios, etc. indica que o número de leitores pode ser bem maior que a tiragem. Está também na *web*, onde disponibiliza os exemplares já publicados. Disponível em: <<http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>>

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.unitedmagazines.com.br/revista-plastica-beleza/>>

## 1.1 Os exemplares

O primeiro exemplar elencado foi o de número 140, Ano 17 (Figura 1), que traz na capa a imagem da atriz Agatha Moreira, e promete divulgar “os segredos de beleza da nova musa da Rede Globo”.

Figura 1 - Capa do exemplar 140 – Ano 17



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

Na página 3 (Figura 2), a empresa Adélia Mendonça aponta para uma novidade que irá transformar a pele do consumidor: “Seja radiante!”, a vitamina C, oxidante natural, no produto Provitality C.

Figura 2 - Produto Provitality C



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

Na seção “Cantinho da famosa” (Figura 3), a modelo Patrícia Dejesus é descrita como “naturalmente linda”, e sobre ela diz-se que ainda não fez nenhuma plástica. Adepta à alimentação saudável, a matéria chama a atenção para o fato de que o suco *natural* é um dos produtos mais consumidos pela modelo. Também afirma correr cerca de 10 a 15 quilômetros por dia. E é com esses cuidados que se mantém uma moça linda. Naturalmente.

Figura 3 - Seção Cantinho da famosa

**Cantinho da famosa**  
Por Malu Rosetto

**Patrícia Dejesus**  
**Pérola Negra**

Ela já desfilou como modelo no Brasil e exterior, fez novela, foi apresentadora na MTV e hoje, aos 35 anos, concilia a carreira de DJ com a de repórter do programa global Video Show

**O**s traços delicados e corpo esculpido de Patricia Dejesus renderam uma carreira internacional como modelo, mas chegou um momento, depois de 13 anos, que ela resolveu que era hora de mudar. "Preciso estar apaixonada pelo que estou fazendo, a profissão tinha perdido o encanto, mas não tinha um plano B, apesar de, na época, já estar estudando interpretação e ser formada em Marketing", relembra a gata que estreou como atriz em 2005 e soma oito papéis em novelas.

Sempre ligada em música, seu pai foi DJ nos anos 70, Paty diz que adora acordar e botar a trilha sonora do dia. "Tenho música para acomodar, para trabalhar, para chorar, para sorrir, para malhar." O amor é tanto que a morena consegue conciliar as gravações do Video Show com a discotecagem. "O novo ofício requer muita dedicação e estou muito focada, mas agora que estou me sentindo à vontade, volto aos toca-dicos. Não via a hora disso acontecer, estava com crises de asteniaética já! Me expressei muito pela música, é minha terapia", cogita.

Mas não é só no comando das pípetas que ela chama a atenção, dona de medidas perfeitas (1,74 m e 52 kg), Patrícia mantém uma alimentação saudável com muitas verduras, legumes e evitando frutas e, além disso, comecece muito suco natural. "Come quase todos os dias de 10 a 15 km, ando de bicicleta ou skate e, como não gosto muito de musculação, faço o suficiente para evitar controles. Não consigo ficar sem fazer nada, não nasci para ficar senti na exercícios."

Vaidosa na medida certa, ela conta que adora drenagem linfática e massagem mediolântica e se considera viciada em cremes, tanto que há os específicos para reverter o envelhecimento da pele, para proteção, para hidratação, contra celulite. Sobre maquiagem, ela acha que a pele negra já se destaca por si só. "Na pouco tempo, pases a usar batom. Achava que destacava demais os lábios, que já chiamam atenção, mas descobri que um bom batom vermelho faz toda a diferença", finaliza a morena. ■

**QUANDO O ASSUNTO É CIRURGIA PLÁSTICA...**

Naturalmente linda, Patrícia Dejesus conta que ainda não sentiu necessidade de recorrer ao bisturi, mas tem vontade de colocar próteses de silicone nos seios. "Mas confesso que acho que nunca vou colocar porque sou muito medrosa."

24 PLÁSTICA & BELEZA

Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

Antes de chegar ao anúncio das próteses de silicone, passamos os olhos sobre quatro páginas da reportagem “Implante de silicone: Chega de dúvidas!”. Então, vemos que o anúncio de duas páginas do produto BioDesign Collection, da empresa Silimed Brasil (Silimed International) foi “desenvolvido para atender sob medida ao biótipo de cada mulher” (p. 48-49, Figura 4). Oferece diversos modelos de implantes, com os sugestivos nomes de “advance”, “maximum”, “natural”, “enhance” e “nuance”.

Sobre o implante denominado “enhance”, o produto principal do anúncio, o anunciante enfatiza que “[...] é um produto anatômico, de base oval, que propicia resultado *natural* em cirurgias estéticas e reparadoras”. Ironicamente, podemos perguntar: o que é natural nesse caso, nesse produto? Em letras maiúsculas, o anunciante promete “efeito estético *natural* e suave ao toque”. E coloca um (discreto) adendo no rodapé da página, em que instituições idôneas ratificam a afirmação.

Figura 4 - Produto BioDesign Collection



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

Já a empresa Life Sil Silicone Implant (p. 53, Figura 5) oferece os implantes de glúteo “Contour”. Em forma de reportagem, o texto exalta os avanços tecnológicos e a segurança dos produtos que a empresa Life Sil Silicone Implant oferece. Argumenta que são “[...] produzidos com exclusiva tecnologia DDS (Dual Shell System) [...]. Dentro do produto, o silicone busca se assemelhar “à densidade da região glútea, propiciando contornos e movimentos mais *naturais*”.

Na metade inferior do anúncio, o implante mamário *Aderence* enfatiza a *naturalidade* estética das mamas. Na foto, uma mulher jovem, magra e que, aparentemente, não necessita de plástica nem de implante algum.

Figura 5 - Implante Seguro



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

Observamos que na propaganda dos produtos a magreza aparentemente “natural” das modelos é excessivamente pontuada pelas fotos e parece muitas vezes desproporcional ao tamanho dos implantes, o que reforça a ideia que temos do uso do simulacro como padrão “natural”. E seria mesmo, se não levarmos em conta a privação de alimentos por boa parte das modelos e o excesso de terapias e exercícios que nem todo soldado aguentaria. Obtendo a foto com o corpo perfeito que venderá bem o produto, por que não passá-la pela competência do *photoshop*? Apenas para ficar o mais “natural” possível, é claro. E caro.

A reportagem Seleção feminina! (p.76, Figura 6) seleciona uma série de cremes para as mãos que prometem retardar ou mesmo evitar desde o seu ressecamento até o envelhecimento. Enquanto um deles afirma ter 96% de ingredientes *naturais*, deixando a pele macia e sem escamações, o outro (Hidratação para mãos, da Monange), além da rápida absorção, garante que devolve a hidratação *natural* da pele.

Figura 6 - Seleção feminina!



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

O artigo sobre o BB Cream Hidracolors FPS 50, da empresa Árago Dermocosméticos (p. 100, Figura 7), alude à mistura de maquiagem “tonalizante” e creme de tratamento, faz menção às pesquisas e às altas tecnologias utilizadas no processo de desenvolvimento do produto. São apresentados em quatro nuances denominados *natural*, bege, bronze e chocolate. Uma pergunta pertinente seria se o *natural* é a branca, uma vez que as outras são mais escuras. Então, é “natural” ter a pele branca? Se for, é uma norma ser branco? E a mistura de cores que formam a chamada “cor brasileira”, presume-se que não é “natural” ser de outra cor? Quais os padrões utilizados por essa empresa para nomear as cores? Isso o anúncio não explica, e apesar de não termos acesso a esses dados, seria muito interessante saber qual o tom mais vendido ao consumidor final. Será o *natural* utilizado para branquear a pele, ou as outras são mais utilizadas, confirmando a percepção de que as consumidoras têm tons de pele diferentes?

Figura 7 - BB Cream Hidracolors FPS 50



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

A empresa PeelLine afirma que “ativos naturais e ortomoleculares” são utilizados na elaboração de seus produtos (p. 106, Figura 8). Embora a expressão utilizada não se encaixe no mote de nossa pesquisa, é interessante questionar: será que a naturalidade dos componentes estaria relacionada à “naturalidade” dos resultados? Toda a matéria-prima é, a princípio, natural. Por que a necessidade de ressaltar isso? Atenção para o que se quer chamar?

Figura 8 - Empresa PeelLine



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

Um dos produtos promovidos pela empresa Salvatore Cosmetics, o Blue Gold apresentado para o tratamento de cabelos, garante uma durabilidade de dois a seis meses (p. 108-113, Figura 9), dependendo da manutenção e da textura dos fios naturais da pessoa (p. 112). O anúncio, que utiliza uma modelo ruiva, promete os cabelos lisos que todas almejam. Em que tipo de pesquisa se baseia esse desejo? Quem disse isso? A própria mulher ou o mercado? Soa estranho em um país como o Brasil que, de acordo com sua história, a configuração de sociedade se deu por índios, brancos, negros e posteriormente imigrantes de todo o mundo. Será que todos os citados têm o cabelo “bom” e “natural”, liso (e por que não ruivo?) da modelo retratada no anúncio, ou o cabelo “ruim”<sup>4</sup> que precisa ser alisado a todo instante?

<sup>4</sup> CENTENO, Gilmara Matos; ALMEIDA, Marinei; DE MATOS MAGALHÃES, Epaminondas. Espelho meu, tenho cabelo ruim? Análise da representação do negro na Literatura Infantil em Mato Grosso. **REVISTA FACISA**, v. 5, n. 2, 2016. De acordo com o texto, o cabelo “ruim” seria o cabelo crespo, duro, pixaim, entre outros adjetivos utilizados para menosprezar características da pessoa negra, e por isso precisaria ser modificado. Os atores pontuam a necessidade de se formular um novo conceito estético que desmistifique os estereótipos da sociedade que associam as características da pessoa negra como “ruim”.

Figura 9 - Empresa Salvatore Cosmetics



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

Segundo a reportagem “Adeus aos pelos” (p. 118-119, Figura 10), a empresa Manipulação Stevia desenvolveu um cosmético que inibe o crescimento de pelos e disfarça “pequenas imperfeições”. Lipovetsky (2000) argumenta que, atualmente, a cultura lipófoba atinge ambos os sexos, levando as pessoas ao controle da alimentação, exercícios físicos, controle de peso e desejo de emagrecer. As mulheres são as mais atingidas e tiranizadas pelo ideal do corpo sem gordura.

Figura 10 - Adeus aos pelos



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

O texto do anúncio sugere que para se ter um efeito mais *natural*, o produto comparado a uma “meia de seda” deve ser manipulado com o pigmento da cor da pele do cliente. Em ambas as páginas, duas modelos belíssimas, magras e jovens aparecem com a pele absolutamente pálida, etérea e perfeita. Será o efeito “natural” dos produtos dessa empresa, ou as fotos foram tratadas “naturalmente” com *photoshop*?

O anúncio da empresa Ivoclar Vivadent (p. 132, Figura 11) inicia com a frase: “A natureza nem sempre nos oferece um sorriso “perfeito”. Cita alterações e manchas e o fato de o dente lascar, e aponta que há 90 anos torna os sorrisos mais bonitos. Já que o cliente teve não muita sorte com a genética, a empresa oferece a alta tecnologia do produto IPS e.max para corrigir a natureza.

A idealização do natural se inverte quando a natureza não é “perfeita” como se desejaria a partir de um padrão que, aqui, se evidencia como idealizado e simulado.

O artigo aparece novamente no exemplar 144, página 86. Também no de número 141, p. 88.

Figura 11 - Facetas laminadas Ivoclar Vivadent



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

Na reportagem “Transforme o sorriso dos seus sonhos em realidade” (p.138, figura 12), o dentista da Clínica Murai adverte que, para o sucesso do tratamento de implantes dentários, nem tudo é imediato e é preciso respeitar a cicatrização *natural* dos tecidos.

A mesma “reportagem” aparece no exemplar 145, na página 122.

Figura 12 - Transforme o sorriso dos seus sonhos em realidade

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

Como rege a legislação brasileira, o dentista é obrigado a colocar o número do registro profissional, no caso, o CRO<sup>5</sup>. Isso parece conferir veracidade e autoridade, além de fundamentação sobre os efeitos benéficos do tratamento. Ao advertir que, para o sucesso do mesmo, nem tudo é imediato, sendo preciso “respeitar a cicatrização natural dos tecidos”, dessa forma, ele isenta tanto o anunciante quanto ele mesmo, sutilmente sugerindo que, se não der certo e o cliente não ficar com a boca da modelo, não adianta reclamar<sup>6</sup>. O problema não é do “reclame” nem do produto, mas do corpo do cliente, que é imperfeito. Algo que contraria essa ideia e não é citado pelo anunciante é o fato de como todo corpo estranho ao corpo, implantes dentários podem sofrer rejeição.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.crospp.org.br/uploads/etica/6ac4d2e1ab8cf02b189238519d74fd45.pdf>> Código de Ética Odontológica – Capítulo XIV – Artigo 32: “Estão sujeitos à observância deste capítulo do Código de Ética Odontológica todos aqueles que exerçam a Odontologia, ainda que de forma indireta, sejam pessoas físicas ou jurídicas, clínicas, policlínicas, cooperativas, planos de assistência à saúde, convênios de qualquer forma, credenciamentos, administradoras, intermediadoras, seguradoras de saúde ou quaisquer outras entidades. Na comunicação e divulgação, segundo o Código de Ética Odontológica, é **obrigatório** constar nos anúncios, nas placas e nos impressos o nome completo, o número de inscrição da pessoa física ou jurídica, junto ao Conselho Regional de Odontologia e o nome representativo da profissão de Cirurgião-Dentista.”

<sup>6</sup> Importante ressaltar que no caso de anúncios desse tipo, o paciente-consumidor pode recorrer ao Capítulo XI, artigo 32, do que constituiria uma infração ética (I - apregoar vantagens irreais visando a estabelecer concorrência com entidades congêneres; II - oferecer tratamento abaixo dos padrões de qualidade recomendáveis).

## 1.2 Exemplar 141 – Ano 17

Em outro exemplar (141), a capa traz a imagem da atriz da Rede Globo, Karen Junqueira (Figura 13), que divulga “A dieta sem glúten da gata sensual de Império”.

Figura 13 - Capa do exemplar 141 – Ano 17



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

Na coluna “Tire suas dúvidas” (p. 22, Figura 14), a repórter entrevista um “colorista”<sup>7</sup>, que ensina o melhor corte e produto para cabelos cacheados, a fim de se conseguir um “efeito *natural*”. O profissional afirma que além da importância de se ter

<sup>7</sup> A profissão de “colorista” foi utilizada de forma livre pela revista para descrever o cabeleireiro especializado em tintura. “Apenas 68 profissões têm leis específicas para regulamentá-las no país, de acordo com informações do Ministério do Trabalho e Emprego. O número equivale a apenas 2,8% do total de ocupações catalogadas no país (2.422). Atualmente há mais de 30 projetos sendo discutidos na Câmara dos Deputados ou no Senado para regulamentar as mais diversas profissões – de ceramista a cozinheiro, passando por comerciários e garçons, entre outros.” Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/so-3-em-cada-100-profissoes-estao-regulamentadas-no-brasil-2zichyg3cozznmh8p3dhb3mfi>>.

o cabelo cortado por navalha ou tesoura, da significância de se desfiar mais ou menos dependendo do tipo de fio, etc., ele aconselha a utilização de “umificadores de cachos, queratina hidrolisada ou um bom *live-in*”. Aparentemente, o “efeito *natural*” dá um pouco de trabalho e tem certo custo. Ter cachos com aparência “natural” não é para qualquer um.

Figura 14 - Coluna “Tire suas dúvidas”

## Tire suas dúvidas

Por Maira Bonetto



### BELEZA

#### Os cosméticos realmente funcionam?

Sim, eles funcionam. “Os cosméticos são uma classe de cosméticos que mais se aproxima de um medicamento, já que possuem comparações clínicas, científicas e indicações específicas para seu uso”, explica a farmacóloga-bioquímica Joyce Rodrigues, diretora científica da Mezzo Dermocosméticos (SP). Os cosméticos, muitas vezes, não estão disponíveis nas prateleiras, mas indicados em clínicas de estética e dermatológica, mesmo porque eles contêm ingredientes em concentrações muito mais elevadas que penetram mais profundamente na camada dérmica da pele, gerando resultados mais visíveis e benefícios a longo prazo.

#### É verdade que a partir dos 25 anos a mulher precisa usar produtos anti-idade?

Segundo a dermatologista Ana Pia Coelho (RJ), a partir dessa idade é aconselhável começar a prevenção dos sintomas de envelhecimento. Além do uso de produtos anti-idade, deve-se diminuir os fatores que aceleram o envelhecimento como a exposição ao sol; estar o fumo e as bebidas alcoólicas, e investir em uma dieta saudável em pratos de origem animal.

### MAQUIAGEM

#### Envelhecer a pele?

O que envelhece não é o uso da maquiagem, e sim, não retirá-la adequadamente. “Pode haver irritações, obstrução dos poros da pele e consequentemente o surgimento de cravos e espinhos”, alerta a dermatologista Carla Albaqueque (SP). Ainda segundo ela, o demaquilante é fundamental para ter uma pele jovem e saudável, mas, caso não o tenha, pode associar um bom sabonete líquido a uma loção tônica ou adstringente.

### SAÚDE

#### Qual a diferença entre cirurgia bariátrica e balão intragástrico?

Apesar de os dois procedimentos serem indicados quando o índice de massa corporal (IMC) está acima de 35 ou 40, eles são bem diferentes. A cirurgia bariátrica é um procedimento que ajuda a reduzir o tamanho do estômago e, consequentemente, incentiva para a eliminação de peso. Para isso é feito um corte de 15 a 20 centímetros no abdômen e demora de 45 a 60 dias de recuperação. “Já no balão intragástrico, como o próprio nome diz, é um balão de silicone inflável que é introduzido no estômago, que será preenchido com ar ou de metileno, para reduzir a quantidade gástrica e diminuir o apetite”, explica o médico gastroenterologista, Sérgio Barrichello, especialista em emagrecimento da Clínica Healthline (SP). Esse procedimento é menos invasivo, após seis meses de uso o balão é retirado do estômago e com ele é possível eliminar 20% do peso inicial.

Foto: Maira

22 PLÁSTICA & BELEZA

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

A onfaloplastia ou cirurgia para correção do umbigo é descrita pelo cirurgião plástico (p. 36, Figura 15), que explica como se faz para remodelar o umbigo para um “formato mais atraente e *natural*” por meio de incisões. Se a palavra umbigo<sup>8</sup> significa “cicatriz arredondada na linha média do abdome, que assinala o orifício por onde, no feto, passa o cordão umbilical”, para deixá-lo mais atraente e “*natural*” seria melhor não alterá-lo com uma intervenção cirúrgica.

<sup>8</sup> Verbete disponível em: <<https://www.dicio.com.br/umbigo/>>

Figura 15 - Universo Plástica

**Universo plástica**

Por Maria Júmara

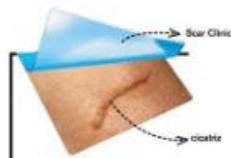


**Em busca do umbigo perfeito**

**DEPOIS DE CHECAR**  
se seu cirurgião plástico pertence à SBCP, peça para conhecer o local onde ele irá realizar sua cirurgia plástica. Os pequenos procedimentos cirúrgicos podem ser realizados em clínicas. Já as cirurgias de médio e grande porte devem ser realizadas em um hospital.

**Você já ouviu falar em bichectomia?**

A cirurgia de nome "curioso" nada mais é que a diminuição das bochechas. "Muitas pessoas se incomodam com as bochechas volumosas e não sabem que podem resolver o problema com uma cirurgia simples, de pequeno porte, que pode ser realizada com anestesia local com sedação ou geral e com duração de quarenta minutos", explica o cirurgião plástico Eduardo Kamashiro (SP). Nessa cirurgia faz-se uma incisão de aproximadamente dois centímetros na parte interna de cada uma das bochechas, retirando a bolsa de gordura existente nessa região.



**Aliado na cicatrização**

Qualquer pessoa que se submete à uma cirurgia plástica deseja que a cicatriz fique a mais imperceptível possível. Para auxiliar no processo de cicatrização, aposte no curativo de silicone em gel Scar Clinic. "Como ele aumenta a umidade na cicatriz e ao seu redor, melhora a hidratação e previne a formação de queijoide e da cicatriz hipertrófica", explica a médica Claudia Câmara Letts Barros (PR). Superprotetor - basta aplicá-lo sobre a cicatriz -, esse curativo deve ser usado diariamente.

Foto: Valéria e Douglas/Officina Olá!

Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

Em forma de reportagem composta por quatro páginas (“Aposte na cinta”, 51 a 54, Figura 16), a empresa Rosset e Inn-Forma apresenta cintas pós-operatórias, de vários tamanhos, formas e finalidades, necessárias e recomendáveis em um pós-operatório.

Vale pontuar que, apesar de não se enquadrar no mote de nossa pesquisa, é interessante observar que até a propaganda do material faz referência à poliamida<sup>9</sup>, material sintético, que tem a capacidade de permitir que a pele transpire “naturalmente”.

<sup>9</sup> Revista Plástica & Beleza. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-14282012000100003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-14282012000100003)>

Figura 16 - Aposte na cintura



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

A chamada “Preencha as rugas!” (p. 59, Figura 17) propõe o uso de um produto da Allergan, o Vycross Collection Juvéderm. De aplicação subcutânea utilizado para preenchimento de rugas, promete um resultado “bem *natural*”. Todavia, se a definição de ruga<sup>10</sup> é “sulco ou franzido na pele, que decorre geralmente da idade, de desgostos ou preocupações”, com o passar do tempo, é esperado que a pele fosse vincada “naturalmente”. Logo, como podemos sugerir naturalidade com o desaparecimento ou atenuação dessas marcas?

<sup>10</sup> Dicionário on-line de português. Significado de Ruga - substantivo feminino. Carquilha, sulco ou franzido na pele, que decorre geralmente de idade, de desgostos ou preocupações: rugas da face. Prega ou dobra semelhante que se forma em uma superfície qualquer; enrugamento. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/ruga/>>. Acesso em: 20 nov.2017.

Figura 17 – Beleza &amp; Cia

**Beleza & cia** Por Fernanda Dragone

**Fique linda dormindo bem**

Dormir bem pode lhe ajudar a ficar ainda mais bonita, pois é justamente durante a noite que a pele se recupera. Para que os resultados sejam ainda mais positivos, veja as dicas do dermatologista Alido Salomão (MG):

**Lime a área:** remova as impurezas, a oleosidade e poluição acumuladas durante o dia, evitando o entupimento dos poros.

**Prenda o cabelo:** como o cabelo carrega oleosidade e impureza, prenda-o levemente em um rabo de cavalo ou faça uma trança antes de dormir.

**Cuide da fronte:** a fricção constante pode acelerar os danos na pele. Procure as mais macias, ou coloque um lenço de seda ou cetim em cima da fronte.

**Nada de tecnologia:** desligue qualquer aparelho 30 minutos antes de dormir; ler um livro ou ouvir música relaxante pode garantir uma noite realmente recuperadora.

**Varie a posição:** quando você dorme sobre seu rosto, sua pele se dobra, o que cria um vício e uma degradação do colágeno. O ideal é dormir de barriga para cima.

**SE NA HORA DO MAKE VOCÊ NÃO TIVER UM PRIMER, coloque algumas pedrinhas de gelo em um pano e faça uma compressa no rosto para fechar os poros e garantir uma produção incrível.**

**Preencha essas rugas!**

A novidade para acalmar com vinco e marcas de expressão é o Vyness Collection Juvederm, da Allergan. Segundo a dermatologista Sílvia Zimbres (SP), a técnica consiste na aplicação de um gel de textura mais leve e homogênea que se acomoda delicadamente a pele. A grande vantagem dessa técnica é que é possível preencher até as marcas mais finas da tessa, ao redor dos olhos e da boca, sem risco da formação de nódulos e com um resultado bem natural. O paciente já pode retomar suas atividades no mesmo dia da aplicação e a sua durabilidade é de 12 a 18 meses.

**Os benefícios da máscara de goji berry**

Depois que essas frutinhas vermelhas conquistaram o cardápio de quem quer perder peso, chegou a vez de usufruir de seus benefícios pra cuidar da pele. Por seu alto poder antioxidante, a goji berry agora também é usada em tratamentos faciais, como a Máscara de Goji Berry, desenvolvida pela esteticista Denise Fratoni, do Crystal Hair (FL). Com ativos ricos em aminoácidos e vitamina C, o procedimento estimula a circulação sanguínea e previne o inchaço causado pela retenção de líquidos. A aplicação dura uma hora e deve ser realizada a cada 15 dias, totalizando o máximo de quatro sessões.

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

A empresa PeelLine afirma que seus produtos são “elaborados com ativos naturais” e promete um “rosto mais jovem, dia-a-dia” (p. 62, Figura 18). O apelo da matéria-prima “natural” poderia indicar neste exemplo que, além de diferenciado, ele só traz benefícios, que não causa mal.

Ignora-se a obviedade que todo produto parte de uma matéria-prima oriunda da natureza ou criada a partir dos elementos do mundo. A questão é que o anunciente parece sugerir a utilização de práticas ecológicas únicas com as quais produz os milagrosos medicamentos que trarão de volta a “naturalidade” perdida.

Figura 18 - Rosto mais jovem dia a dia



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

Na página 65 (Figura 19), o Boticário apresenta a sua Ampola Proteção e Revitalização Nativa Spa como um dos “Amigos do fio”, também elaborado com “ativos naturais” da uva que promete reconstruir a fibra capilar.

Figura 19 - Ampola Proteção e Revitalização Nativa Spa



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2014

### 1.3 Ano Exemplar 142 – Ano 17

O terceiro exemplar de nosso corpus (142, Figura 20) traz na capa a atriz da Rede Globo Elaine Mickely e, em negrito, anuncia que a moça está “8 quilos mais magra para brilhar na novela Império”.

Figura 20 - Capa do exemplar 142 – Ano 17



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

O apelo deste anúncio da empresa Árago incita o leitor a comprar o seu produto, afinal, “eles são os queridinhos das peles brasileiras”. As cores oferecidas são o *natural*, bronze e chocolate (p. 2-3, Figura 21). Observamos a sugestão para que não nos preocupemos com a procedência nem com os resultados obtidos a partir

do uso dos produtos. Afinal, como diz o destaque na página dupla da reportagem, eles foram testados pelos “blogs mais conceituados”. A pergunta que se faz é: Tal certificação é o suficiente e fará diferença na hora de adquirir o produto? Segundo Souza (2013), os blogs são considerados facilitadores e disseminadores de informações, influenciando o modo de pensar de seus leitores e em sua decisão de consumo.

Figura 21 - Empresa Árago



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

A matéria abaixo é sobre alimentos com glúten, grupo de proteínas que compõe *naturalmente* muitos cereais como o trigo, o centeio e a cevada<sup>11</sup> (p. 22, Figura 22). A imprecisão desta afirmação está no fato de que por ser este um alimento natural, como a matéria nos mostra, qual o propósito de consumi-lo com restrição?

<sup>11</sup> Esta afirmação pode ser conferida no endereço do Bem-estar GNT.

PINHEIRO, Renata. Glúten faz mal? Entenda o que é e como o organismo reage ao seu consumo. **BEM ESTAR GNT**. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/bem-estar/materias/gluten-faz-mal-entenda-o-que-e-e-como-o-organismo-reage-ao-seu-consumo.htm>> Acesso em: 20 mar.2018.

Figura 22 - Tire suas dúvidas

**Tire suas dúvidas**

Por Maila Bonetti



**Comer bastante CENOURA ajuda no BRONZEADO?**

**BELEZA**  
**Grávidas podem fazer drenagem linfática?**  
Segundo o ginecologista e obstetra Domingos Mantelli (SP), as futuras mamães podem, sim, fazer drenagem, mas somente até a 10ª semana de gestação. Depois desse período, com o crescimento do útero, é preciso poupar a cavidade abdominal, mas não impede que faça a massagem em outras regiões do corpo, desde que não haja restrição médica. "Além de permitir que a gestante possa se cuidar ainda mais durante a gravidez, a drenagem ajuda a diminuir o inchaço contorno da gestação", diz.

**FITNESS**  
**Não frequento academia, posso tomar whey protein assim mesmo?**  
O whey protein é a proteína do soro do leite formulada como suplemento alimentar e vendida em pó. "Ele aumenta a capacidade do organismo de realizar a síntese proteica, ou seja, a reconstrução das fibras musculares. Assim, após um treino mais intenso, quando o músculo está se recuperando, este nutriente em maior quantidade no organismo poderá reduzir o tempo de recuperação das fibras musculares e com isso aumentar o ganho de massa magra", explica Diego Barros, fisioterapeuta do Esporte do Hcor (SP). A utilização do whey protein ou qualquer suplemento está associada à necessidade estabelecida por um nutricionista e independentemente do local ou do treino que seja feito, o suplemento só ajudará aqueles que precisam e usá-lo a indicação profissional do uso. "O consumo sem orientação nutricional pode provocar sobreexagero de alguns órgãos, com uma quantidade exagerada de proteína no organismo e a necessidade de se metabolizar esse nutriente, principalmente se é ligado trabalhado em excesso", alerta.

**SAÚDE**  
**Qual a ligação entre cigarro e dores nas costas?**  
Além de aumentar o risco de doenças cardíacas, respiratórias e câncer, o cigarro aumenta o risco de dor lombar, doença do disco intervertebral e complicações pós-operatórias depois de cirurgias de coluna. Segundo o fisioterapeuta Helder Montenegro, diretor do Instituto de Tratamento da Coluna Vertebral (SP), isso ocorre porque a fumaça de cigarro reduz a circulação sanguínea nos platos do disco intervertebral. "Essa diminuição dificulta a chegada de nutrientes na região, fazendo com que os discos ressequem e se desgastem, podendo levar ao surgimento da hérnia de disco", descreve.

**Se tirar o glúten da dieta, vou perder peso?**  
Glúten é uma proteína composta pela mistura das proteínas gliadina e gliutenina, que se encontram naturalmente na semente de muitas sementes, como trigo, cevada, centeio e aveia. Segundo a funcional chef Luciana Rocha, da Well Be (SP), retirando o glúten da alimentação você irá, sim, perder peso já que ele é inflamatório, ou seja, estimula a formação de gordura. Além disso, ele pode provocar prisão de ventre, diarreia, gases, estufamento. Uma boa dica é substituir as farinhas de trigo por farinha de mandioca, de milho, de amêndoa, de banana verde e outras.

Foto: Shutter Stock

Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Na reportagem (p. 30 a 33, Figura 23) sobre produtos capilares, a modelo revela que só faz uma boa hidratação de tempos em tempos e que seus cabelos são totalmente *naturais*, sem química, sem tintura. Parece orgulhosa quando as pessoas lhe perguntam qual a tinta que ela usa. Este nos parece um dos efeitos da retroação: ela parece se orgulhar de que seus cabelos sejam tão naturais quanto os tingidos.

Figura 23 - Produtos Capilares



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

A empresa Silimed apresenta o implante da “mulher exigente”, que pretende uma “super projeção (dos seios) com *naturalidade*” pelo formato cônico da prótese de silicone. Promete um efeito estético *natural* e suave ao toque, e seu gel tem a firmeza e suavidade para “simular a consistência *natural* das mamas” (p.45, Figura 24). Observa-se aqui como até o tato - sentido usado como teste de *naturalidade* - é enganado pelas simulações.

Figura 24 - Implante da mulher exigente

# TUDO sobre...

Por Fernando Dognini

# Anestesia

é essencial para que o cirurgião se sinta confortável e seguro. Mas muitas vezes sente medo. Para que esse pânico acabe e você possa realizar o procedimento sem pugras além de ondas, nada melhor que ler de duas com quem entende.

**M**esmo que você tenha medo de anestesia, alguns procedimentos podem ser realizados se a região em que irá atuar estiver preparada para que a paciente não sinta dor. Quando se fala em anestesia, é comum que se fale em anestesia geral (pendendo ou naquada), se não, é cirurgia e anestesia, dependendo do tipo de cirurgia e do histórico do paciente.

**Definindo as técnicas**

A anestesia local é a mais comum, sendo usada para procedimentos que envolvem o nariz e a boca que só precisam ser administrada por um anestesista.

A anestesia regional é usada em cirurgias mais simples, em que a paciente pode se permanecer acordada, mas na maioria das vezes, sente-se dor. A anestesia epidural é usada quando a anestesia impede a dor em apenas uma determinada região, como um braço, uma perna ou uma parte inferior do corpo abaixo da cintura. (Foto: Dr. Fabrício Veloso, diretor da Dream Plastic (SP).

A anestesia regional é injetada nos costas, dentro da coluna espinhal, proporcionando temporária e relaxante muscular. A anestesia geral é realizada quando a cirurgia é realizada no canal espinhal. Empurro na epiaxiloplastia e anestesia é administrado por um anestesista ou por um cirurgião que é responsável por administrar a anestesia.

A anestesia dura exatamente o tempo necessário para cada cirurgia. "A anestesia também vai acompanhar os batimentos cardíacos, assim como a exacerbação no sangue e tornam as provocações inusitadas e caleidos em um de alguma intensidade", explica o Dr. Fabrício Veloso.

**Efeitos colaterais**

Ao seminar o efeito de anestesia, algumas pacientes podem sentir dor de cabeça, náuseas e vómitos, sintomas comuns em que a anestesia geral é administrada. Para minimizar esses efeitos, o indicado é respirar regularmente os intervalos da medicação preventa o período de recuperando.

Além disso, é comum sentir-se com fome e sede, dor de estômago e de agressão e para cada 10 milhas de cirurgias. Portanto, problemas com anestesia são raro, mas anestesia, porque quando ocorrem, há interro expulsão na medida, levando a fadiga imprevisível que pode levar a quedas.

**CHEGA DE SENTIR MEDO NA ANESTESIA GERAL**

Então todos os tipos de anestesia a grande ameaça é que muitos pacientes. A anestesia geral é indicada para procedimentos que envolvem a cirurgia de uma ou mais partes do corpo. Ela também impede a anestesia apenas uma região do corpo. É importante ressaltar que tipo de anestesia indicado para cada paciente é sempre feita por um profissional.

Para que a paciente não escorde do medo, faltando de discussão pré-anestesia e medição que se torna" (conforme o Dr. Fabrício Veloso).

Foto: Divulgação

## SUPER PROJEÇÃO COM NATURALIDADE O IMPLANTE DA MULHER EXIGENTE

### formato cônico, exclusividade da Silimed

SUPERFÍCIE PURE POLYURETHANE:

EFEITO ESTÉTICO

Aparência natural, suave (100g), borda não palpável.

DESEMPENHO SUPERIOR

Menor risco de contracção e capsula, menor risco de migração, em cirurgias de aumento de mama.

GEL COBERTO DE AUTO DESEMPENHO

Forma gel a partir a forma do próprio corpo e suavidade para simular a consistência natural das mamas.

ADVANCE  
Modelo 1000cc

Em 2013 foram trabalhados com implantes no Brasil, a Silimed é líder a única empresa a produzir e importar mamilos cônicos (Advance) com superfície revestida de poliuretano. A Silimed é líder na América Latina, e tenha mais de 100 mil vendas de implantes de mama e próteses de mama. A Silimed é a única empresa que possui orgânicas regulatórias nacionais e internacionais, importando seus produtos para mais de 75 países.

**SILIMED**  
paulo inspirando a beleza

Formas de pagamento:

Em débito, pix, cartão de crédito

VISA  
MasterCard  
American Express  
Diners Club

www.silimed.com.br  
silimed@silimed.com.br  
Centro de atendimento  
International

Rua da Joia, 100 - Centro  
Tel: (11) 5070 0000

Vale comprovação de R\$ 1.000,00

44 PLASTICA & BELEZA

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Uma reportagem com dados históricos que conta a evolução do gel de silicone e a forma como garantiu a estabilidade do formato do implante e “*naturalidade do resultado*” (p. 46, Figura 25). A proposta é de um corpo novo, se turbinado com silicone. Interessante que, de forma profundamente técnica, o gerente da empresa Silimed explica os componentes das próteses. A foto da modelo, magra, angulosa, jovem e dourada, e por que não dizer acobreada, sugere uma figura androgina, o que é estranho, pois os produtos enfatizam a feminilidade das curvas.

Figura 25 - Corpo novo com silicone



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Virando a página, observamos a modelo com o brilho natural do plástico (Figura 26). Contrera e Zovin (2015) descrevem uma adolescente americana, Dakota Rose, conhecida como Kota Koti que utiliza tutoriais na internet para ensinar como se transformar em uma boneca Barbie.

As pesquisadoras refletem sobre a autora Kota Koti, que fica sem falar por um bom tempo e sua expressão facial se apresenta paralisada, pálida e exangue, como se estivesse utilizando uma máscara mortuária. Nossa modelo, na figura abaixo, faz uma pose que mostra seu corpo perfeito, apesar das cores quentes que ilustram as fotos, também parece paralisada e inerte, se assemelhando em muito a uma boneca de plástico.

A chamada “bumbum empinadinho” descreve que as próteses glúteas são produzidas em forma arredondada e anatômica, mais uma vez promete, literalmente, ser “capaz de moldar o corpo com eficiência, melhorando sua aparência e mantendo seu aspecto *natural*.” Naturalmente que, após a cirurgia e dependendo da prótese elencada, para obter esse aspecto ou arredondado ou musculoso tem que ficar semanas de bruços. Sentar, sentar mesmo, apenas depois de três meses.

Figura 26 - Bumbum empinadinho, panturrilha definida, coxas saradas



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Em “bíceps torneados”, o produto “simula com *naturalidade* a musculatura do braço”. Se simula, não é natural. E, se não é natural, é um simulacro. O corpo se tornando imagem, de forma científicamente aprovada.

Para todos os tipos de implante da reportagem, a cirurgia é descrita de forma crua, explicando a respeito da higienização e assepsia quanto ao procedimento da operação e orientando o paciente das complicações pós-cirúrgicas. Uma das prescrições é não sentar, não ficar em pé, mover-se com muita cautela e, se possível, não tomar sol por dias, semanas e até meses. Isso sem falar na infinidade de cremes, meias, malhas, cintas, etc., que também são coincidentemente anunciadas pela publicação, que podem – e devem – ser usadas, ou o resultado da transformação do corpo em imagem talvez não fique tão natural como se pretende, apesar de tanto investimento do consumidor, seja em tempo, dinheiro, saúde física e mental.

Nada obstante, como tudo é válido na indústria da beleza, essa forma de conhecimento parece ter sido inscrita como um estímulo a quem tem condições de consumo. Se não tiver, sempre é possível parcelar o pagamento.

A empresa PeelLine enfatiza no anúncio (p. 65, Figura 27) os “ativos naturais” de seus produtos, pontuando que não são testados em animais, nada dizem sobre os testes dermatológicos em seres humanos. Se houve algum, seriam estes testes voluntários? Ou nós, os próprios consumidores não nos prestamos “voluntariamente” a esse papel e à divulgação do produto? O trabalho de Adorno e Horkheimer (1985) associa a consciência alienada aos aspectos subjetivos que levam à “servidão voluntária”, em nosso caso o consumidor não pensa nem se rebela, apenas consome.

Figura 27 - Rosto mais jovem dia a dia



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Há, por acaso, um lugar mais propício para se desenvolver uma consciência dessa condição de servidão voluntária que, como descreve Baitello Junior (2012), um corpo sedado? O autor descreve o esforço que o corpo faz ao ficar artificialmente sentado, fraturado, fincado em base estática. Tal postura desliga o homem de suas raízes da inteligência primata e do nômade, sedando-o.

Ao analisar nosso corpus, questionamos se os diversos artifícios oferecidos pelo mercado como cirurgia plástica, medicamentos e produtos de beleza, entre outros, teriam mais que a função da busca da “naturalidade”, seriam de fato a modificação do corpo e sua transformação na “imagem perfeita”. Imagem esta que, para o autor, também almeja se colocar no lugar do corpo. Mas há um alto preço a pagar: na era da visibilidade, em que o homem se transforma em imagem e interage

apenas com o sentido da visão, esta mesma visão elimina todos os outros sentidos e, em última instância, a natureza corporal humana (BAITELLO JUNIOR, 2012).

Todos os 5 produtos para calvície da linha de Sônia Mesquita, SM Clean hair (p. 66, Figura 28), apresentam em suas embalagens as palavras “natural e saudável”. Mas a calvície não é, em sua maioria, uma questão genética? Logo em seguida ao anúncio, há uma reportagem sobre o espaço Sônia Mesquita.

O mesmo anúncio se repete no exemplar 143.

Figura 28 - Tratamento revolucionário contra a calvície



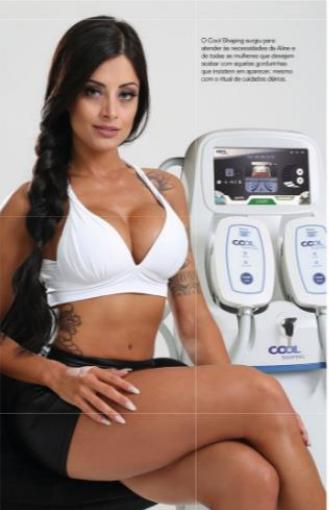
Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Na reportagem (p.84, Figura 29), a modelo é uma ex-bailarina de um programa da TV, apesar de “presenteada pela natureza” faz questão de utilizar as mais modernas tecnologias para manter a beleza. Mais uma vez, sua beleza é natural. As horas de *ballet*, de treinamento físico e de dietas são meros complementos. Afinal, ela está na foto para vender a máquina que melhora contorno corporal e a circulação.

Figura 29 - Corpo em forma com o Cool Shaping

### CORPO EM FORMA COM O COOL SHAPING

Mesmo com curvas perfeitas, a bailarina Aline Riscado utiliza os benefícios do Cool Shaping, da LMG Lasers, para manter as pazes com o espelho



**A**ce-bailarina do "Domingo de Fazenda", Aline Riscado, apesar de ser presença constante com sua forma linda e deslumbrante, não se sente confortável com suas modernas tecnologias a laser para manter a beleza em dia. Um dos segredos da dançarina é o Cool Shaping, da LMG Lasers, que combina a tecnologia da criolipólise com outras exclusivas de criodissolução para tonificar, simultaneamente, diferentes regiões que apresentam gordura localizada, que é a gordura que se aloja dentro das células (que engorda).

Além das tecnologias, os exercícios de balé são muito propensos a manter o corpo bem desenhado e em uma forma de musculos, banhante, ativa e uma linea equilibrada. Por isso, não tem tempo a perder, e precisa manter o corpo sempre em forma. Aline Riscado é fã do laser e se interessa com as gordurinhas. Dessa forma, minha meta é tocar gordura por musculos. Pode ser que a gordura seja calda ou não, mas é gordura, em excesso, e nos tratamentos existem necessidades que são muito mais fundamentais para alcançar o resultado que queremos, ou seja, o resultado que queremos.

Outra questão é que a gordura localizada, que é a gordura que se aloja dentro das células, é a única que não tem a capacidade de se dividir, ou seja, quando se divide, muda de forma. Aline Riscado, que é a dançarina porque ela olha diferencial nessa questão de estética (pensando também nesse momento e tempo do paciente), nos fala das fases (objetos latentes que se formam na região do abdomen), calo e gordura localizada. Aline Riscado, que é舞者, não tem necessidade de voltar para realizar o seu trabalho, como no método convencional.

Com o Cool Shaping é possível alcançar mais uniformidade nas resultados, melhorar o contorno corporal e a circulação, além de estimular a produção de colágeno. Aline Riscado, que é舞者, realiza o seu tratamento e retorna aos seus compromissos diários logo após as sessões, que variam de uma a três, com duração de intervalo entre elas, em média. ■

**CONSULTORIA**  
LMG LASERS  
www.lmglasers.com.br  
Tel. (11) 2381-4822 / 2381-4827

Se a dança exige um **corpo perfeito**, Aline Riscado exige o melhor.

### COOL SHAPING™

**COOL SHAPING™** é o tratamento com tecnologia de criolipólise associado a LED vermelho, que elimina a gordura localizada através da ação de temperaturas negativas e de ondas de microondas agindo simultaneamente em duas áreas. Um tratamento não invasivo, indolor e eficiente.

**criolipólise**

**COOL SHAPING™**

**www.lmglasers.com.br**  
Acesse e conheça a linha completa de equipamentos para tratamentos dermatologicos e estéticos faciais e corporais.

**LMG**  
Laser & Light Therapy



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Sobre o uso do retinol para amenizar rugas, pés de galinha, etc. o produto Renew, da empresa Avon, promete aumentar a defesa *natural* da pele contra os sinais do tempo (p. 94, Figura 30).

Figura 30 - Uso do retinol para amenizar rugas

**ROSTO**

**Maior um benefício**  
Renew é um hidratante, firmeza, elasticidade, diminuição das pores faciais e melhoria de textura, cor e luminosidade da pele. Eles são os principais benefícios do retinol. "Os retinoides atuam na pele exercendo um papel importante na prevenção de rugas, sendo fundamental para a manutenção da pele, das membranas e unhas, entre outros órgãos, como os olhos. Sua definição pode economizar ressecamento cutâneo, cabelos sem brilho e unhas quebradiças", explica a dermatologista Valéria Manoel (SP).

Os retinoides, segundo o ácido retinol, são eficazes quanto ele, já permitem a menoridade. "No entanto, o retinol tem melhor resposta de absorção e age mais tempo. Ele não provoca irritação, é mais suave e não causa efeitos secos", explica a Dra. Gabriele Vassucelli. Portanto, quando se encontra no formato de ácido retinico apresenta, maiores efeitos adversos, como vermelhidão, descamação e coceira, sensação de asma, mas irritação.

**Quando é bom**  
O retinol é bem tolerado por qualquer tipo de pele, até mesmo a mais sensível - que não contém fibras irritantes ou aplicadas. O retinol é conhecido por promover efeitos de rejuvenescimento da pele devido à suação e pelo tempo determinado pelo seu dermatologista. Geralmente, a recomendação é de aplicação diária do creme para combater os sinais da idade.

Seu concentrado na fórmula é que não é necessário o uso de seringa diária ou à noite. Sua resiliência são observadas geralmente a partir de um mês de uso.

**Quando não é bom**  
Não é preciso esperar os sinais de idade aparecerem para iniciar mão das crenças faciais com retinol. O retinol funciona como um método preventivo contra as rugas, atuando como antioxidante - já que combate os radicais livres que causam o envelhecimento da pele - e promovendo o processo de renovação celular, que é acelerado com seu uso, levando, assim, à menoridade da pele. ■

**Retinol HA Yess, Vichy, R\$ 130.**  
Reduz as rugas ao redor dos olhos, diminui a aparência das rugas de expressão, ajuda a manter a pele jovem, graças à combinação de ácido hialurônico com retinol HA.

**Retinol HA Yess, L'Oréal, R\$ 70.** Creme para o contorno dos olhos que ajuda a amenizar rugas, olheiras e pés de galinha.

**Retinol HA Yess, L'Oréal, R\$ 70.** Creme para o contorno dos olhos que ajuda a amenizar rugas, olheiras e pés de galinha.

**Retinol Aging, Adia Mendoza, R\$ 145.**  
Nanocapilares e amigas colágeno, bolha de hidratação e reposição de hidratação. Proporciona efeito tensor e lifting imediato, hidratação intensa e combate as rugas e os olhos cansados decorrentes do clima.

**Retinol Yess, La Roche-Posay, R\$ 149.**  
Reduz as rugas socalentas, assim como estrias e microestrías local para atenuar olheira e inchaço de área dos olhos.

**Retinol Clinical Multivitamin, Avon, R\$ 74.** Cria uma barreira hidratante que protege a pele de agentes externos, e aumenta sua defesa natural contra os sinais de tempo.

**O creme compensa!**  
A fórmula desses produtos é a base do retinol - ou algum dos seus derivados - mas todos têm suas vantagens que ajudam a alcançar resultados que estimulam a renovação celular e combatem rugas e rugas.

**Elage Contorno dos Olhos, Avon, R\$ 140.** Possui retinol e ácido hialurônico que hidratam e estimulam a renovação celular e combatem rugas e rugas.

**Wrinkle Correction Night Cream, ROC, R\$ 144.** Creme noturno que hidrata e combate rugas e rugas.

**Wrinkle Correcting Day Cream, ROC, R\$ 144.** Creme diurno que hidrata e combate rugas e rugas.

**Collagen Induction Therapy, ROC, R\$ 149.** Amazônia de rugas e combate a perda de elasticidade.

**SONOFOCUS Lipocavitação Focalizada**

**ARES Carboxiterapia Aquedica**

**HOOKE Radiofrequência de 27,12 MHz**

**TUDO O QUE SUA CLÍNICA PRECISA ESTÁ AQUI**

**ADÉNA®**  
TECNOLOGIA FRANCESA  
EM LUZ INTENSA PULSADA

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
**• Manchas • Vasmórficos • Acne**  
**• Tecnologia GSM**  
**• Trata até Fototipo 5**

**• Consulta ao prego pelo momento, prego e consulte sobre o tempo de tratamento.**

**• Fotodissolução**  
**• Rejuvenescimento**  
<b

A clínica Dental Saúde oferece diversos produtos, entre eles a reabilitação estética com facetas. Tais facetas são camadas muito finas de porcelana, que funcionam como uma capa e garantem a “aparência *natural* dos dentes”. Em outro parágrafo, destaca a vantagem da tecnologia de ponta oferecer até mesmo a translucidez *natural* dos dentes (p. 106, Figura 31). Esta sessão se repete no exemplar 143, p. 92.

Figura 31 - Reabilitação estética com facetas



**SORRISO BONITO E SAUDÁVEL**

Todas as pessoas querem exibir um sorriso bonito e saudável, justamente por isso as clínicas odontológicas têm oferecido, cada vez mais, tratamentos modernos que oferecem ótimos resultados e rápido retorno às atividades.

**IMPLANTES DENTÁRIOS**

Antigamente perder um ou mais dentes comprometia todo o sorriso, hoje com a tecnologia de implantes dentes é possível recuperar o sorriso em tempo recorde. O implante é um microchip de titânio que é colocado dentro das ossas mandibulares com a função de substituir o ráiz do dente. Ele é feito de titânio, que é um material que não reage com a saliva, não causa alergia, é resistente e duradouro, além de ser capaz de suportar peso, complementa Dr. Bussol.

**REABILITAÇÃO ESTÉTICA COM FACETAS**

Indicadas para corrigir mau posicionamento dental, dentes sensíveis, dentes quebrados, dentes faltantes e irregularidade no sorriso. As facetas de porcelana encobrem os mancha, promovem e garantem a aparência natural dos dentes. “Elas funcionam como uma capa, que protege os dentes, ou seja, são camadas muito finas (que uma capa floridela no painel frontal do ônibus)”, complementa Dr. Bussol.

**TECNOLOGIA DE PONTA**

Para realizar procedimentos de implantes, enxertos e regularização no processo de reabilitação oral, a Dental Saúde conta com o Sistema Zirkonzahn. Este sistema vanguarda, desloca o uso desmodon, que é um sistema que não é tão preciso quanto o Zirkonzahn. Com o Zirkonzahn, o cirurgião dentista deve mudar a quantidade e qualidade dasse e a estabilidade visual (justidade de forca no aperto dos profundos implantes)”, explica o cirurgião dentista Alexandre Bussol.

**A CLÍNICA**

Em setembro de 1998, Dr. Alexandre Bussol inaugura a Dental Saúde – Clínica Odontológica e, desde então, o padrão de atendimento vem crescendo mais e mais. As três unidades possuem um padrão de requinte e conforto que é sempre buscado pelos profissionais estéticos constantemente passando por treinamentos e especializações. O atual know-how de qualidade em atendimentos da Dental Saúde é devido ao seu compromisso com a excelência. Quanto a isso, em 2008, obteve o registro ISO 9000 de qualidade em atendimento (em 2010).

“Todos esses motivos é o que me fazem sentir orgulho e segurança em propor um atendimento de excelência para os meus pacientes”, diz Dr. Alexandre Bussol. Já o sucesso das unidades presentes em Tamboré e Osasco ele atribui à modernidade dos equipamentos, como os aparelhos de laser e de endodontia, o rai-X panorâmico digital, que realiza exames radiográficos na hora da consulta, entre outros.

**MAIS SOBRE O DR. ALEXANDRE BUSSOL**

- Formação em Odontologia pela Universidade São Francisco de Braga (Portugal)
- Especialista em Implantodontia pelo Centro Universitário de São Paulo (Cesumar)
- Membro da Sociedade Brasileira de Reabilitação Oral
- Um dos precursores em implantodontia no Brasil, realizando os primeiros implantes em 1998
- Realizou mais de 10 mil cirurgias de implantes
- Em 2010, recebeu o prêmio de implantodontista do Ano

**Clinica Odontológica Dental Saúde CROOL 7164**

**UNIDADE TAMBORÉ**

Office Tamboré - sala 402  
Jardim das Flores - 1000  
Tamboré - São Paulo - SP  
Tel.: (11) 4302-3898 / 4208-3028

**UNIDADE CENTRO**

Rua Euclides da Cunha, 79  
Centro - Osasco - SP  
Tel.: (11) 2564-4220 / 3699-6821

**UNIDADE VILA YARA**

Rua Antônio Pedro de Souza, 100  
Vila Yara - Osasco - SP  
Tel.: (11) 4620-7777

**www.clinicadentalsaude.com.br**

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Outra clínica, a APM Clínica Odontológica, promete por meio do uso de diversas técnicas (implantodontia, enxertos, restaurações, etc.), “recuperar dentes, voltar a sorrir sem vergonha, e o melhor, com aspecto *natural* [...]” (p. 112, Figura 32).

Figura 32 - Tratamento odontológico

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

1.4 Revista Plástica & Beleza – Exemplar 143

No exemplar 143 (Figura 33), temos a modelo e atriz Ana Carolina Dias, denominada pela chamada da capa de “A morena sensual da novela Império”.

Figura 33 - Capa do Exemplar 143 – Ano 17



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Ao anunciar preenchimentos à base de ácido hialurônico (p. 2, Figura 34), a empresa Merz-Biolab garante “resultados *naturais*”.

Figura 34 - Preenchimentos à base de ácido hialurônico



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

A editora Cibele Carbone, em uma fala descontraída (p.18, Figura 35), sugere que se faça uma modificação de hábitos após as festas de final de ano, desde o tipo de comida a ser consumida, a proteção da pele por meio de filtro solar e caminhadas, incorporando “hábitos saudáveis de maneira *natural*.”

Na página 19, a propaganda de uma revista especializada em cabelos tem em uma de suas capas a manchete: “Especial volume e controle: dois tipos de alisamento para um resultado *natural*”.

Figura 35 - Sugestão de modificação de hábitos após as festas de final de ano

## Início de conversa

### Alegria, alegria!

Se existe uma época do ano que é animada, é esta! O clima de férias ainda está no ar (apesar de já estamos trabalhando), os fin de semana estão ensolarados (o que significa momentos felizes na piscina ou à beira-mar), e ainda temos pela frente uma semana inteira de folia carnavalesca nos esperando. Quer coisa melhor do que esse clima de verão? O bom é que essa atmosfera nos incentiva a cuidar mais do corpo. As comidas calóricas dão lugar às saladas, lembrando de passar protetor solar diariamente, as caminhadas ao ar livre se tornam constantes, ou seja, incorporamos vários hábitos saudáveis de maneira natural.

Agora, se você também quer levar uma vida melhor, mas não sabe por onde começar, esta edição está só medida para você. Corra para a página 88 e confira a matéria *Dieta de Férias*, onde ensinamos como emagrecer até 3 kg em 7 dias e ainda fazer aquela "limpa" no organismo, tirando-o dos excessos acumulados durante a comilança de Natal e Ano-Novo.

Na capa desta edição, a atriz Ana Carolina Dias, que está arrasando como a advogada Carmen, em *Império*. Na matéria, ela revela todos seus truques para manter o shape perfeito mesmo depois da gravidez (sim, a morena já tem um filho!).

*Cibele Carbone*  
CIBELE CARBONE, EDITORA-CHEFE

Siga a gente no Instagram: @plasticabeleza

Você já está nos seguindo no Instagram? Corre lá para acompanhar o dia da redação e os bastidores do universo de beleza.

**UNITED MARKETING**  
PRESIDENTE  
MORBERTO BUITO

**Plástica & Beleza**

**REDAÇÃO**  
EDITOR-CHEFE  
CIBELE CARBONE  
cibele@unitedmarketing.com.br

REPORTERES  
FERNANDA DRAGONE E MÁLU RONETTO

DIRETOR DE ARTE  
SCHHEY CORD  
schey@unitedmarketing.com.br

CHIEF DE ARTE: VASAN GARCIA

DESIGNER: MAURICIO MARQUES E CARLA S. PRUCEU

FOTOGRÁFOS: DANIEL CARBONE  
E WELLINGTON RENATTO

REVISORA: DANIELA SALVAN

**PLÁSTICA & BELEZA ON-LINE**  
REPORTER DE WEB  
ANDRESSA CAVATO

**PUBLICIDADE**  
EXECUTIVAS DE CONTAS: ELENE DE ALMEIDA  
E LUCIANA FREIRE

REPRESENTANTE DA MÍDIA DE SOLICITAÇÕES  
TÉCNICO: (11) 2411-2996 / (11) 3607-9910  
mida@unitedmarketing.com.br

COORDENADORA DE ATENDIMENTO AO ANÚNCIANTES  
FABIANA AMARAL

**ASSINATURAS**  
(11) 3616-9359  
assinatura@unitedmarketing.com.br

**INFORMÁTICA**  
LEONÍDIO DOS SANTOS RIBEIRO

**WEBDESIGNER**  
**ATYVA**  
www.atyvodesign.com.br  
(11) 4890-2285

**DISTRIBUÇÃO**  
Dingo Sist. - Distribuidora Nacional De Publicações  
Rua Kenéio Shimomoto, 1678 - jd. Novo Rio - Rio de Janeiro - RJ  
Tel.: (21) 3181-2302

FOTOLITO DIGITAL: KALEIDOSCOPE DE IDEIAS  
CTP, IMPRESSÃO E ACABAMENTO: Pró Gráfica  
www.prografica.com.br  
Facebook.com/prograficabrasil  
@prograficabrasil

**PLÁSTICA & BELEZA** é uma publicação da United Marketing, Rua Presidente Dutra, 290  
CEP 04119-001 - Chácara Santo Antônio - São Paulo - SP  
Tel.: (11) 3048-5599 - Fax: (11) 3048-5598

O conteúdo da revista não constitui conselhos médicos ou de nutrição. Os artigos são meramente informativos e destinados ao público geral, não devendo necessariamente corresponder à opinião dos profissionais. São responsabilidade exclusiva dos seus autores os seus comentários.

**TIRAGEM:**  
**ANER** 30 MIL EXEMPLARES AUDITADOS  
www.aner.org.br

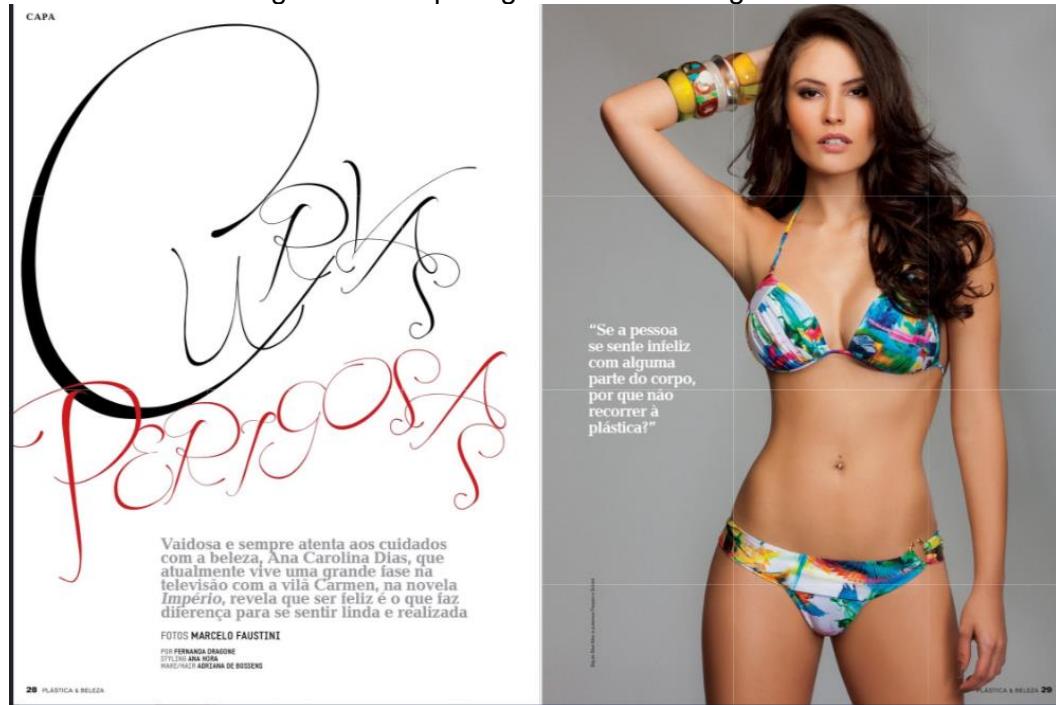
18 PLÁSTICA & BELEZA

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Na reportagem “Curvas Perigosas!” a modelo e atriz Ana Carolina Dias, que estava na novela das 21 horas da época, dizia: “Se a pessoa se sente infeliz com alguma parte do corpo, por que não recorrer à plástica?” E, no decorrer de quatro páginas (p.28-33, Figuras 36,37,38), deparamo-nos com várias frases entre aspas, em que a moça conta que já colocou silicone, que seus cabelos são “naturalmente ondulados, então necessitam de hidratação, que faz tratamentos de pele, ginástica, etc. Tudo sem exageros, relata ela, mas acha válido o que aumenta a autoestima. Claro que, em uma matéria de cinco páginas, há espaço para a moça citar o nome da novela, da empresa onde trabalha, de alguns produtos que utiliza e da clínica onde realiza os tratamentos. Mais uma vez, tudo sem exageros. A reportagem inspira a uma

abordagem de cunho humano, talvez numa tentativa de corporização e humanização da imagem.

Figura 36 - Reportagem “Curvas Perigosas!”



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Figura 37 - Reportagem “Curvas Perigosas!”

**Fios de fazer inveja**

O cabelo naturalmente ondulado e castanho recebe hidratação a cada 15 dias e é aprimado mensalmente. "Gosto do xampu e condicionador da Kérastase porque deixam o cabelo bem brilhante e saudável. Mas fico com medo de quebrar, então faço de quebrar com o excesso de escova e chapinha, por isso preciso hidratar sempre. Tenho bons resultados em casa, mas realmente o procedimento no salão todo mês."

**Boa forma depois da gravidez**

Com o visual arrasa-quarentão, muita gente nem imagina que Ana Carolina já é mãe do Arthur, de 1 ano e meio, e muitos meses que chegou a engordar 18 kg durante a gestação. "Adorava meu barrigão e apesar de não ter conseguido armarante, consegui seca e saudável. Agora que estou de volta ao trabalho, a maternidade me ajuda a aumentar a família, a maternidade conta que já teve vontade de ter três filhos, mas como conciliar a carreira do dia a dia com a educação dos filhos é difícil, o plano é dar apenas mais um irmãozinho para o Arthur."

**O que importa é sentir bem**

Adora da cirurgia plástica, mas sem exageros. Ana já fez a abdominoplastia (cirurgia de abdominoplastia) e a tórax, mas sente que não é necessário e não tem medo de aderir a outras intervenções. "Fiz a cirurgia porque achava que tinha pouca gordura para a minha altura, queria ficar mais proporcionada. Minha autoestima mudou muito. A pessoa se sente infeliz com alguma parte do corpo por que não consegue a plástica? Quem sou a favor da plástica? Sou a favor de mim mesma, sou a favor da minha vida. Ser feliz e se sentir bem é o que importa."

**Medidas**

Altura: 1,73 m  
Peso: 60 kg  
Cintura: 68 cm  
Busto: 88 cm  
Quadril: 98 cm

**"Tenho a sorte de não gostar de fritura, o que facilita na hora de evitar certos tipos de alimentos. Ao mesmo tempo, adoro legumes, verduras e frutas."**

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Figura 38 - Reportagem “Curvas Perigosas!”

**CAPA**

**Nécessaire da beleza**

Protetor solar e lágras terminais. Ana revela que não vive sem essa dupla. "Além desses produtos, como manta igras porque minha pele fica melhor e me sinto menos incômodo." Fá de maquiagem, a gata se vira bem na hora de se produzir. "Não sou expert, mas sei fazer uma máscara, aplicar batom, máscara de olhos e óleo certo de massar o lápis", conta a atriz, que sempre remove o maquiado de dormir.

Mesmo com esses cuidados, a atriz garante que para estar bonita é essencial cuidar da mente. "Algumas pessoas são perfeitas esteticamente, mas faltam psicologicamente. O brilho no olhar é a alegria do sorriso vindo de dentro", comentou a atriz.

**Talento desde a infância**

Até pouco pela cabeça de Ana Carolina ser uma atriz, ela já era amada. "Meu pai é ator, meu irmão, diretor de teatro na carreira artística. Seu primeiro trabalho no teatro foi no programa 'Aventura', da TV Rio. Depois, Ana Carolina foi apresentadora da TV Globorá e fez diversas novelas e seriados na emissora, como 'Malhação', 'Vai que Cola', 'Aventura', 'Aventura 2', 'Aventura 3' para a Rede Record para participar do reality show 'A Fazenda 3', 'O Confronto' é bem difícil. Abre mão de muita coisa, mas é uma experiência que adotei bem no ambiente. Afinal, na vida a gente precisa saber se aceitar as contrariedades. Muitas vezes, é preciso se adaptar a situações que não são as mais ótimas, mas que são as mais valiosas. For uma experiência boa."

O papel que mais gosta de desempenhar na novela 'Rebelde' é o de Carmen. "Acredito que é o mais difícil que já fiz. Eu sempre fui muito fã da atriz Ivete Sangalo, que interpreta Carmen, da Inglaterra, tem desse tipo de personalidade que é muito difícil de desempenhar. Como atriz, só tento agradecer a Deus por ter me dado a oportunidade de interpretar personagens tão bons. É um presente. E um desafio. Humorizar a Carmen é muito difícil. O que é mais difícil é interpretar a Carmen. Termedos as gravações do folhetim, Ana Carolina revela que pretende voltar ao teatro com a comédia romântica 'Ex-My-Lovers'.

**PROMOÇÃO**  
**CRIOLOPOLISE**  
**SILUETS**

**APENAS**  
**R\$ 495,00**  
**POR ÁREA\***

**ELIMINA ATÉ**  
**30%**  
**DE GORDURA LOCALIZADA**  
**POR SESSÃO**

**siluets**  
estética

**SILUETS.COM.BR**  
SEJA UM FRANQUEADO

\*VALOR É VALIDO PARA A COMPRA DE NO MÍNIMO 1 ÁREA. PROMOÇÃO PODE SER USADA UNICO DIA. VALIDADE NA UNIDADE SILENT MÁSCARA PERSONAL.

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Na coluna “Universo Plástica, a repórter Malu Bonetto nos traz novidades sobre o assunto (p.36, Figura 39). A principal é *Ripling* no implante mamário, que consiste nas ondulações e enrugamentos no contorno da prótese quando estas são muito grandes, ou as mulheres emagrecem muito após a cirurgia. Então, vem a palavra do médico (no caso, médica), para validar a prática e mostrar que a solução é simples. Basta optar por “próteses de poliuretano e colocá-las atrás do músculo peitoral, onde normalmente ficam com um aspecto mais *natural*”.

Figura 39 - Implante Mamário



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Outra coluna, no mesmo exemplar, denominada “Juventude em potes” (p. 38, Figura 40), uma série de produtos prometem retardar o envelhecimento. O produto número 3, por exemplo, (Nuxellence Jeunesse, da empresa Nuxe) com seus “ativos naturais” jura devolver à pele seu aspecto “preenchido” (não diz pelo quê), mas até repara o DNA mitocondrial. O produto é oferecido pelo preço de R\$ 298,00, que parece criar a ilusão que custa bem menos que R\$ 300,00. Outros preços seguem a mesma linha.

Já o número 5, Facial uminous Cream, da empresa Schaiber, a apenas R\$ 39,00 (não R\$ 40,00), é bem mais em conta que o outro que nem chega a custar trezentos reais, entre outras propriedades mantém a “água natural da pele”.

Figura 40 - Juventude em potes



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

A reportagem da coluna “Minha Plástica” (p. 40, Figura 41) mostra uma moça bonita, a atriz Franciely Freduzeski, 35 anos, que acha que “A plástica tem que parecer natural”. Foi por isso que ela implantou, a princípio, uma prótese de 200 mililitros nos seios, trocando-as posteriormente por outras de 280 ml. No decorrer da entrevista, cita que faz uma série de atividades físicas e tratamento para rejuvenescimento, não deixando, é claro, de citar sua médica e seu *personal*, incluindo a academia à qual ele pertence. A moça se diz feliz com seu corpo, mas se não estiver satisfeita, recorrerá à técnica novamente, afinal, “plástica com limites é bacana”.

Figura 41 - Minha plástica



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Em “Tudo sobre...” (p.42, Figura 42), aparentemente nem tudo é dito. Sobre mentoplastia, cirurgia plástica do mento (queixo), estética ou reparadora, há uma omissão importante por parte do médico, quando diz que, dependendo da gravidade, tipo e forma do procedimento, deve ser feita uma avaliação com um cirurgião bucomaxilar por conta dos inúmeros ajustes de oclusão dentária que podem ser necessários, além da intervenção do fonoaudiólogo. No entanto, o que o cirurgião plástico defende é que a alteração de tamanho deve buscar a harmonia com o “rosto do paciente, e o resultado mais *natural* possível”.

Figura 42 - Tudo sobre...mentoplastia

**TUDO sobre...**  
Por [Patrícia Dorigo](#)



**Mentoplastia**

São com infusão de menta no rosto para a beleza, ouro folha com efeitos deslumbrantes ao longo do rosto, sobre o quanto é difícil manter as peles com a gordura. Para resolver o problema e aumentar a autoestima a mentoplastia é a melhor opção

**T**er o queixo projetado para a frente ou retrato não é moda apenas por questão estética. Além do drama gerado por seu formato, outro problema recorrente aos pacientes é a infiltração de gordura nos ombros. Seja qual for o caso, a mentoplastia é a cirurgia plástica mais indicada, sendo essencial apenas que a pessoa tenha no mínimo 15 anos, idade em que o crescimento da mandíbula está completo.

Para quando de mentoplastia de rosto, o cirurgião colmene e é realizado com anestesia geral ou local com sedação. "Após a aplicação da anestesia, a incisão é feita abaixo do queixo ou sobre o queixo. Em seguida, a cirurgião faz a remoção do excesso de tecido, ou seja, a redução da mandíbula, deslocando a mandíbula para trás. A regia é feita novamente nas laterais com pinos de trânsito", explica o cirurgião plástico Clávis Willemsbauer (RJ). A técnica tem duração média de uma hora pode ter como resultado a redução de até dois centímetros. O paciente permanece internado apenas um dia, caso a anestesia seja geral, e os primeiros 10 dias devem seguir o tratamento.

**Mentoplastia de avanço**

Assim, tanto no caso de retrato quanto opta por esse tipo de procedimento deve ter pela manhã 15 anos para que o crescimento da mandíbula esteja completo. Utilizando o mesmo tipo

**CUIDADOS PÓS-OPERATÓRIOS**

Para que a recuperação seja tranquila e longa de cicatrizes e inchaços, é importante que o paciente siga todas as instruções do pós-operatório. Logo após o procedimento, o médico fará um curativo que ajuda a manter a prótese no lugar. O paciente deve permanecer deitado ou sentado, com o rosto voltado para cima, durante 24 horas. Nesse período, é recomendado não fazer exercícios, ingerir alimentos de difícil mastigação, usar antidiáspótico bucal, optar por uma máscara de dentes com certas marcas e respeitar o prazo de liberação do médico para as atividades normais.

Produtos cadastrados na ANVISA  
IB1028450001  
Resp. Técnica:  
Karen C. P. Schezari  
CRF - SP - 4629

Loja e fábrica: Rua Pascoal Moreira, 119 - Mooca - SP  
Fones: (11) 2076-8764 / 2268-4303  
Loja: Rua Sena Madureira, 186 - Vila Mariana - SP | Fone: (11) 5081-7975  
Visite nossa loja virtual: [www.inn-forma.com.br](http://www.inn-forma.com.br)

**Seu corpo ao seu alcance!!**



Modeladores estéticos e cirúrgicos produzidos em tecido altamente tecnológico, desenvolvidos com todo cuidado para que você tenha o máximo de conforto, liberdade de movimentos e sensação de bem-estar!!

**Jnn-Forma**

Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

“Se você não foi agraciada pela natureza com um *shape* perfeito [...]” deve ler essa reportagem que enfatiza a possibilidade de conquistar o corpo dos sonhos, de “Musa do Carnaval” (p. 44, Figura 43) por meio de cirurgias e procedimentos estéticos.

Figura 43 - Musa do Carnaval

**CORPO**

As rainhas de bateria, as musas e as passistas deixam qualquer mulher com aquela pontinha de inveja ao desfilar em lindamente em pequenos trajes carnavalescos. Se você não foi agraciada pela natureza com um *shape* perfeito, não se desespere. Com a ajuda do bisturi e de procedimentos estéticos, é possível, sim, conquistar um corpo de

# MUSA do CARNAVAL

POR [HALU BONETTO](#)



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Na mesma reportagem (p. 46, Figura 44), a prótese de silicone “confere um resultado bastante eficiente e *natural*”, e deve ser escolhido de acordo com o corpo da paciente. O produto da empresa Lifesil oferece três tipos, entre eles, “o alto, que oferece uma projeção *natural* à mama [...]”

Figura 44 - Musa do Carnaval

**CORPO**

**LIPOESCULTURA** para curvas mais definidas  
O cirurgião aplica a gordura excedente (que deve ser no máximo 5% do peso da paciente) e a usa como enxerto nas áreas que precisam de maior preenchimento

**Indicação:** para pessoas que estão no peso ideal, mas ainda sofrem com aquela gordura mal localizada e não desejam a possibilidade de transferi-la para outro local, como, por exemplo, retirar das costas e aplicar no bumbum. “Essa cirurgia não deve ser encarada como um tratamento de obesidade, entre as contraindicações está excesso de peso, mas é uma cirurgia que atende expectativas muito compatíveis com a realidade: alongar, planificar de gestação a curto prazo, dentro de outras”, alerta o cirurgião plástico Márcio Costa (SP).

**Como:** normalmente, a cirurgia começa com a pessoa detida de costas, onde são realizadas pequenas incisões e a infiltração de anestésicos locais e fisioterápicos com adrenalinina com o intuito de diminuir a perda sanguínea. “Após a realização da infiltração e a espera da ação da adrenalinina, inicia-se o processo de coleta da gordura através da liposculptura, e o excesso de gordura removida é usado para fazer a forma que o paciente quer”, explica o cirurgião plástico. A gordura é tratada (alguns cirurgiões a centrifugam, outros apenas lavam, outros enxertam sem tratamento) e devolvida para regiões onde a paciente acedeu ter necessidade, tais como bumbum, algumas depilações e outras irregularidades. Concluído o processo nas costas da paciente, os cirratos são suturados e são realizados curativos, vira-se a paciente e realiza o mesmo procedimento agora no abdômen.

**Cirurgia nos peitos:** este procedimento impõe restringir o uso de maquiagem por 45 dias, sessões de desengom linfofálico, uso de meias de média compreensão para evitar trombose e uma alimentação balanceada.

**Resultados:** cerca de um mês depois de se submeter à liposculptura, a paciente pode observar os resultados favoráveis da cirurgia. Mas o efeito final mesmo aparece do terceiro ao sexto mês.

**PRÓTESE DE SILICONE** para seios perfeitos  
A cirurgia conta um resultado bastante eficiente e natural, desde que seja escolhida a prótese de silicone que mais se adapte ao corpo da pessoa. Com o passar do tempo, pacientes com maior flacidez no tecido tenderão a necessitar de nova cirurgia para reparar o seio ou tratar o implante. Existem ainda casos de contratura capsular em que a prótese necessita ser substituída. “O resultado é natural e permanente, mas é preciso ter uma expectativa realista, pode durar de três a três anos, para assim evitar tecnicamente o cíndulo do seu implante e saber se é preciso troca-lo ou não”, explica Fulvio Dibari, diretor da Target Cosmetic de Produtos Médicos (RS).

**Indicação:** cirurgias que desejam aumentar as mamas ou querem diminuir o tamanho e a projeção.

**Como:** o cirurgião passa é colocado, em conjunto com o cirurgião plástico, o tamanho ideal da prótese, assim como seu perfil. No caso da Lifesil há três tipos: “o alto, que oferece uma projeção natural, dando volume uniforme à mama de forma discreta e suave; a menor oferece maior projeção, deixando a mama mais volumosa, sem perder a forma; e o baixo que é o mais indicado que, por oferecer a maior projeção, é ideal para pacientes com seios estreitos ou que querem suas mamas bem projetadas”, diz Tiago Germano Rossi de Souza, gerente comercial da Lifesil (PR). Depois, escolhe-se a via de acesso para introdução da prótese, que pode ser via submamária ou axilar. A cirurgia pode ser submamária ou axilar, dependendo se o paciente for com aderência (Racalite), então, é incisão na pele, procedendo-se a criação de uma loga para a inclusão da prótese de mama. Após a criação da loga, revisa-se a hemostasia, fecha-se a loga com suturação com suture fisiológico e antibiótico e posteriormente intercalar-se as peças mamárias.

**Como é feita a Sutura Silhuete:** é feita a limpeza da pele procedendo-se a curativa e a colocação do sutiã modelador, que deverá acompanhar a paciente por cerca de 45 dias. O resultado desse procedimento são mamas aumentadas, lembrando que a inclusão de prótese de silicone não altera sua estrutura e, sim, aumenta as mamas. “Para se obter um resultado adequado é necessário que a paciente faça exercícios de alongamento das costas e reposo relativo por sete dias, uso de modeladores por 45 dias, evitar estafas com as braços, dormir seu apoiar os implantes, de barriga para cima, levantar da cama com auxílio, evitar dirigir por 30 dias, evitar exercícios com os braços por 60 dias, dentre outras orientações”, diz De Castan (SP).

**Resultados:** após cerca de três meses, as mamas já desincham, mas o resultado final aparece por volta dos seis meses quando está volumosa e projetada.

**Bracos e abdômen durinhos e sem cirurgia**  
Já considerado o queridino nas clínicas de estética, o Coolsculpting é uma técnica que usa a geladeira para gordura localizada através da crioterapia. Essa técnica causa um congelamento intenso das gorduras, que torna sua membrana renitida e então será metabolizado pelo organismo. A gordura pesada localiza-se na média na barriga e na panturrilha e a Coohit e a Coolsculpt.

**Ponteira Coolcurve+**  
Indicação: gordura localizada principalmente em região do abdômen e flancos. **Contraindicação:** pacientes grávidas, amamentantes e que realizam atividade expressiva ou com alguma doença ativa no momento. **Sessões:** normalmente uma, ou no máximo duas, dependendo do grau de exagero da gordura localizada, sendo o intervalo mínimo entre as sessões de três meses. **Resultados:** imediatamente já se pode ver uma melhora reduzindo em 30 a 40% da gordura localizada, mas o ideal é esperar dois meses para o resultado final.

**Ponteira Coollift**  
Indicação: gordura localizada em região de antebraço, o método “tornozelito”. **Contraindicação:** pacientes grávidas, amamentando e sem gordura localizada expressiva ou com alguma doença ativa no momento. **Sessões:** normalmente uma, ou no máximo duas, dependendo do grau de exagero de cada um e da quantidade de gordura localizada, sendo o intervalo mínimo entre as sessões de três meses. **Resultados:** imediatamente já se pode ver uma melhora reduzindo em 30 a 40% da gordura localizada.

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

O produto “Sutura Silhuete” promete rejuvenescimento e regeneração gradual, ao ser colocado sob a pele (p.52, Figura 45). Segundo o dermatologista entrevistado, a regeneração ocorre de “forma gradual e *natural*”. Claro que a paciente não vai ficar tão regenerada como a modelo que não deve ter mais que vinte e poucos anos. Além do mais, o efeito tem tempo de duração de 18 meses, demonstrando que a fonte da juventude “eterna” tem prazo de validade.

Figura 45 - Fios que rejuvenescem



52 PLÁSTICA &amp; BELEZA

PLÁSTICA &amp; BELEZA 53

Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

A reportagem prossegue oferecendo vários produtos e procedimentos rápidos, sendo que no dia a dia a pele deve ser tratada constantemente com cremes rejuvenescedores, clareadores, toxina botulínica, entre outros recursos dermatológicos para, segundo a médica, “rejuvenescer de maneira mais *natural*”.

Na coluna ao lado da reportagem, há sugestões de cremes que vão de R\$ 65,00 até R\$ 409,00. O custo para manter esse resultado surpreendente é por conta do cliente, naturalmente.

Depois de tudo isso, em reles cinco linhas, o último ponto da reportagem é sobre a contraindicação (p. 54, Figura 46). E revela que nem todos podem se submeter ao procedimento, embora a palavra contraindicação esteja no singular, ela é vetada a gestantes, pessoas com alterações dermatológicas, com infecção, alergias, sensibilidade a biomateriais, entre outros.

Figura 46 - Fios que rejuvenescem

**ROSTO**

**Procedimento express**

Antes de realizar o tratamento não é necessário adotar nenhum tipo de cuidado, mas é importante que você converse com seu médico sobre as expectativas dos resultados, assim como é importante avaliar se é o momento para proceder já realizando os testes. A recomendação é que o procedimento seja feito a partir dos 30 anos, independentemente do tipo de pele.

“A aplicação é feita com a anestesia local, a sonda é inserida sob a pele, com uma agulha fina, a uma profundidade de até cinco milímetros. Posicionamos a paciente sentada e macionamos a pele no sentido que queremos tratar, segurando a ponta do fio

**Fique atenta no pós-tratamento**

Nos primeiros três dias, a aplicação dos fios, a região fica um pouco sensível. Além disso, não se deve fazer pressão ou aplicar calor, realizar movimentos bruscos com os músculos faciais, evitar tratamentos dentários para não perturbar a sonda, dormir com a boca aberta e não praticar exercícios de contato físico. Recomenda-se também dormir de costas para não causar traumas na sonda, mesmo em um período em que deve evitar exposição solar ou calor extremo, como banheiros. Tratamentos que envolvam qualquer tipo de laser, luz pulsada ou outra forma de calor nessa mesma semana, pois o fio é tremelizável. A radiofreqüência, no entanto, utilizada em alguma terapêutica, pode ser aplicada de trás, seis meses após se fazer a Sutura SiliSil. Preenchimentos, toxina botulínica, prelegras superficiais, carbonterapia superficial, são um contraindicação.

**Na mira!**  
A Sutura SiliSil é indicada para leite de mama e rejuvenescer a pele.

**CONTORNO FACIAL**  
O contorno facial é a área que mais aperta a pele, é a que recupera a firmeza.

**MANGAULHA**  
O contorno facial recupera sua firmeza interna.

**BOCHECHAS E MACAS DO ROSTO**  
O contorno facial recupera sua firmeza.

**SOBRAVENCAS**  
A borda mais externa da face recupera sua firmeza.

**PESSOCA**  
Cada nove dias é renovado.

**dia a dia**

O fio é absorvido pelo organismo, porém o colágeno formado é a base da pele que se consegue não se perder. Depois do tratamento, a pele deve ser cuidada como habitualmente, com creme rejuvenescer e clareadores, uso de toalha borboleta... Tudo aquilo um pouco. É claro que um procedimento que é feito para rejuvenescer tem um efeito bem superior, mas devemos utilizar de todos os recursos dermatológicos para rejuvenescer de maneira mais natural”, aconselha a Dra. Christiane Gonzaga.

**Contraindicação**

Mesmo que o procedimento seja menos invasivo, nem todo mundo pode aderir a técnica. Entre os efeitos gerais, pessoas com alergia ou intolerância de pele, pacientes alérgicos com sensibilidade a biomermais, com distúrbios de coagulação ou com câncer.

**Ajuda em casa**

Para manter a hidratação e investir em tratamentos que garantem que a pele dure longas horas, é só aplicar o creme de expressão

1. LANCOME GENIFIENE 2. L'ORÉAL 3. L'ORÉAL 4. L'ORÉAL 5. L'ORÉAL 6. L'ORÉAL 7. L'ORÉAL 8. L'ORÉAL 9. L'ORÉAL 10. L'ORÉAL 11. L'ORÉAL 12. L'ORÉAL 13. L'ORÉAL 14. L'ORÉAL 15. L'ORÉAL 16. L'ORÉAL 17. RECONC. RS (5) 18. L'ORÉAL 19. L'ORÉAL 20. L'ORÉAL 21. L'ORÉAL 22. L'ORÉAL 23. L'ORÉAL 24. L'ORÉAL 25. L'ORÉAL 26. L'ORÉAL 27. L'ORÉAL 28. L'ORÉAL 29. L'ORÉAL 30. L'ORÉAL 31. L'ORÉAL 32. L'ORÉAL 33. L'ORÉAL 34. L'ORÉAL 35. L'ORÉAL 36. L'ORÉAL 37. L'ORÉAL 38. L'ORÉAL 39. L'ORÉAL 40. L'ORÉAL 41. L'ORÉAL 42. L'ORÉAL 43. L'ORÉAL 44. L'ORÉAL 45. L'ORÉAL 46. L'ORÉAL 47. L'ORÉAL 48. L'ORÉAL 49. L'ORÉAL 50. L'ORÉAL 51. L'ORÉAL 52. L'ORÉAL 53. L'ORÉAL 54. L'ORÉAL 55. L'ORÉAL 56. L'ORÉAL 57. L'ORÉAL 58. L'ORÉAL 59. L'ORÉAL 60. L'ORÉAL 61. L'ORÉAL 62. L'ORÉAL 63. L'ORÉAL 64. L'ORÉAL 65. L'ORÉAL 66. L'ORÉAL 67. L'ORÉAL 68. L'ORÉAL 69. L'ORÉAL 70. L'ORÉAL 71. L'ORÉAL 72. L'ORÉAL 73. L'ORÉAL 74. L'ORÉAL 75. L'ORÉAL 76. L'ORÉAL 77. L'ORÉAL 78. L'ORÉAL 79. L'ORÉAL 80. L'ORÉAL 81. L'ORÉAL 82. L'ORÉAL 83. L'ORÉAL 84. L'ORÉAL 85. L'ORÉAL 86. L'ORÉAL 87. L'ORÉAL 88. L'ORÉAL 89. L'ORÉAL 90. L'ORÉAL 91. L'ORÉAL 92. L'ORÉAL 93. L'ORÉAL 94. L'ORÉAL 95. L'ORÉAL 96. L'ORÉAL 97. L'ORÉAL 98. L'ORÉAL 99. L'ORÉAL 100. L'ORÉAL 101. L'ORÉAL 102. L'ORÉAL

**Encontre sua beleza.**  
Sinta-se bem em todos os momentos.

As mulheres estão sempre buscando a perfeição para se sentirem mais atraentes, vibrantes e confiantes...

Os implantes mamários de silicone LifeSil® proporcionam resultados levando você de encontro à sua beleza.

**ADHERENCE®**  
implante mamário com revestimento de silício acetato.

Os implantes mamários LifeSil da Linha Adherence são produzidos com um revestimento de silício acetato de 7ª geração composto 100% de silicone expandido biocompatível com tecidos humanos. Resultando em um aspecto mais firme, bonito e natural por muito mais tempo.

Converse com o seu médico.

**DSS**  
DIA SILENT SYSTEM

**7 GERAÇÃO**

**LifeSil** | 

102 Modelos de implantes em vários modelos e perfis.



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Ainda na mesma figura (46), no anúncio ao lado, uma modelo magra, jovem e que, em um primeiro olhar, não apresenta ter se submetido a uma cirurgia de implante de silicone, apresenta os produtos da Life Sil. Diz o texto que as mulheres estão sempre “buscando a perfeição para se sentirem mais atraentes, vibrantes e confiantes”. Mais adiante, a empresa descreve que seu produto é de última geração, 100% biocompatível com tecidos humanos, obtendo um resultado “mais firme, bonito e *natural* por muito mais tempo”. Decididamente, a mulher que usar este silicone encontrará sua beleza e ficará bem em todos os momentos. O mesmo anúncio se repete no exemplar 146, p.23.

“Foco na juventude” é o que preconiza a terceira parte da breve coluna Beleza & Cia, na p. 60 (Figura 47), apontando que a “produção *natural* de colágeno” diminui, mas que o produto Radiesse estimula sua produção, como diz uma médica da Merz-Biolab. Aponta-se aqui a naturalidade como efeito, desde que seja produzida pela indústria cosmética.

Figura 47 - Beleza &amp; Cia

**Beleza & cia** Por Fernanda Braga

**Xô Frizz**

**Tratamento personalizado**

O Dual Light Plus, da Motor Ulissi, é um equipamento completo, possui em agências uma edição de tratamento Luz Pulsada (PL) de alta tecnologia combinada com RF bipolar e tratamento na própria pele, a tecnologia Enduro. Essa nova Luz Intensiva ataca diretamente as células, rejuvenesce a pele e trata acne, pigmentação e lesões vasculares; a Tecnologia Trifacial Facial e Corporal firma a pele, retira medidas e células e modela o corpo.

**Não importa a estação, o frizz é um problema que atinge os mais variados tipos de cabelo. No entanto, a tendência é maior no cabelo e, segundo o hairstylist Bruno Tolentino, da Esseñell (RJ), esse frizz coloca para o problema, já que o exemplo daquele que não é amigável. Para evitá-lo ou amenizá-lo, siga as dicas do profissional:**

- Desembaraçar os fios úmidos** com um pente de dentes largos para não quebrá-los.
- Hidratar com frequência**, principalmente se você for química.
- Não dormir com o cabelo molhado** porque quando você deita no travesseiro, as fibras estão mais expostas e com o cabelo ou frizz aparece.
- Aposte nos leave-ins** que possuem ação anti-frizz.

**Foco na juventude**

O colageno é o principal princípio estrutural da nossa pele e faz com que ela pareça firme e sedosa. Com a idade, sua produção natural diminui. Para aumentar esse processo e impedir que o colageno se degrada, com a substância ceta. Para quem precisa estimular o colageno que, além de causar um efeito de preenchimento imediato, recomenda-se o Radiesse, que se perfunda, melhora o colágeno e elixa lifting. Já os ácidos hidroquinônicos podem ser utilizados para hidratar, firmar e para a corretão de manchas, como bigode chinês, ou a mancha de lábio", explica da Areuda, da Merz - Brasil.

Fonte: Revista Plástica & Beleza

60 PLÁSTICA & BELEZA

62 PLÁSTICA & BELEZA

Agende sua consultoria estética gratuita  
11 3614 1401 (São Paulo, Capital)  
0800 702 7223 (Outras localidades)

**Onodera**  
estética

**#somoslindas**

É tão bom se sentir atraente, linda e realizada, que nos renovamos para continuar a inspirar você todos os dias. Por isso, viva intensamente a sua beleza, viva o seu lado ONODERA.

Trata as suas formas, realça a sua beleza.

Os tratamentos necessários podem ter efeitos secundários. Se houver alguma reação adversa, suspenda imediatamente os tratamentos. Não é recomendado para pessoas com pele sensível.

Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

No exemplar 143, há na página 62 uma propaganda da empresa Eccos (Figura 48), de cosméticos ecologicamente corretos, livres de substâncias tóxicas, biodegradáveis, biossustentáveis e com menor impacto ambiental. Um dos selos de qualidade atesta que os produtos são compostos de ativos *naturais*.

Figura 48 - Cosméticos ecologicamente corretos

**Lançamentos**

1. Blue Therapy Serum-in-Oil Night, Biotherm, R\$ 299. Sessão-a-noite facial com óleo de Olivenha que ajuda a minimizar as rugas e manchas. O resultado é uma pele com aspecto jovial e hidratada.

2. Compresse Gommage, Dermage, R\$ 27,90. Máscara facial exfoliante enriquecida com óleos essenciais de limão, canela e bergamota, além que auxilia na renovação e no controle de oleosidade.

3. Normalize TM FT Complexo FPS 60, Adéline, R\$ 110. Duo creme protetor solar que combina a imprecisão da pele com a proteção da pele contra a poluição e a radiação solar. Pelo lado, previne as manchas dos maquiamentos oleosos.

4. Face Color Enhancer, The Skin Care, R\$ 49,90. Pó de tom em gel que traz cor, definir o contorno facial e dar os toques finos.

5. Elegance, Ana. Hidratante facial magnético óxido e refrescante com noto com bergamota, mentana, jasmim e water. Perfeito para o verão.

6. Corrective il C. 1, Elsie, R\$ 129,90. Corrector que combina ação de hidratante antes da sua aplicação. Hidratação intensa, hidratação soft focus, capaz de disfarçar linhas de expressão.

7. Timeless Dark Spot Reducer, Mary Kay, R\$ 129,90. Redutor de manchas que ajuda a uniformizar o tom da pele e reduz suas irregularidades, assim como a pigmentação excessiva pelo lado e pelo sul.

8. Alien Eau Extraordinnaire, Thierry Mugler, R\$ 299. Perfume temático que combina o universo alien com um toque moderno praça às noites de longevo, misterio, for no espaço.

9. Eto-Sun FPS 43 PA+++, Eccos Cosméticos R\$ 72. Atua efetivamente contra manchas (UV) e UVB, melhora a hidratação e proteção solar anti-aging.

**DIFERENCIAIS ECCO'S**

- Dosagem dos Ativos
- Nanotecnologia
- Transparência
- Base Dermo Ecológica
- Multifuncionalidade
- Alta Compatibilidade
- Fragrância Segura

**LÍNEA DERMOCOSMÉTICA**

**LIVRE DE SUBSTÂNCIAS TÓXICAS**

**ecco's cosméticos ecológicos**

Nossos produtos possuem o perfil "Green" segundo a tendência mundial de cosméticos ecologicamente corretos, biodegradáveis, biossustentáveis com menor impacto ambiental.

**ecocosmeticos.com.br**

62 PLÁSTICA & BELEZA

64 PLÁSTICA & BELEZA

Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Na página 64, repete-se a propaganda da PeelLine (figura 49), onde um selo de qualidade atesta que os ativos utilizados nos produtos são *naturais*.

Figura 49 - Propaganda da PeelLine



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Na sessão “Amigos dos fios” (p. 68, Figura 50), um dos produtos da empresa Kerastase promete “madeixas *naturalmente* onduladas sem perder a maciez”.

Figura 50 - Amigos dos fios



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

A figura 51 traz a repetição da figura 11 – “a natureza nem sempre nos oferece um sorriso perfeito”.

Figura 51 - Facetas laminadas



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Como citamos anteriormente, os demais exemplares de 144 a 149 encontram-se no CD. As figuras do CD com os termos “natural”, “natureza”, “naturalidade” e “naturalmente”, que não foram citadas diretamente foram consideradas nas Tabelas 1 e 2. As outras serão analisadas nos capítulos subsequentes.

Para melhor analisarmos nosso *corpus*, colocamos os dados de todos os exemplares de 140 a 149 em duas tabelas. Na tabela 1, temos o número de vezes que as palavras *natureza*, *natural*, *naturalidade* e *naturalmente* apareceram em cada exemplar. Na tabela 2, temos esses valores em porcentagem simples.

**Tabela 1**

Exemplar	Seções	Absoluto				Total
		natureza	natural	naturalidade	naturalmente	
140	94	1	13	1	1	16
141	72	0	5	0	2	7
142	73	1	12	3	1	17
143	70	1	19	0	2	22
144	67	0	15	0	0	15
145	81	3	10	1	1	15
146	73	2	9	0	0	11
147	63	4	15	1	1	21
148	57	2	12	0	3	17
149	79	2	10	1	2	15

**Tabela 2**

Exemplar	natureza	natural	naturalidade	naturalmente	Total por exemplar
140	1,06%	13,83%	1,06%	1,06%	17,02%
141	0,00%	6,94%	0,00%	2,78%	9,72%
142	1,37%	16,44%	4,11%	1,37%	23,29%
143	1,43%	27,14%	0,00%	2,86%	31,43%
144	0,00%	22,39%	0,00%	0,00%	22,39%
145	3,70%	12,35%	1,23%	1,23%	18,52%
146	2,74%	12,33%	0,00%	0,00%	15,07%
147	6,35%	23,81%	1,59%	1,59%	33,33%
148	3,51%	21,05%	0,00%	5,26%	29,82%
149	2,53%	12,66%	1,27%	2,53%	18,99%

Observamos que há incidência da palavra *natural*, 6,94% (exemplar 140) a 27,14% (exemplar 143), num total de 120 vezes nos 10 exemplares elencados.

O sentido dado à palavra *natural* aparece principalmente nos elementos constituintes de cada produto e, é claro, nos efeitos naturais dos procedimentos. Depois aparecem as palavras *natureza* (16 vezes); *naturalidade* (7 vezes) e *naturalmente* (13 vezes). Houve variação dos termos de exemplar para exemplar, variando de 9,72% a 33,33%, mantendo, no entanto, uma média de 21,40% de incidência.

Notamos uma ocorrência maior entre o fator *natural* da matéria-prima e o efeito natural das cirurgias, procedimentos e produtos. Notamos também como a ideia de que o envelhecimento é realmente algo *natural*, inerente à vida. No entanto, tão logo

o pensamento é reforçado, de forma concomitante, há uma sequência de práticas e produtos que combatem o processo *naturalmente*.

A impressão que fica para nós é que a mulher transforma seu corpo de forma tão natural a ponto de ocultar os sinais do tempo e de se esquivar da morte, assemelhando-se à imagem na qual se espelha.

## CAPÍTULO II - A NATUREZA, A NATURALIDADE, O NATURAL E O NATURALMENTE

O desejo pelas formas perfeitas, sem marcas ou defeitos, tem levado pessoas do mundo todo a procurarem serviços de cirurgia plástica para fins estéticos.

No Brasil, esse aumento é bastante significativo. Em julho de 2014, o site da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP) publicou uma reportagem intitulada: "De acordo com a ISAPS, Brasil lidera *ranking* de cirurgias plásticas no mundo"<sup>12</sup>, a matéria revelava que o Brasil foi o país com o maior aumento de cirurgias, seguido dos EUA, do México, da Alemanha e Espanha. O público que procura esse serviço é constituído de 87,2% por mulheres, e os procedimentos cirúrgicos mais populares são mamoplastia de aumento, lipoaspiração, blefaroplastia (cirurgia de pálpebras), lipoescultura e *lifting* de mama. Este serviço cresceu também entre os adolescentes em mais de 141% de 2008 a 2014<sup>13</sup>. No Brasil, as cirurgias estéticas<sup>14</sup> ocupam cerca de 40% dos procedimentos em cirurgia plástica, o que pode parecer, em um primeiro momento, que as mulheres corrigem pequenas imperfeições para aumentar sua saúde e consequentemente sua autoestima. Mas, na verdade, enquanto buscam a beleza "natural", almejam padrões praticamente inalcançáveis por serem "ideais".

Todavia, mesmo perfeccionista, impossível e constituída artificialmente, a forma perfeita que é veiculada maciçamente pela *mídia* de massa busca atualmente padrões estéticos preconizados como "naturais". Hillman (1993) aponta que a beleza é uma necessidade da psique. Quando falta a beleza, a alma sofre. Para a satisfação deste impulso, a psique busca a natureza. No entanto, se nem tudo o que belo é natural, pois pode ter sido construído pela mão do homem, nem sempre o que é

<sup>12</sup> Reportagem retirada do site da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP). Disponível em: <<http://www2.cirurgioplastica.org.br/de-acordo-com-a-isaps-brasil-lidera-ranking-de-cirurgias-plasticas-no-mundo/>> Segundo o site <<http://www.scielo.br/revistas/rbcn/paboutj.htm>>, a Revista Brasileira de Cirurgia Plástica é editada trimestralmente desde 1986 pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), com o objetivo de registrar a produção científica em Cirurgia Plástica, fomentar o estudo, aperfeiçoamento e atualização da especialidade, ressaltando sempre o seu aspecto interdisciplinar. Destina-se à publicação de trabalhos relacionados à cirurgia reconstrutora e estética, abrangendo trabalhos de pesquisa básica ou aplicada. Sua triagem é de 4500 exemplares, sendo editada ininterruptamente desde a sua criação e distribuída gratuitamente a todos os membros da SBCP.

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://www2.cirurgioplastica.org.br/numero-de-cirurgias-plasticas-entre-adolescentes-aumenta-141-em-4-anos/>>.

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2016/04/1760342-cirurgia-plastica-reparadora-cresce-mais-que-a-estetica-no-brasil.shtml>>.

natural é agradável sensorialmente (HILLMAN, 1993), não apenas o mundo físico como o conhecemos, inclui-se aí a natureza arquetípicamente psicológica, criada e recriada por nossa imaginação. Mas e se nossa imaginação cria a natureza, por que seguir padrões estéticos repletos de ícones representativos de uma beleza magra, saudável e jovem? Em uma análise mais apurada, as mulheres buscam ficar mais parecidas com essas imagens, que não engordam, não sofrem nem envelhecem – o fato de viverem ou não, não é levado em conta – contanto que, mesmo que não tenham sido privilegiadas pela natureza, transformem seus corpos por meio de técnicas, manobras, produtos e consigam uma aparência perfeita e “natural”.

Ao olhar mais atentamente para nosso *corpus*, observamos algumas singularidades no uso das palavras natureza, natural, naturalidade e naturalmente, utilizadas pela publicação Plástica & Beleza.

Por *natureza*<sup>15</sup> compreendemos a força e o conjunto das leis, das propriedades e dos fenômenos que regem a existência das coisas, a sucessão dos seres e sua essência.

A necessidade que a psique tem da beleza é fundamental, e para suprir essa falta, busca a beleza na natureza. “Quando a satisfação do impulso da beleza está localizada na natureza e a natureza é ameaçada de extinção, o ser humano sente uma perda na alma” (HILLMAN, 1993, p.122).

Hillman (1993) alega que os seres humanos lutam pela manutenção não da natureza em si, de seus elementos e seres, mas pela preservação da própria satisfação dessa necessidade. Todavia, o autor afirma que nem sempre o natural é necessariamente belo, este não se constitui propriamente nos elementos naturais, mas “a história de uma ideia, percursos de imagens carregadas de emoção” (p.123). A natureza é criada, recriada e ressignificada pela imaginação.

O autor utiliza as palavras natureza e naturalidade com o sentido de inconsciente e inconscientemente, Hillman (1993) relata a impossibilidade de se tomar a natureza “naturalmente”.

No entanto, a natureza que a psique almeja é categoricamente divina, pura, verdadeira, boa e bela, como se tratasse de um ambiente físico, concreto e objetivo, constituído com a interação humana, sem arte e sem qualquer tipo de consciência nem autoconsciência.

---

<sup>15</sup> Este verbete foi retirado do site disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=natureza>>. Acesso em: 20 out.2017.

O significado de “natural” também passa pelo legítimo, ordenado, coerente. Não obstante, natureza também está presente em qualquer objeto animado (com alma) e, segundo Hillman (1993, p.124), “dependendo menos de sua origem na natureza que do tratamento que recebeu por nossas mãos e mentes”.

Se a beleza natural pode se distanciar da natureza, nada mais “natural” que utilizar produtos, manobras, exercícios e cirurgias plásticas para alcançar essa meta.

Nada obstante, a busca pela beleza natural não nos leva necessariamente de volta à natureza. Ela nos remete à imagem, à idealização, ao simulacro do que seria – ou que somos levados a pensar que é – a própria natureza. Assim, preservamos não a natureza, divina, verdadeira, pura e bela, mas sua imagem. É um círculo vicioso, em que tal imagem almeja o corpo, que, por sua vez, deseja se tornar a imagem que dele se alimenta (HILLMAN, 1993; BAITELLO JUNIOR, 2012).

Mas a natureza não distribui gratuitamente suas benesses. De acordo com a publicação, atinge poucas mulheres iluminadas. E mesmo essas sortudas parecem necessitar de ajuda para aprimorar ainda mais a natureza. Um dos exemplos em nosso *corpus* é o de uma reportagem do exemplar 142 (p. 84, Figura 29). Nela, a modelo é uma ex-bailarina de um programa da TV que, apesar de “presenteada pela natureza”, faz questão de utilizar as mais modernas tecnologias para manter a beleza. Mais uma vez, sua beleza é natural. As horas de *ballet*, de treinamento físico e de dietas são meros complementos. Afinal, ela está na foto para vender a máquina que aprimora contorno corporal e circulação. A observação que fazemos é: sendo ela tão iluminada assim pela natureza, seria preciso melhorar mais alguma coisa? Ela é bela por natureza. Nossa psique deveria buscá-la; e a moça ficar satisfeita. Todavia, não é o que ocorre. A modelo, mesmo com suas formas perfeitas, ainda se submete a pressões que a fazem desejar ficar parecida com a imagem – eternamente jovem. E, em seu discurso, afirma que não abre mão das tecnologias a *laser*, entre outras, para manter o corpo em forma.

Mais adiante, uma reportagem do exemplar 143 (p. 44, Figura 43) avisa: “Se você não foi agraciada pela natureza com um *shape* perfeito [...]” deve ler essa reportagem que enfatiza a possibilidade de conquistar o corpo dos sonhos, de “Musa do Carnaval”, por meio de cirurgias e procedimentos estéticos.

O conceito do “corpo dos sonhos” nos leva à ideia da perfeição e esta pode ser adquirida como um produto. Aliás, o mercado parece saber exatamente o que sonhamos. Se não nos lembramos desses sonhos ou não os reconhecemos como

impulso de consumo, o próprio mercado nos dá (ou vende) sugestões do que sonhar, do que almejar, do que consumir, mesmo que sejam peças para recauchutar nosso próprio corpo. Tudo bem, aponta mais adiante a mesma matéria (p. 46, Figura 44), pois a prótese de silicone sugerida “confere um resultado bastante eficiente e *natural*”, e deve ser escolhido de acordo com o corpo da paciente. O produto da empresa Lifesil disponibiliza três tipos, entre eles, “o alto, que oferece uma projeção *natural* à mama [...].”

A palavra *natural*<sup>16</sup> pode ter vários significados. Desde relativo ou pertencente à natureza ou por ela gerado, o que segue a ordem natural das coisas, inerente, sem interferência humana, espontâneo, entre outros. A naturalidade evoca a “qualidade, estado ou condição do que é natural<sup>17</sup>”.

A ideia do natural é utilizada pela publicação em dois momentos distintos. No primeiro, refere-se aos princípios ativos dos cosméticos (elementos naturais, enzimas naturais), como se a natureza tivesse o poder de restaurar, de regenerar. No exemplar 144 (p.27, Figura 52), um creme “firmador” de Romã enfatiza que sua composição contém vários “óleos *naturais*” de milho, girassol e outros e promete desde ativar a renovação celular até neutralizar a ação dos radicais livres. Na mesma sessão temos o Intense Moisture Rituals que faz uso de “antioxidantes *naturais*” como base de seu produto.

Refletimos, neste momento, sobre a perspectiva de que as linhas de expressão são conquistadas por pessoas que se emocionam, se alegram, se entristecem, se frustram e realizam coisas na vida. Essas e tantas outras emoções presentes em quem experiencia a vivência. Não estamos radicalizando ao dizer que cuidar da pele é ruim, ou que a pessoa deve ter todos os sinais de suas emoções marcados na face de forma indelével. Mas o que fica é a promessa subliminar de juventude, que pode ser conquistada sem preocupações, pois os componentes do produto são “naturais”.

---

<sup>16</sup> Verbete disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?id=m8DMv>>

<sup>17</sup> Verbete disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=naturalidade>>

Figura 52 – Juventude em potes



Nas colunas de nosso *corpus* aparecem produtos selecionados especialmente na prevenção de marcas, cicatrizes e envelhecimento, enfatizando a presença de ingredientes *naturais* – sem citar quais. No exemplo que elencamos (Exemplar 140, p.76, Figura 6), os cremes para as mãos prometem deixar a pele macia e sem escamações e até devolver a hidratação *natural* da pele. Mais adiante, no mesmo exemplar, outra empresa afirma que “ativos *naturais* e ortomoleculares” são utilizados na elaboração de seus produtos (p. 106, Figura 8). Apontamos para o fato de que, se é natural, por que precisamos consumir tais produtos? Por outro lado, se nos

afastamos da natureza, como o uso de produtos industrializados nos aproximaria dela ou a traria de volta?

Baitello Junior (2014) descreve o uso de ferramentas que o ser humano utiliza para amplificar o impacto receptivo de suas mensagens no que diz respeito ao tempo, ao espaço e à sua intensidade, e como a escrita se perpetua e, por isso, acaba por vencer a morte. As imagens da revista nos mostram o tipo ideal de corpo a ser imitado, regenerado, consertado, que seduz a mulher e a incita a se tornar a imagem que admira.

O segundo momento ou uso da palavra natural está nos efeitos, aparências e resultados naturais. Há a simulação da naturalidade, mas a naturalidade não aparece em nenhum momento como simulação, seja nos produtos, nas cirurgias ou nas próteses.

A pele naturalmente clara, a mulher naturalmente jovem, naturalmente sem marcas nem cicatrizes – nem mesmo a do umbigo, presente em todos os seres humanos. A reportagem do exemplar 141 (p. 36, Figura 15) descreve a onfaloplastia – cirurgia para correção do umbigo. O cirurgião plástico que participa da reportagem e que dá validação ao procedimento diz que este tem por objetivo remodelar o umbigo para um “formato mais atraente e *natural*” por meio de incisões. No entanto, a palavra umbigo<sup>18</sup> significa “cicatriz arredondada na linha média do abdome, que assinala o orifício por onde, no feto, passa o cordão umbilical”, mas para deixá-lo mais atraente e “natural” o correto seria não alterá-lo com uma intervenção cirúrgica.

No exemplar 144, páginas 42-45 (Figuras 53), a matéria descreve que os seios empinados estão em alta. Claro que nas modelos magras, com o rosto perfeito, a pele perfeita – se houver uma só sarda ou pinta restante, só ficou ali por ser esteticamente agradável. Nem uma pequena cicatriz escapa do *photoshop*. O anúncio, digo, o conteúdo da reportagem, é claro: o resultado das cirurgias de implante de silicone para aumento do volume do seio é “bastante *natural*”, pois são tantos os modelos ofertados pelo mercado que podem ser escolhidos de acordo com o corpo de cada paciente.

Tal resultado, ao qual a reportagem se refere, também é imediato. Em apenas três meses os seios desincham, esta é a informação que está na matéria, ou seja, o desaparecimento da dor, do incômodo pós-operatório e do edema não é imediato. O

---

<sup>18</sup> Verbete disponível em: <<https://www.dicio.com.br/umbigo/>>

que contrapõe a ideia de que, quando submetida a esse tipo de intervenção, a única preocupação da mulher deve ser o resultado final, pois “abusar do decote” é o sonho de “dez entre dez mulheres”.

Figura 53 – Seios em alta



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Enquanto a psique busca a beleza na natureza, os ativos naturais presentes nos cosméticos nos levam a consumir cada vez mais cirurgias, produtos, próteses e procedimentos para ficarmos iguais à imagem.

A mulher parece sofrer muito mais que o homem. Nossa *corpus*, por exemplo, é uma publicação que aborda assuntos relacionados à cirurgia plástica, voltado ao público feminino, distribuído em bancas, a assinantes e o excedente em consultórios e clínicas especializadas.

A utilização de cirurgias plásticas e outros procedimentos e medicamentos para tornar o corpo semelhante à imagem impecável da revista nos parece prática feroz e canibal. No entanto, a mulher se submete. Como se dá esse processo de submissão e reprodução do discurso que nos remete à violência simbólica? A resposta parece ser naturalmente, que é a quarta palavra derivada de natural pesquisada em nosso *corpus*: *naturalmente*.

O advérbio *naturalmente*<sup>19</sup>, que significa “de forma natural”, nos parece a forma mais perversa de uso da questão do natural, principalmente por conta de suas mensagens subliminares. Pressupõe a ideia de que é natural ser perfeita, o corpo da mulher em seu estado de excelência, na condição de mantê-lo eternamente jovem com o uso dos produtos se submetendo às intervenções sugeridas. Ser “*naturalmente linda*” não basta. A seção “Cantinho da famosa” do exemplar 140 (p. 24, Figura 3) traz a modelo Patrícia Dejesus descrita dessa forma, principalmente por não ter se submetido a nenhuma plástica. Adepta da alimentação saudável, consome somente alimentos naturais, e corre de 10 a 15 quilômetros por dia. Sim, como mostra o texto, a moça é linda. Naturalmente?

Num segundo exemplo (exemplar 146, p.42, Figura 54), temos outro processo, a lipoenxertia (técnicas de transferência de gordura - como transferir uma pequena quantidade de gordura de uma área do corpo para outro lugar) nas mãos. A matéria enfatiza: “naturalmente absorvida”. Imaginamos a força e a capacidade do organismo para tentar absorver uma quantidade extraordinária de gordura injetada nas mãos. E, claro, o corpo não consegue absorver tanto material. O excedente, o que não foi *naturalmente* processado pelo organismo, é o que fará o efeito da transformação. Logo, o que fica é o não natural, o que não foi absorvido naturalmente.

Figura 54 – Lipoenxertia nas mãos



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

<sup>19</sup> Verbete disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?id=7myMe>>

Mais adiante, no exemplar 149 (p.10, Figura 55), na mesma seção “Cantinho da Famosa”, a entrevistada é a atriz Jaqueline Sato. Ela conta que mantém sua forma por meio de “ginástica regrada” (jazz, ballet, muay thai e treinamento funcional com o *personal trainer*) e tem uma alimentação “natural”, o seu segredo para manter sua “silhueta sequinha” (58kg e 1,73m). Também faz tratamentos estéticos, uso de cosméticos, etc. Apontamos para o detalhe referente ao título da reportagem: “Jaqueline Sato: Naturalmente linda!”

Figura 55 - Jaqueline Sato: Naturalmente linda

**Cantinho da famosa**

**Jacqueline Sato**  
**Naturalmente linda!**

Comemorando sua participação na série *Lili, a Ex, a Atiz*, a atriz conta que ginástica regrada e alimentação natural são os responsáveis pela sua bela forma física

**A**os 27 anos, a atriz Jaqueline Sato exibe uma silhueta sequinha (58 kg e 1,73 m). Ela afirma que pratica jazz, ballet, muay thai e treinamento funcional com o *personal trainer* Douglas J. Barreto (PF). Além disso, preza ter uma alimentação saudável e responsável. “Quando meno processado, melhor. Arroz salada, frutas e legumes. Come a cada três horas e fico das dores dolorida a sempre, pois elas são meu pior fator. Também tenho muita água, uns 3 litros por dia. E não fumo, não bebo e não uso de maconha. Fiz que as pequenas acaben muito rápido e não é só de lugar que tenho bebedouro para anelar o reflexo.”

Adapta os tratamentos estéticos, a atriz conta que faz alongamento (Instituto de Massagem e Agridança) e hidratação (Clínica Viva 100%). Recomenda aConsulta por uma avaliação com de para fazer novo tratamento. “Ja fiz Vilabang no rosto de como Medecineux no abdômen e gosta bastante do resultado. Se preocupa a gente sempre encontrar o que não queremos, mas é normal. Ja fiz a abdominoplastia e ela ainda não conseguiu mudar na sua vida.”

“Peso hidratação no corpo só quando estou que a pele está pedindo mesmo. Gosto de me arrumar mais quando temo alguma ocasião especial, aí sim, faço cílios e make.” Já para corrigir a obesidade sempre opta da cirurgia. “Agora estou com a barriga grande, mas não me importa. “Se incomoda é muito, adoro calça. Me preocupa um pouco a banheira desse tipo de cirurgia, pois come um risco. Adoro preocupante quando perde a naturalidade, fica muito artificial, e vira quase um vício. No momento não penso em fazer nenhuma.”

**QUANDO O ASSUNTO É CIRURGIA PLÁSTICA...**

“Tive uma amiga que provocava um inchaço absurdo no região olhos e isso acabou tornando a pele flácida. Então, fiz teflonoplastia: reparaõem - uns 12 e outros uns 14 anos - para retirar o excesso de pele. Mais tarde, é mais tarde, fui para a abdominoplastia. Me preocupa um pouco a banheira desse tipo de cirurgia, pois come um risco. Adoro preocupante quando perde a naturalidade, fica muito artificial, e vira quase um vício. No momento não penso em fazer nenhuma.”

**CONTROL COMPRESSION**  
UMA NOVA GERAÇÃO DE CINTAS COMPRESSIVAS SEM COSTURAS.

BODY DE ALTA COMPRESSÃO ESTÉTICO COM PERNAS 50329

SOUTIEN ESTÉTICO COM ALGODÃO 50319

BANCA ESTÉTICA FACIAL 50901

SOUTIEN ESTÉTICO TURBO NADADOR 50150

SOUTIEN ESTÉTICO DIFUSO NADADOR 50151

CINTA ASPIORIAL ESTÉTICA COM BORDADO LATERAL 50321

plié  
respeito às curvas

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2016

Seguindo a mesma ideia, no editorial de número 148 (Ano 19, 2016), a redatora-chefe, Cibele Carbone, aponta que os padrões de estética não regem mais o que é ser bela. Exemplifica o fato com a própria modelo da capa, a atriz Mayte Piragibe, que reclama não ter as curvas de uma apresentadora famosa da televisão brasileira, de origem japonesa, Sabrina Sato. No entanto, a mesma apresentadora, anos atrás, também não tinha as tão desejadas curvas, como publicado no portal R7 Entretenimento (Figura 56).

Figura 56 – Sabrina Sato



Fonte: R7 Entretenimento<sup>20</sup>, 2016

No mesmo editorial (Edição 148, p. 14), a atriz Jaqueline Sato refere-se à importância de se descobrir e valorizar “o que temos de bom”. A editora, então, completa o artigo salientando que todas as mulheres são belas e diferentes umas das outras. E é importante que cada mulher se olhe no espelho e se sinta feliz com a imagem refletida. Se isso não ocorrer, propõem-se alternativas para solucionar os “probleminhas”.

Observamos, então, que os “probleminhas” ou as imperfeições que são corrigidas em prol da beleza “perfeita” e “natural” acabam baseadas em padrões não existentes como retratados pelas *mídias*. A própria imagem da apresentadora Sabrina Sato é construída sobre referências preestabelecidas e vendidas como reais pela

<sup>20</sup> ENTRETENIMENTO R7. Veja como eram as famosas antes das cirurgias plásticas, da fama e do dinheiro. A apresentadora Sabrina Sato também mudou bastante ao longo dos anos. Antes da fama, a gata do Pânico na Band exibiu um corpinho magro e sem curvas, seios pequenos e cabelo castanho. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/moda-e-beleza/fotos/veja-os-corpos-das-famosas-antes-das-cirurgias-plasticas-da-fama-e-do-dinheiro-20130125-1.html#fotos>>. Acesso em: 20 out.2017.

indústria. Isso não constituiria uma simulação? Para Baudrillard (1981), a simulação se constituiria na geração de modelos de um real sem realidade:

Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma ausência. Mas é mais complicado, pois simular não é fingir. [...] Logo fingir, ou dissimular, deixam intacto o princípio da realidade: a diferença continua a ser clara, está apenas disfarçada, enquanto que a simulação põe em causa a diferença do verdadeiro e do falso, do real e do imaginário (BAUDRILLARD, 1981, p.9-10).

Nas diferentes fases de equivalência da imagem em corpo, há o risco de não se conseguir diferenciar o verdadeiro do falso. O que ocorre, sucessivamente, pela imagem ser reflexo da realidade, mascarar e deformar a realidade profunda e a ausência desta e, finalmente, não ter relação com qualquer realidade: “ela é sua própria realidade” (BAUDIRILLARD, 1981, p.13). Tal indistinção ocorre quando o corpo se modifica para se tornar a imagem, enquanto a imagem também sofre modificações para se tornar corpo. Entra aqui o processo mimético.

Contrera (2010) refere-se ao advento da eletricidade como propulsor de novas tecnologias e da produção em série, o que mudou até mesmo nossa relação com o tempo, pois o ser humano passou a seguir o ritmo das máquinas. As implicações desse movimento consistem não apenas na perda da autonomia frente à cultura, mas no distanciamento do que é real, uma vez que diferentes processos deixam de ser conhecidos. Para Schiavo (2014, p.9):

As pessoas têm o contato final de uma extensa cadeia logística da qual não tem qualquer apropriação. Vão sendo estabelecidas novas relações de sentidos e valores. Mudanças significativas ocorrem nas interações sociais. A educação assume um papel de modelagem do comportamento, dirige a atenção para adequar a essa nova relação social, quando deveria instigá-lo a compreender a necessidade de outros saberes e a contextualização complexa dessa ambiência.

A percepção é definida no léxico como o ato ou capacidade de perceber por meio dos sentidos ou da mente, ou ainda qualquer sensação física manifestada por meio da experiência. Com sua obsolescência e embotamento dos sentidos, propõe-se uma substituição: um modo “natural” – afinal, qual é o melhor modo de se relacionar com o mundo, a não ser dessa forma, e por meio da percepção? Hillman (1993, p.77) acrescenta que “a palavra em grego para percepção ou sensação era *aisthesis*, que significa, na origem, “inspirar” ou conduzir o mundo para dentro. A *aisthesis* trata da relação com o mundo”.

E é essa percepção que está ausente, que falta. Em seu lugar, temos os medicamentos que nos salvam, tanto quanto anestesiam nosso corpo, embotando nossa percepção de nós mesmos e do mundo. Além dos medicamentos, temos a tecnologia que também faz parte desse processo.

Ilustrando o avanço dos aparelhos tecnológicos em todas as áreas do conhecimento humano advindos da eletricidade, há em nosso *corpus* o exemplo de máquinas que auxiliam o tratamento médico e estético.

Outro exemplo contido em nosso *corpus* é o de empresas como a KLD, que anuncia: “a tecnologia que revela o melhor de você”, oferecendo novos produtos de radiofrequência que vão revelar sua beleza. A moça que aparece na praia de braços abertos sugestiona o uso dos produtos (Exemplar 148, p.8-9). Outras técnicas não invasivas são realizadas por meio de tratamentos como os que envolvem correntes elétricas (ou excitomotoras, de acordo com o fabricante), *lifting* não cirúrgico, com frio, com calor (148, p.10-13,15), cintas, etc.

Todas as peças publicitárias, sem exceção, utilizaram como modelo mulheres “naturalmente” magras. Quando o consumo da imagem dessa mulher de “beleza natural sem natureza” vendida pelo mundo capitalista não é possível apenas por meio da genética e de produtos paliativos como dietas, exercícios, tinturas, maquiagens, órteses, etc., há outras opções mais radicais e, por isso, muitas vezes definitivas.

Figura 57 - KLD: a tecnologia que revela o melhor de você



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2016

É o corpo virando imagem. Baitello Junior (2012) descreve o esforço que o corpo faz para permanecer artificialmente sentado, fincado em base estática, porém se desligando gradativamente de suas raízes de inteligência primitiva e nômade, que nos permitia a cognição e o aprofundamento de nossa consciência.

Como citamos anteriormente, Hillman (1993) também aponta para tomarmos cuidado ao atribuir à natureza, fascinante e sedutora, que supre com sua presença os anseios da alma, sinônimo de inconsciente, como se esta fosse apenas o ambiente físico. Aqui, a imaginação interfere - e muito - a ponto de recriar a natureza. E quando a imaginação não é tão livre assim, mas resultante de um corpo inerte, fraturado, como cita Baitello Junior, ausente de pensamentos próprios e de experiências, preso a imagens vendidas como ideais, verdadeiros produtos de consumo?

Os diversos artifícios, desde as dietas até às radicais cirurgias plásticas, não teriam simplesmente o objetivo de reparar uma cicatriz ou marca, mas transformar o corpo em imagem, mantendo-o sedado e sentado – não morto, é claro, pois o fluxo de consumo em algum momento cessaria e isso é muito ruim para os negócios! Nessa posição, como peixes em um aquário, o corpo engoliria o anzol com minhoca e tudo, tornando-se, como uma rês após o abatedouro, peças a serem substituídas e, por que não, consumidas. É o que parecem sugerir os anunciantes e as reportagens da revista P&B, exemplificado em uma imagem muito sugestiva publicada no exemplar 143, p.16.

Figura 58 – Realize seu sonho de beleza



Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2014

Para modificar sua aparência, a mulher recorre a medidas extremas como mutilações, enxertos e próteses. Ao submeter seu corpo a esse tipo de procedimento que hipoteticamente assemelha a mulher à imagem da capa da revista, a mesma se submete a uma das piores formas de agressão: a violência simbólica.

A opressão e a submissão mais utilizadas contra a mulher podem ser caracterizadas como física, psicológica, doméstica, etc. No caso das mulheres, já há em nosso país legislação específica, como a Lei Maria da Penha ou Lei 11.340<sup>21</sup>, de 7 de agosto de 2006, promulgada com o objetivo manifesto de “coibir e prevenir a violência doméstica e familiar contra a mulher” (art. 1º).

Observamos que tal lei foi promulgada apenas no século XXI. Se não houve muita pressa em se proteger a mulher que sofre com supressão de direitos básicos como a vida e a liberdade, seja com mudança de comportamentos, seja por meio de leis que refletem a evolução social, não há estranheza em que exista um tipo de violência que passe impune: a violência simbólica.

Bourdieu (1999, p.7) denomina como violência simbólica aquela:

[...] violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do

<sup>21</sup> Lei Maria da Penha. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/lei/l11340.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/lei/l11340.htm)>

desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento.

Provavelmente por seu caráter subliminar e imperceptível, e por contar com a conivência e cumplicidade da vítima em sua perpetuação (ainda que possivelmente de forma inconsciente), a violência simbólica se faz presente de diferentes modos. Um deles é, como sugere Bourdieu, como meio de continuidade da dominação masculina. Outro meio é a cultura midiática, meio cabal e indelével para a divulgação de padrões pré-estabelecidos e de produtos a serem comercializados. Segundo Coghe (2014, p.34):

Revistas femininas fazem circular anúncios que mostram um tipo estético que só pode ser alcançado através do photoshop. E incentivam essas mulheres a buscar aquele ideal em seus espelhos. Já as "bombas" (anabolizantes) são receitadas e vendidas em academias por "marombeiros" (os que usam anabolizantes) que não possuem nenhuma formação profissional.

Observa-se que os padrões de beleza são difundidos pelos meios de comunicação em forma de imagem pronta e autenticada por uma ideia de saúde perfeita. Coghe (2014, p.74), conclui que:

No Renascimento e na Revolução Industrial, o corpo não era voltado para a beleza, mas para o trabalho, os corpos eram usados como ferramenta, em todas as classes sociais. Os corpos magros eram os dos pobres, que morriam de peste, de sede, de fome. Os gordos eram os membros da burguesia, corpos para poucos.

Hoje, o ideal difundido pela mídia é o magro, jovem e arredondado nos lugares certos e da forma perfeita, igual à imagem que, como falamos, não envelhece, não enruga, sequer respira. Contudo, a busca frenética pela estética acaba por prejudicar a saúde, pois para se alcançar a beleza perfeita construída por meio de *photoshop* pode-se induzir ao "consumo de substâncias prejudiciais ao organismo como um todo e levar à desnutrição, etc" (COGHE, 2014, p.74).

Ao analisar de forma cuidadosa as frases "mulheres modernas que estão em busca de saúde, beleza e bem-estar" e "tendências nacionais e internacionais" – observamos o fator subliminar da violência simbólica. E pobre da mulher que, ainda por cima quiser ser mãe, profissional, etc. Quanto maior sua posição e projeção social, maiores as cobranças.

Coghe (2014) conclui seu trabalho sobre a transformação do corpo em imagem com a frase: "Essa busca exacerbada pela perfeição do corpo é certamente um ideal

inatingível, uma vaidade excessiva. O corpo ideal só existe como imagem, e é *photoshop!*". Preocupante? Não se você for o anunciante, pois esta é mais uma razão para adquirir os produtos anunciados nas diversas mídias. A ação de consumir para ficar parecida com a imagem torna a mulher não apenas conivente, mas que uma simples vítima da violência simbólica: um instrumento de perpetuação da mesma.

O que se torna possível e compreensível na medida em que se cunha o conceito da naturalidade para o corpo da mulher. E a revista faz isso. As imagens sintéticas da revista traduzem um conceito claro de síntese em situações imaginárias, porque ela torna o invisível visível por meio de uma imagem visual. Esta não surge no universo da experiência concreta, mas no universo da abstração, do ideal, da teoria, da simulação. Advém do simulacro do que é o ideal de corpo construído pela indústria da estética.

As imagens sintéticas tornam imagináveis as teorias mais abstratas, tais como: a ideia de corpo natural e perfeito. Mas, o que é perfeito? Como as imagens sintéticas são experiências concretas, podemos afirmar que torna concreto o ideal de beleza inalcançável, baseado em um padrão europeu, eurocêntrico. O que se aplica claramente na construção simbólica do conceito de naturalidade do nosso *corpus*, a revista P&B.

Por sua vez, as tecnologias de comunicação têm papel significativo em um processo narcotizante, levando o ser humano, frente às máquinas de comunicação, à "depressão dos sentidos corporais", em que perde sua propriocepção e se transforma em um corpo sentado-sedado, comatoso (CONTRERA, 2004; ALVES, 2009).

A propriocepção, individual e inalienável, sofre influências de interações diferenciadas e complexas na integração sensorial e motora na conformação de diferentes tipos de imagens mentais no decorrer do desenvolvimento orgânico e cognitivo (DE OLIVEIRA, 2012). Logo, a anestesia dos sentidos leva à perda da característica da consciência humana, e, consequentemente, a um retrocesso das condutas representativas e o retorno ao pré-consciente, à psique primitiva do homem dos bando, das hordas (CONTRERA, 2004), ainda que teleguiados. Este ser não pensante sofre mais influências externas do que é capaz de vivenciar, significar e ressignificar. Em dado momento, busca uma maior perfeição corporal, mas, de forma equívoca, equipara tanto suas ações como seu corpo à perfeição e eficiência da máquina.

A submissão voluntária da mulher se dá por meio das práticas miméticas. Estas consistem na ideia de que os indivíduos são induzidos a imitar aquilo que percebem, o que veem e ouvem.

## CAPÍTULO III – A MIMESE E A PERPETUAÇÃO DA VIOLÊNCIA SIMBÓLICA

O conceito de *mimese* encontrou ressonância na teoria do homem. Este conceito descreve um outro modo de fazer além daquele puramente racional: a produção de artefatos, em que são sublinhados particularmente os aspectos corporais, perceptivos e emocionais, assim como o temporal. Sob o ponto de vista da *mimese*, busca-se uma outra forma de ação humana que tenha como ponto central a *práxis* de ação e a relação com outras pessoas (GEBAUER; WULF, 2005, p.25).

Mimese, do grego: *hμίμησις* (*mimesis*) pode ser definida como o ato de se assemelhar, o ato de expressão e a apresentação do *eu* de forma verossímil, não uma simples mímica ou reprodução do modelo. É uma atividade que transforma, uma representação criadora e mediadora que ganha um sentido temporal no decorrer do processo (GAGNEBIN, 1993; BARBOSA, 2008; GRIGOROWITSCHS, 2010; WULF, 2013).

A *mimese* nos constitui, é uma capacidade antropológica, pois a imitação e a repetição são fundamentais para o surgimento e o desenvolvimento de habilidades e capacidades, levando ao conhecimento, à consciência e à cognição.

Como seres porosos, o vivido no mundo nos influencia, assim como influenciamos o mundo. Este sofre influências do vivido, do que e com quem manteve contato, principalmente se estes estão integrados em suas ações. Ao imitarmos um gesto, um comportamento, estamos representando com o nosso corpo a ideia do outro. Não é uma reles imitação, é uma criação própria, pois o que imita tem seus conteúdos idiossincráticos e sofre influência do outro, de forma mútua, recíproca (GEBAUER; FORMATO, 2004; WULF, 2016).

Para que ocorra a *mimese*, há a necessidade da mediação do corpo, o que pode levar o indivíduo a perder suas referências primordiais, conduzindo-o à sedação. Baitello Junior (2012) descreve o esforço que o corpo faz ao ficar artificialmente sentado, fraturado, fincado em base estática. Tal postura seda o homem, desligando-o de suas raízes da inteligência primata e do nômade.

Ao analisar nosso *corpus*, questionamos se os diversos artifícios oferecidos à mulher pelo mercado, como cirurgia plástica, medicamentos e produtos de beleza, entre outros, teriam mais que a função da busca pela saúde. Seriam de fato a

modificação do corpo e sua transformação na imagem perfeita, mesmo que obviamente submetida ao *photoshop*. Imagem esta que, para o autor, também almeja o corpo. No processo de se transformar em imagem, o corpo paga um alto preço, pois perde a capacidade proprioceptiva e quase todos os sentidos. O único que lhe resta, a saber, a visão é limitada por se satisfazer apenas com a imagem, fechando um ciclo perigoso.

Tanto o sensual, relativo aos sentidos e suas percepções táteis-cinestésicas, como o feminino, parecem estar em questão aqui. O corpo da mulher é construído sobre padrões determinados pelo mercado, como ter um peso ideal, o busto e o quadril arredondados e do tamanho certo, a cintura fina, entre outros. Como se a mulher não variasse de peso, não inchasse durante o período menstrual, não adquirisse estrias com o crescimento do corpo e a gravidez, nem rugas de expressão no decorrer da vida. Os padrões de beleza veiculados pela mídia hoje constituem a imagem da mulher como muito feminina, eternamente jovem e ativa. Segundo a autora:

O mito da eterna juventude, o desejo de deter o caminho irreversível do tempo rumo à decomposição dos corpos alimenta uma série de práticas sistemáticas e integradas que começam nos exercícios físicos e nos cuidados cosméticos com o corpo, passam pelo balanceamento da alimentação e desembocam, às vezes, em opções de sublevação espiritual ou exercícios de consolação cultural de forma a produzir certa ilusão de domínio sobre o tempo que passa, adiando simbolicamente a aproximação irreversível da morte (COGHE, 2014, p. 23-24).

São padrões de feminino impossíveis de serem atingidos e, mesmo assim, identificados e vendidos como “naturais”, perversão da ideia de que a mulher leva uma vida idealizada: calma, tranquila, trabalha, tem recursos para consumir, pois a beleza “natural” exige tempo, dedicação e dinheiro.

Concomitantemente, essa mulher deve exercer com eficácia seus inúmeros papéis: mãe, dona de casa, profissional. Na revista Plástica & Beleza não há uma citação ou imagem sequer de uma mulher cansada, irritada, sem tempo para si, hiperdemandada, chegando em casa exausta após períodos de trabalho insanos para exercer as “funções femininas” de dona de casa, esposa e mãe, marcada por rugas de expressão, cansaço, etc, que não tenha uma resposta “mágica”, seja ela cirúrgica ou cosmética, para seus males. A ideia é que, ao utilizar os produtos anunciados pela

indústria da beleza e disseminados pela mídia, essa mulher voltará a parecer sempre “naturalmente” jovem e ativa, ligada à natureza.

Ao acatar o que é divulgado pela mídia, tentar modificar seu corpo de acordo com o desejo do mercado, a mulher entra no processo mimético. Quando isso ocorre, seu discurso se modifica e ela passa a usar o da indústria da beleza, submetendo-se então à violência simbólica.

O tipo de violência descrito por Bourdieu (1999) está presente no consumidor que compra a imagem e o discurso das empresas veiculado pela mídia, e que a mulher replica. Um exemplo? Se um anúncio de cirurgia plástica apresentasse uma mulher qualquer dividida em peças como um boi, imediatamente a imagem seria censurada pelo efeito repulsivo e levaria a inúmeros protestos na mídia.

No entanto, podemos veicular a mesma ideia básica apresentada de outra forma: a imagem de uma jovem e belíssima modelo com aparência saudável e atlética que mostra as possibilidades de deixar o corpo feminino jovem, magro, perfeito e natural. Em nosso *corpus*, no anúncio de duas páginas “Realize seu sonho de beleza” são mostradas diversas possibilidades de intervenções cirúrgicas disponíveis no mercado, e para facilitar a visualização do corpo feminino, este é representado em recortes (Figura 59 e Figura 60).

Figura 59 - Realize seu sonho de beleza



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2016

O texto que acompanha a imagem enfatiza que o sonho de beleza é da consumidora e ainda incentiva o consumo rápido: “Sim! Dá tempo de ficar linda para

o verão!". A moça não deixou de se apresentar dividida como um boi no açougue. Todavia, em vez de peças mais adequadas para o consumo, a propaganda pontua as modificações possíveis para se atingir o ideal de beleza por ela disseminado. Sob esse ângulo, o anúncio nem de longe se assemelha à próxima figura (Figura 60).

Figura 60 – Boi dividido



Fonte: Blogspot<sup>22</sup>, 2016

A imagem da modelo oculta o verdadeiro objetivo do mercado: a comercialização do corpo como produto. Nesta ânsia de consumo, para quem consome não importam os custos, somente a imagem de um corpo belo e “naturalmente” perfeito.

Falando em custos, o trabalho de De Vilhena *et al* (2007) aponta que: “corpo é também capital. Tem valor de troca ou como bem, adquire um status. Este status é adquirido a partir das insígnias que o belo corpo carrega consigo”.

Ao tentar fugir deste padrão impingido, a mulher sofre preconceitos e exclusão social. Quando a questão é visível, o problema é pior ainda. Isso ocorre na obesidade, por exemplo. O excesso de gordura, em outros tempos, um sinônimo de beleza e riqueza, atualmente está ligado subjetivamente à feiura, desleixo, fraqueza de caráter e até mesmo a uma posição social inferior. Não é encarado como um transtorno alimentar como a anorexia, mas associado à falta de força de vontade e ao fracasso

<sup>22</sup> Imagem disponível em: <[http://4.bp.blogspot.com/-tMSI0V0JcFw/UVGyrn\\_nEI/AAAAAAAACIc/1YGoZJXXi2w/s640/580068\\_500903226638571\\_2106148760\\_n.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-tMSI0V0JcFw/UVGyrn_nEI/AAAAAAAACIc/1YGoZJXXi2w/s640/580068_500903226638571_2106148760_n.jpg)>. Acesso em: 18 set.2017.

no emagrecimento, apontado como uma incapacidade pessoal de adesão a programas que combatem a obesidade (DE PAULA, PACÍFICO, 2016; DEL PRIORI, DE SÁ FREIRE, 2005; DE VILHENA *et al*, 2008).

A questão da obesidade sai da esfera da saúde e vai para a exclusão social e preconceito. Um parâmetro do peso da obesidade para a mulher, principalmente, é demonstrado no trabalho de Rocco e Miklos (2017, p.671), que descrevem a “gordofobia”, um neologismo inexistente no dicionário, como “preconceito e a consequente discriminação da pessoa socialmente considerada gorda (não obesa – de acordo com as classificações de IMC)”.

Mais adiante, apontam como o indivíduo considerado gordo não se encaixa e acaba invisível na sociedade que compra o discurso do ideal de beleza magro disseminado pela mídia, como descrito pelos autores (p.678):

Dessa forma, com o bios midiatizado, a sociedade repete esses padrões fora dos limites já quase invisíveis dos meios eletrônicos/virtuais, mas na concretude de carne. O socialmente considerado gordo não passa na catraca do ônibus, não cabe na poltrona do cinema e não encontra com a facilidade de simplesmente ir ao shopping, uma básica calça jeans para comprar. Ele é publicamente insultado por sua forma física e constantemente alvo de piadas.

De acordo com os autores, embora com resultados nefastos, a sociedade mediatizada encara esse tipo de preconceito apenas como politicamente incorreto, nada grave, apenas uma brincadeira, omitindo a opressão sofrida pelo sujeito considerado gordo, levando-o à invisibilidade e exclusão social. Negar a gordofobia é negar o preconceito e seus resultados (ROCCO; MIKLOS, 2017).

Ainda nessa sociedade midiatizada, ressaltamos que o ideal de mulher não advém da natureza, mas da própria mídia que é autorreferente. Sobre o conceito, Contrera (2010) enfatiza que:

a autorreferência se revela totalmente no modus operandi da tecnologia moderna: seus critérios centrais sempre partiram do princípio de automanutenção ou aperfeiçoamento de suas próprias operações e métodos. Ela auto-executa um programa complexo que a coloca na própria centralidade da vida e das questões humanas sob o pretexto constante do aperfeiçoamento (CONTRERA, 2010, p.78).

Basta então um veículo definir e divulgar o assunto que este é reproduzido e disseminado pelo cenário midiático com repercussão na televisão, na internet e em outros veículos.

Esse caráter autorreferente se apresenta em todo sistema noológico e/ou ideológico que enlouqueceu, seja pela falta de reflexão e autocritica, seja pela falta de capacidade de interagir com outras esferas da existência (tais como o sentimento, a intuição, o devaneio, o sonho) (CONTRERA, 2010, p.77-78).

Ainda nesse pensamento, Baitello Jr. aponta que:

[A] problemática, contudo, se apresenta a crescente independência e autossuficiência que as sociedades humanas vêm conferindo às criações do imaginário político e mediático, à proliferação autônoma das imagens que se bastam a si mesmas, não mais se oferecendo como “janelas” para o mundo, senão como janelas para si próprias. Ou seja, não apenas ascendentes sobre os homens, mas agora autorreferentes. Tal fenômeno de autorreferência implica uma supressão do mundo em favor das representações bidimensionais em circuito fechado, ou seja, as imagens se referem sempre e apenas a imagens (BAITELLO JÚNIOR, 2014, p.76).

Ao se pautar por ela mesma e não pela sociedade, a mídia não leva em conta a presença do corpo vivo e sua capacidade proprioceptiva, estes sim, naturais. O que importa é a imagem.

E a mídia não dá trégua, continua a veicular imagens de pessoas cada vez mais magras e medicamentos que prometem verdadeiros milagres. A gordofobia tem consequências, apontam os autores, como a alta incidência de pessoas insatisfeitas com seu próprio corpo:

A insatisfação corporal é uma realidade não somente para quem sofre de sobrepeso e obesidade, mas também para aqueles que, apesar de não integrarem esse quadro, temem por sua imagem corporal. De acordo com levantamento feito por Laus (2012), a insatisfação com o corpo atinge 77% da população brasileira, entre crianças, jovens, adultos e idosos (sendo que, conforme apresentado, 17% dessa mesma população é considerada obesa) (ROCCO e MIKLOS, 2017, p.672).

A insatisfação e a busca pela adequação do corpo ao padrão ideal de beleza podem levar a doenças físicas e mentais, afetando adolescentes e adultos jovens principalmente do sexo feminino.

A presença da violência simbólica e a busca por um corpo perfeito são notadas aqui de forma clara, pois aparentemente a mulher perde o direito ao próprio corpo, tornando-se também um ser inferior, uma propriedade, um objeto a ser comercializado e, por isso, subordinado aos modelos impostos pela mídia em geral.

Para que esse tipo de violência opere:

[...] é preciso que os dominados tenham incorporado as estruturas segundo as quais os dominantes percebem que a submissão não é um ato da consciência, suscetível de ser compreendido dentro de uma lógica das limitações ou dentro da lógica do consentimento, alternativa “cartesiana” que só existe quando a gente se situa dentro da lógica da consciência (BOURDIEU, 1996, p. 36).

Nesse movimento, a violência simbólica nos atinge com seu toque suave, sutil, levando-nos ao encantamento da ordem estabelecida e com o discurso dominante. Entramos no processo do autoengano e acabamos aprisionados, perpetuando este tipo de violência.

Começamos a agir como drogados – o corpo sem percepção tem características de narcose<sup>23</sup>. Com seu corpo sedado e submetido à influência massificante da mídia, que veicula a imagem do corpo padronizado e vende seu produto como “perfeito” e “natural”, a mulher começa a encarar seu próprio corpo como um erro a ser corrigido. Para modificá-lo e conseguir obter as vantagens da imagem – beleza, naturalidade, juventude eterna e imortalidade –, passa a utilizar os tratamentos oferecidos pela mesma indústria que a induz a pensar-se “defeituosa”. Está completo o quadro de violência simbólica. O social e o cultural reforçam e recompensam os resultados obtidos como uma ação pavloniana de comportamento e a mulher os acata, acolhendo e facilitando a mimese. Ao se submeter, estabelece ao próprio corpo as modificações impostas, repassando e divulgando o discurso opressor e comprovando-o ao apresentar os resultados mais próximos do “natural” possível. Outras querem fazer como ela. E, assim, mimeticamente, se perpetua o padrão de “naturalidade” e perfeição imposto pela indústria.

No exemplar número 144 da P&B, o texto de uma reportagem sobre a Onfaloplastia<sup>24</sup> promete deixar o umbigo em um formato mais “atraente e *natural*” (p.40, Figura 61). Como se o resultado de uma cirurgia pudesse ser mais “natural” que a marca deixada pela cisão do cordão umbilical nos primeiros dias de vida, tornando belo algo que não passa de uma cicatriz.

---

<sup>23</sup> Estado de torpor e inconsciência produzido por um medicamento hipnótico; diminuição reversível e inespecífica da excitabilidade dos neurônios produzida por diversos agentes físicos e químicos, que leva mais a estupor do que propriamente à anestesia. Disponível em: <<https://www.google.com.br/search?q=Dicion%C3%A1rio#dobs=narcose>>. Acesso em: 23 out.2017.

<sup>24</sup> Cirurgia para correção do umbigo.

Figura 61 - Onfaloplastia



**A** gente quer nunca se lembra de fio, mas na hora de vestir aquela blusa cropped é que nos damos conta de que ele está lá, no centro das atenções. Se o umbigo está bonitinho, não há problema algum. Agora, se tem visual antiesético a gente corre para mudar o modelito. Mas sabia que não é preciso esconder o umbigo, com a ajuda da plástica dá para recuperar a estética dessa região. "A onfaloplastia, na maioria das vezes, é indicada para os casos de excesso de gordura e pele na área, que costuma acontecer na pós-gravidez e em pessoas que sofreram com o efeito sofá. Ela também é recomendada nos casos de hernia umbilical, ausência do umbigo, estremo (umbigo fechado) e ainda quando apresenta um formato anatômico congênito. Certos formatos, como, por exemplo, uma cavidade excessivamente profunda do umbigo ou projeção em densas também são indicações para a correção", explica o cirurgião plástico André Eyer (RJ).

#### Entenda a cirurgia

Sob anestesia local com sedação, o médico desenha a incisão cutânea que será feita, que pode ser circunferencial, semieliptica, eliptica, quadrangular, linear vertical e horizontal. Após essa etapa, através de minímas incisões muito pequenas realizadas no fundo do umbigo, é removido o excesso de gordura e tecido, remodelando o umbigo para um formato mais atraente e natural. A cirurgia dura cerca de 2 horas e pode ser associada com outro procedimento, como uma abdominoplastia, por exemplo.

Durante o pós-operatório é necessário usar faixa ou cinta modeladora e evitar esforço físico. Depois de uma semana é possível retomar as atividades do dia a dia, mas exercícios físicos estão liberados somente após 30 dias. É essencial fugir da exposição solar direta durante três meses para evitar que a cicatriz fique escurcida. ■



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Rosique (2001) descreve técnicas circulares e não circulares para a reconstrução do umbigo, aparentemente, uma padronização tanto da técnica quanto do resultado, contribuindo para a elaboração de um desenho ideal de cicatriz e uma maior satisfação das pacientes. Se padronizado, não é natural. Se não é natural e pode ser repetido indefinidamente, se assemelha à imagem, na qual o corpo se transmuta.

O mimetismo que se vê é a transformação de partes do corpo passando pelos padrões exigidos pelo mundo exterior, no caso o mercado, e se modifica de acordo com as referências preestabelecidas e comercializadas. Ao modificar seu corpo, as modelos retratadas passaram a ser ideais de perfeição e “naturalidade”.

Os outros são partes do eu. Por todo lugar existe tal relação, onde alguém age referindo-se a um mundo já existente e construindo ele mesmo um mundo. Por exemplo, quando alguém imita o movimento

de um outro, quando alguém age segundo um modelo, quando alguém representa algo e quando alguém expressa uma ideia corporalmente (GEBAUER; FORMATO, 2004, p. 120).

Quando a mulher, seja por um desejo real ou, mais uma vez, por exigência do mercado, modifica seu corpo, ela pode influenciar outras a fazerem o mesmo. Gebauer e Formato (2004, p.121) indicam que “não só a imitação de um gesto é mimética, mas também o próprio gesto”.

Observamos a mimese como uma interação, uma ação de acordo com o outro. Muito embora, no decorrer de todo esse processo imitativo, uma jamais ficará exatamente igual à outra, muito menos as pessoas influenciadas pelas imagens da revista, que não são reais, são simulações.

A imagem imita a imagem, que imita a imagem e assim por diante. Passa-se ao que Baudrillard (1991, p.10) denomina hiper-real, um real que perdeu sua referência, o imaginário e não pode mais ser comparado positiva ou negativamente a nada.

Os simuladores tentam fazer coincidir o real com o que é simulado. O simulado adviria da abstração, do imaginário midiático da representação do que é real (BAUDRILLARD, 1991). No entanto, o que foi simulado perdeu essa característica essencial. O real, por sua vez, passa a ser reproduzido indefinidamente, perdendo seu referencial, sua racionalidade, tornando-se operacional. Um exemplo oportuno é o fato de o nariz da modelo Gisele Bündchen e do ator Cauã Reymond (Figura 62) serem as celebridades brasileiras cujos narizes são os mais copiados pelos cirurgiões plásticos.

Figura 62 - Gisele Bündchen e Cauã Reymond<sup>25</sup>Fonte: Reprodução/Instagram)<sup>26</sup>, 2015

E a modificação ocorre apesar de as consumidoras terem tipos físicos diferentes aos da imagem dos modelos. O corpo passa pelo processo de simulação e padece, reforçando os padrões impostos pela violência simbólica que não é nem contestada, muito menos combatida. Aliás, Bourdieu (1999) alega surpresa ao perceber que a ordem estabelecida no mundo seja tão obedecida e não tão necessariamente refutada, levando a mais indignações e revoltas.

No decorrer do trabalho, observar os efeitos da violência simbólica e o poder dela ao nos convencer que nossos corpos são imperfeitos, inadequados e passíveis de mudanças não nos causa tanta estranheza assim. Se o corpo se encontra sedado, com consciência rebaixada, deixar-se dominar pela imagem percebida e idealizada como “natural”, muito embora produzida pelo mercado e veiculada pela mídia, é um processo mimético num corpo poroso que respira e ainda tem como programa

<sup>25</sup> GLOBO.COM. Glamour. Cirurgia plástica: Gisele Bündchen e Cauã Reymond têm os narizes mais copiados. Fonte: <<http://revistaglamour.globo.com/Beleza/noticia/2015/06/cirurgia-plastica-gisele-bundchen-e-caua-reymond-tem-os-narizes-mais-copiados.html>>. Acesso em: 5 nov.2017.

<sup>26</sup> TROPICAL FM 103,7. Disponível em: <<https://www.tropical.fm/2015/06/cirurgia-plastica-gisele-bundchen-e-caua-reymond-tem-os-narizes-mais-copiados/>>. Acesso em: 5 nov.2017.

pertencer à espécie. Embora, se continuar nessa velocidade de embotamento e consumo, não ficará por muito tempo.

No processo mimético de transformação do corpo em imagem, a mulher está mais sujeita à violência simbólica que o homem. Sayão (2003) procura justificar essa posição submissa ao descrever o papel social da mulher, delimitada, segundo a autora, pela função “reprodutiva” de seu corpo, diferente do homem, que é “produtivo”.

A capacidade corporal feminina relacionada à reprodução da espécie humana delimita o espaço da mulher na vida em sociedade; seu papel social de “cuidadora” confere-lhe uma posição hierárquica inferior em relação aos homens publicamente ativos e provedores (SAYÃO, 2003, p. 123).

Segundo a autora, a posição hierárquica inferior parece atávica e naturalizada pela cultura. Essa construção cultural do corpo da mulher como dominada e do homem como dominante tem mudado, principalmente pela dificuldade de manutenção dessa imagem dominante.

Bourdieu (1999) também aponta alguns focos de resistência, considerando-os esporádicos e pouco eficientes. O que notamos é que aparentemente tais movimentos contraditórios de resistência parecem convenientes apenas para baixar a tensão e vender mais produtos. Mais uma vez, é a mulher transmutando seu corpo em imagem, numa busca ávida de beleza, juventude e vida eterna. E todas essas características adornadas com o rótulo da individualidade: não pode ser uma imagem qualquer. A mulher necessita da que foi construída especificamente para ela, de forma individualizada e “natural”, igual à da modelo da revista. Com os resultados prometidos e vendidos pela indústria da beleza.

Apontamos que neste processo a revista P&B não está sozinha. Ela se contamina pelo cenário midiático, como em um jogo de espelhos, captando as mulheres que já estão na mídia. Quando analisamos as capas de nosso *corpus*, verificamos que a maior parte das modelos é atriz, apresentadora ou funcionária da Rede Globo. Ela participará de peças, novelas, eventos, *fashion weeks*, jornais e será entrevistada pelos *talk shows* da vez. De uma forma ou de outra, a modelo retratada na capa já está visível em outra mídia e sua imagem sendo disseminada de forma ampla e irrestrita. Como em uma pauta jornalística na qual se elencam as notícias relevantes, assim parece ser a escolha do corpo perfeito da vez. Corpo esse que se transformará em imagem e impreterivelmente passará por um *photoshop* antes de estar impecável e naturalmente saudável, apto para representar os produtos que a indústria

da beleza produzir e quiser vender. Baitello Junior (1999, p.4) no texto “A cultura do ouvir” destaca que na sociedade da imagem:

Vivemos, profundamente, até a última das nossas fibras, dentro de um mundo da visualidade. Que evidentemente não começou agora, mas que foi se desenvolvendo e foi se sofisticando de tal maneira que todos nós podemos suspeitar que estamos nos tornando surdos.

O autor continua a discorrer sobre o sentido da visão e as implicações da perda dos outros sentidos como a audição e, consequente, amortecimento da propriocepção. O importante é estar visível, ter sua imagem mediada e assistida, curtida, tuitada milhares de vezes nas redes sociais. Quanto mais, melhor, pois significa mais tempo na mídia, mais tempo de vida da imagem e da vida profissional da modelo. O pesquisador complementa:

A cultura das imagens (e a transformação de toda a natureza tridimensional em planos e superfícies imagéticas) abre as portas para uma crise da visibilidade, dificultando aqui não apenas a percepção das facetas sombrias, mas até mesmo, por saturação, aquelas regiões iluminadas. Assim, como toda visibilidade carrega consigo a invisibilidade correspondente, também a inflação e a exacerbção das imagens agregam um desvalor à própria imagem, enfraquecendo sua força apelativa e tornando os olhares cada vez mais indiferentes, progressivamente cegos, pela incapacidade da visão crepuscular e pela univocidade saturadora das imagens iluminadas e iluminadoras (BAITELLO JUNIOR, 2010, p.2).

Ao mesmo tempo em que a imagem jovem, bela e ativa deve estar sempre na mídia para não ficar invisível, cuja consequência é cair no esquecimento e perecer, aparecer demais leva a uma saturação da imagem. Mesmo assim, correndo o risco da perda da novidade, já se disse que uma imagem vale mais de mil palavras e, na busca da “naturalidade” e juventude perene da imagem, vale tudo. Até processo natural do envelhecimento pode ser sutilmente apontado como algo nocivo e abominável, quase uma doença a ser prevenida e tratada.

Na P&B as reportagens alertam que o envelhecimento da pele é um processo *natural*, contínuo e inexorável (Exemplar 145, p.62, Figura 63 e figura 64). Uma mudança radical ou milagrosa, a fuga do processo “natural” só será possível por meio de produtos, medicamentos e procedimentos enunciados pela indústria da beleza. Contradicoratoriamente, o elixir da eterna juventude em potinhos se apresenta nesse momento como solução mágica para a imperfeição da velhice.

Figura 63 - Cinco passos para rejuvenescer



O envelhecimento da pele é um processo natural que todas as pessoas passam. Com o passar dos anos, nossa pele vai acumulando manchas, perde a elasticidade, capacidade de reter água e de manter o equilíbrio na produção das fibras de colágeno e elastina (responsible pelo sustentação da pele). Além disso, os vasos sanguíneos passam a ter mais dificuldade para eliminar as toxinas do organismo, matar e oxigenar as células da epiderme, e os sinâts do tempo aparecem. A dermatologista Cintia Cunha explica que cada tipo de envelhecimento precisa de um tratamento específico, mesmo porque remover totalmente as rugas é difícil, mas melhorar a qualidade da pele e recuperar a jovialidade sem exageros é possível com pelo menos cinco procedimentos básicos.

**Toxina botulínica:** praticamente impossível falar em rejuvenescimento sem falar de toxina botulínica (Botox®, Dysport®). Esse tratamento suaviza as rugas de expressão da testa e dos pés de galinha, e basta aplicar uma dose mais leve para garantir um resultado bem natural.

**Preenchedores com ácido hialurônico:** recuperam o volume perdido ao longo dos anos, seja na bochecha, nos lábios, no dorso das mãos ou na linha do sorriso. Um rosto mais enrugado ou com as bochechas caídas pode fazer com que a pessoa aparente mais idade do que realmente tem. "Apesar de algumas pessoas temerem, se o procedimento for realizado com bom senso e parcimônia, os resultados são ótimos e bastante naturais", diz Dra. Cintia.

**Laser de Co<sub>2</sub> fracionado:** por mais que façamos um tratamento nos pés de galinha ou reposição de volume, a superfície da pele tem que ser tratada. Esse laser garante, com três sessões, um clareamento intenso da pele e uma boa atenuação de rugas finas, médias e até as mais profundas. Também há uma melhora na firmeza, no fibro e fechamento das portas da pele. O tratamento pode ser feito na face, áreas dos olhos e no pescoço, melhorando a "papada"

que tanto incomoda.

**Skinbooster:** com o passar dos anos, a pele perde colágena ágaa, consequentemente ela fica desidratada e aparece ter mais rugas, fica sem vida e a flacidez mais intensa. Esse hidratante profundo da pele com micropartículas de ácido hialurônico desvèle o vix rugido além de tratar as rugas do colo (rugas do sonol), pescoço, ar dos olhos e até dorso das mãos.

**Peelings corporais:** excelente收到 para clarear as manchas das brasas, colo, costas ou qualquer região corporal também pode ser feito no rosto. O peeling está na lista dos procedimentos mais indicados por ser um tratamento custo e boa efetividade. A intenção é melhorar a descamação da pele para uma renovação celular mais intensa melhorando o aspecto geral da pele, clareando manchas.

É claro que, para cada procedimento, é necessário um tempo mínimo para notar os resultados. No caso de toxina botulínica e preenchedores, o resultado é notado em 10 a 15 dias. Para tratamento como Skinbooster, Laser de Co<sub>2</sub> e Peeling, é importante um prazo de três meses para que se conclua todas as etapas do tratamento.



#### CONSULTÓRIO

**DRA. CINTIA CUNHA**  
Dermatologista pela SBD  
Rua Bernardo Capetino 1515  
Uberlândia-MG  
Tel.: (34) 3236-0500  
[www.cintiacunha.com.br](http://www.cintiacunha.com.br)

Figura 64 - “O envelhecimento é um processo natural e contínuo”

**S.O.S Beleza**

**Quais as diferenças entre COSMÉTICOS E DERMOCOSMÉTICOS?**

Os dermocosméticos estão em uma classe de produtos que têm a finalidade de tratamento, ou seja, possuem ativos capazes de permitir a epidérmide e agir amenizando determinadas dilanças como acne, manchas, envelhecimento, celulite, estrias, entre outros. Os cosméticos são produtos destinados a acondicionar e perfumar a pele, como cíos de banho, hidratantes corporais, sabonetes e perfumes. Ambos necessitam de testes de eficácia e segurança, e possuem um número de registro junto à Anvisa.

**Quando devo começar a prevenir as marcas de envelhecimento?**

O envelhecimento é um processo natural e contínuo decorrente de uma série de fatores que alteram algumas funções do organismo, além disso, fatores como exposição ao sol, fumo, estresse e má alimentação aumentam a produção de radicais livres, acelerando o envelhecimento cutâneo. Os cuidados com a pele devem ser iniciados na puberdade, com o uso de sabonetes específicos para cada tipo de pele e o uso contínuo do filtro solar, porém a partir dos 25 anos a pele começa a apresentar os primeiros sinais de envelhecimento. A prevenção é o melhor caminho para prolongar a aparência saudável e livre dos sinais do envelhecimento, portanto abuse dos filtros solares de alta proteção UVA e UVB e produtos compatíveis com a necessidade e tipo de cada pele, com ativos que auxiliam na nutrição, hidratação, reposição da barreira cutânea, com ação antioxidante e que estimulam a síntese de componentes da matriz óssea como os fibroblastos.

**Com que frequência devo esfoliar o rosto?**

A esfoliação da pele é o mais passo importante para manter a beleza e a aparência saudável da pele. Constantemente a pele é removida por um processo natural e fisiológico, e as células mortas constituem a camada cônica da epidérmica, aquela camada mais grossa que confere proteção. O ideal é que pelo menos duas vezes por semana seja realizada uma esfoliação suave, para retirar esse excesso de células mortas e estimular a renovação celular. Os movimentos na hora da aplicação devem ser suaves e circulares, sem muita força para evitar irritação e vermelhidão.

**Os cremes redutores de gordura localizada e celulite realmente funcionam?**

Os produtos destruidores dos ratinhos corporais são os mais requisitados pela público feminino, porém, deve-se ter em mente que elas atuam como coadjuvantes no tratamento e o que garante resultados mais expressivos são as mudanças de hábitos como: redução alimentar, prática de exercícios físicos regularmente, tratamento estético e aplicação certeira dos produtos home care. A gama de produtos com essa finalidade é imensa e há um grande investimento na pesquisa de ativos com tecnologias diferenciadas que garantem resultados significativos em um curto período de tempo. Os redutores de medida e celulite atuam em diferentes mecanismos para promover a queima de gordura através da indução da lipólise, estimulam a circulação sanguínea para melhorar a drenagem dos líquidos totais, melhorando o aspecto cutâneo de banho, aceleram o metabolismo celular, diminuem a formação de gordura e são capazes de modificar a maturação dos adipócitos, melhorando a aparência geral da pele.

**Envie suas dúvidas para:**  
**Dra. Fernanda Sanches**  
 Farmacóloga Bióquímica e Cosmética, Presidente e Diretora do Núcleo Científico de Dermocosmética e Carenobeauty. Pós-Graduada em Homeopatia, Fitoterapia

Foto: Freida

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Temos por certo que o corpo envelhece, mas não necessariamente precisa padecer com a velhice, basta consumir os produtos da indústria da beleza, além de outras imperfeições que podem ser “naturalmente” corrigidas, sejam elas quais forem. Esse é o processo mimético transformador. Não interessa se a mulher já é bela ou não, a questão é que ela sempre pode melhorar, parecer mais “natural”. Não importa que a mulher tenha a pele negra ou branca, cabelos lisos ou crespos. Com produtos feitos a partir de elementos “naturais”, ela branqueia ou escurece a pele, enrola ou alisa o cabelo. Quadris estreitos ou grandes demais? Seios parcos ou enormes? Na P&B (exemplar 148, p.14, Figura 65) a frase é: “Loiras, altas, baixinhas, magrinhas, musculosas, com plástica, completamente *naturais*...”

Figura 65 – Beleza democrática

**Início de conversa**

**Beleza democrática**



Loiras, almas, baixinhas, magrinhas, inúmeras, com plasticidade, completamente naturais... Para a felicidade geral da ala feminina, os padrões de estética foram por água abaixo. O importante é nos sentirmos bem e valorizarmos a nossa própria beleza. E eu não sou a única que pensa assim! Dividi a opinião com milhares de mulheres e entre elas está a linda atriz Marité Peigbe, que estampa a capa desta edição. Dora de um corpo magro, a moça revela que jamais conseguirá ter curvas iguais às da apresentadora Sabrina Sato, por exemplo. "Tenho de descobrir qual o nosso estilo e saber valorizar o que temos de bom. Aquilo que fica bonito em mim, pode não ficar em outra pessoa", disse a atriz durante os intervalos do nosso ensaio fotográfico.

Justamente por isso que nós da *Plástica & Beleza* sempre colocamos na capa mulheres completamente diferentes unsas das outras - quem não se lembra da Juju Salimeni e sua beleza fit na edição passada? A gente quer cada vez mais difundir esse conceito de que somos todas lindas - com ou sem cirurgia plástica, com ou sem barriga tanquinho. O mais importante é nos olharmos no espelho e nos sentirmos felizes com a imagem refletida. E se algo não agüadar, estamos aqui para mostrar que existem diversas alternativas para solucionar os probleminhas em questão. Mas sem medo, ok!

Beijos,

*Cibele Carbone*  
CIBELE CARBONE, EDITORA-CHEFE

**Siga e gente no Instagram: @plasticabeleza**



Você já está nos seguindo no Instagram? Come lá para acompanhar o dia a dia da redação e os bastidores do universo da beleza

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2016

**REDAÇÃO**

**EDITORIA-CHEFE** CIBEL CARBONE cibelecarbone@editoradebelezas.com.br  
**REPORTER** MARU BONETTO  
**DIRETOR DE ARTE** alinebrant@editoradebelezas.com.br  
**CHIEF DE ARTE** VIVIAN GARCIA  
**DESIGNER** MAURICIO MARQUES  
**FOTOGRAFOS** DANIEL CANONI & WILLINGTON NEMETHI  
**REVISORA** DANIELA SALVANO

**PUBLICIDADE**

**EXECUTIVAS DE CONTAS** LUCIANA REIRE  
**COORDENADORA DE ATENDIMENTO AO ANUNCIANTE** PASQUIA ANDRADE

**ASSINATURAS** 011 3346-1000 assinatura@editoradebelezas.com.br

**INFORMATICA** LUIZERIO DOS SANTOS RIBEIRO

**WEBDESIGNER** ARTHENIA RDM arthenia@rdm.com.br

**DISTRIBUICAO** Group Sist - Distribuidora Nacional De Publicações  
 Rua Frederico Sodré, 100 - Centro - São Paulo - CEP 01020-200  
 Telefone: (11) 2549-3000

**TREATAMENTO DE IMAGEM** KAUFERS/CORD DE IDEIAS

CTR, IMPRESSÃO E ACABAMENTO: Max Gráfica  
 www.plasticabeleza.com.br  
 @plasticabeleza  
 @plasticabeleza  
 @plasticabeleza

**NB** PLÁSTICA & BELEZA - editoradebelezas.com.br  
 Rua Visconde de Mauá, 260 - CEP 04799-000 - Centro - São Paulo - SP - Brasil  
 Fone: (11) 3346-1000 - Fax: (11) 3346-1000 - E-mail: editoradebelezas@editoradebelezas.com.br  
 O conteúdo deste não é destinado a acarretar resultados em espécies algébricas. Os artigos visados, têm como um enunciado inciador de problemas, não refletem necessariamente a opinião da redação. Não é recomendado que seja usado para fins didáticos.

**TIAGEM:**  
 30 MIL EXEMPLARES AUDITADOS  
**ANER** www.aner.org.br

Vemos que não importa o tipo de corpo, de pele, cabelo, etc. O consumidor não deve se preocupar com isso. Tudo depende do padrão de beleza preferido e impingido pelo mercado nesse momento.

Ao criar a demanda, o próprio mercado disponibiliza e vende produtos e intervenções que resolvam a necessidade do consumidor. As órteses, próteses e produtos transformarão seu corpo, deixando-o o mais “natural” possível. Atentamos para o fato de que não negamos os avanços da medicina nem da cirurgia estética, o problema é quando a pessoa perde sua referência (BAUDRILLARD, 1991; GEBAUER; FORMATO, 2004; BAITELLO JUNIOR, 2012), a noção do que é real, submetendo-se às exigências do mercado da beleza.

A ação continuada da mimese leva a um amplo leque de ramificações, relações e consequências, isento de quaisquer apropriações pelo indivíduo. Poroso, sem

controle de si, ele vai vivenciando o mundo, aprendendo, modificando-o e sendo modificado por ele (SCHIAVO, 2014). Não há a individuação total, isenta de influências externas. Gebauer e Formato (2004) também apontam que a mimese relativiza a concepção de individualidade. Não é para menos. Por meio de procedimentos invasivos, de risco, uso de tratamentos, produtos, órteses e próteses que podem causar dano ao organismo, a mulher modifica seu corpo para ficar igual à imagem. Como descrevemos anteriormente, o processo demanda um alto custo, seja ele financeiro, físico, psicológico ou social. Segundo Coghe (2014, p.69):

O corpo atual buscado pelas mulheres brasileiras é um corpo que é símbolo de status, no qual a roupa usada não é nada mais do que um mero acessório. E quanto mais fabricado, “formatado”, “malhado” esse corpo estiver, por menos roupa estará coberto. No Brasil, como constatado, não basta ser magra, a mulher tem que estar disposta a ter um corpo sarado, definido, bronzeado, sensual. Mais do que boa mãe, esposa cuidadosa, profissional competente, a mulher ainda tem que enfrentar o “turno” da academia, da malhação, correndo atrás de um corpo inatingível.

O papel da mulher em nossa sociedade oculta uma necessidade de multifuncionalidade desenvolvida para a sobrevivência da mulher. Tiba compara o homem à cobra, capaz de uma só tarefa, mas ainda, uma cobra que nada mais seria que um dos tentáculos da mulher, a quem ele compara com um polvo.

É típico do comportamento feminino satisfazer as necessidades dos outros antes das próprias. Ao contrário do homem-cobra, que focaliza seu objetivo e ignora todo o resto, a mulher-polvo faz várias coisas ao mesmo tempo e, com seus tentáculos, controla tudo que realiza (TIBA, 2017, p.41).

Alguém que carrega a expectativa de dar conta de tantas tarefas precisa de um corpo à altura. Coghe (2014, p.74) aponta que:

É preciso ter um corpo hiperdemandado, corpo atlético, de alta *performance*, onde cada um deve tirar o máximo de aproveitamento desse corpo. Isso é próprio de uma cultura de alta produtividade (e alto consumo), onde cultuar o corpo demonstra um gerenciamento de si de forma competente.

Observamos que o comportamento descrito como feminino é aquele altruísta e dadivoso, que se encaixa em diferentes papéis. Ou seria socialmente submisso e submetido primeiro às necessidades do outro que as dela própria? Se historicamente o meio social e o cultural a aprisionam na unidade do lar com seus padrões deturpados, ocultos, como aponta Bourdieu (1999), podemos imaginar a significância da mídia no processo, ainda mais com o alcance da P&B. Devido à sua tiragem de 30

mil exemplares por edição, à influência da mídia e à capacidade de divulgação da imagem, aliadas à indústria da beleza e, por que não dizer aos avanços da medicina, dos medicamentos e técnicas cirúrgicas, a revista P&B exerce forte influência no mercado da cirurgia plástica.

Contrera (2010) associa o papel das tecnologias de comunicação, frente às máquinas de comunicação, à “depressão dos sentidos corporais”, onde perde sua propriocepção e se transforma em um corpo sentado-sedado, comatoso, influindo e prejudicando a propriocepção e levando o corpo a buscar a perfeição e eficiência da máquina. E a máquina não morre. Pode ser retificada, ter suas peças trocadas e seu combustível modificado. Numa alusão a isso, temos as reportagens que sugerem os produtos naturais, as dietas milagrosas que prometem pele perfeita, saúde e a perda de quilos e quilos em prazos impossíveis. A não ser que o leitor consuma o que é anunciado na revista. Quando o ideal de perfeição não é conseguido, a culpa recai não sobre exageros da propaganda, mas na imperfeição do corpo.

Os componentes naturais podem ser exemplificados na reportagem “Seleção feminina!” (Exemplar 144, p. 60, Figura 66 e figura 67). Apesar do título, fica claro que a seleção é dos anunciantes, não própria e exclusivamente feitas por mulheres, mas para elas.

Figura 66 – Seleção feminina

An advertisement for 'Seleção feminina' featuring a collection of soaps and skincare products. The products are arranged on a light blue background with some white foam. The items are numbered 1 through 8. 1. Sabonete Vegetal de Macapé, Rocco, R\$ 96. 2. Nudus SPA Sabonete Violeza E Pétala, Natura, R\$ 8,90. 3. Sabonete 'Cereja com Ylang Ylang', Marion, Antigo para Cheir, Nail Club, R\$ 12. 4. Loção de Acondicionador a Flor de Hibisco, Ovon, R\$ 2, 'Cachorro', 5. Sabonete Kérbi Lavoado, L'Occitane, R\$ 19. 6. Creme de Hidratação com extrato de Yerba Mate, 7. Sabonete de Bambu, Lox, R\$ 1,36. 8. Hidratante das Pétalas Tropic de Bambu, Lox, R\$ 1,36. 9. Sabonete Olho de Amatista, Johnson's, R\$ 1. The headline 'Seleção feminina' is at the top, followed by 'Barra limpa!' in large pink letters. A text box on the left says: 'Foi-se o tempo em que o sabonete apenas removia a sujeira. Com ingredientes hidratantes, eles deixam a pele do corpo macia e longe do visual craquelado.'

546 PLÁSTICA E BALEZA

Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

Figura 67 – Juventude em potes

## Juventude em potes

Por Mala Bonetto



1. Liftactiv Retinol HA Advanced, Vichy, R\$ 186. Além de ser adaptada à pele brasileira, sua fórmula tem retinol puro, que reduz as rugas e melhora a textura.

2. Isoderm serum revitalizante facial, Isoderm, R\$ 94. Com ácido hialurônico, cítricos, manjericão, tem ação anti-aging, efeito antirugas e firmeza.

3. Nuxellence Jeunesse, Nuxx, R\$ 298. Seus ativos naturais diminuem, alisam rugas e firmam a pele, devolvem à pele o seu aspecto "priscício" além de proteger e reparar o DNA mitocondrial.

4. Creme Biofloline, Biologique Recherche, R\$ 1250. Com extrato de semente de açaí, de nez e céu de semente de uva prímula a restauração e reconstrução da pele envelhecida.

5. Facial Luminous Cream, Schiavello, R\$ 39. Conta com ação dos radicais livres, mantém a umidade natural da pele e reduz a perda de água da derme.

6. Fluido Hidratante Facial Hydra C, Mezzo Dermocosméticos, R\$ 99. A combinação da vitamina C com ácido hialurônico conferem volume, sustentação, hidratação e elasticidade à pele.

7. Revitalizador facial dia, Provana, R\$ 55. Neutraliza os radicais livres e retém a umidade na superfície da pele, e óleo de amêndoas de uva que tem propriedades nutritivas e emolientes.

8. Biopeeling Sérum Facial, Biomarina, R\$ 129. Estimula a renovação celular, melhora a aparência geral da pele e uniformiza o tom da pele.

9. Super Multi-Corrective Cream, Kiehl's, R\$ 285. A associação do ácido hialurônico, extrato de fava e ácido hialurônico fragmentado reduz rugas, firmas e flacidez, melhora a elasticidade da pele e refina os contornos faciais.

Foto: Divulgação

38 PLÁSTICA &amp; BELEZA

Fonte: Revista Plástica &amp; Beleza, 2015

Prometendo retardar ou mesmo evitar desde o seu ressecamento até o envelhecimento, muitos dos produtos enfatizam em seus rótulos sua origem direta da natureza e a possibilidade de resultados naturais para o corpo feminino, numa busca frenética pela beleza.

Beleza esta que Hillman (1993) aponta como uma necessidade da psique. Na ausência da beleza, a alma sofre. Para a satisfação deste impulso, a psique busca a natureza. No entanto, a ideia de que nem tudo o que é belo é natural e o natural não é obrigatoriamente belo engloba não apenas o mundo físico que conhecemos, incluindo aí a natureza arquetípicamente psicológica, criada e recriada por nossa imaginação. Além disso, a beleza é, na maioria das vezes, produto da mente e, muitas vezes, da própria mão do ser humano.

Uma reportagem da revista *Época*<sup>27</sup> denominada: *A evolução dos “seios da moda”* descreve o que era moda para o corpo das mulheres. O texto está ligado a outros dois que se referem à força<sup>28</sup> das mulheres que se submetem a exercícios em academias e outra sobre seios fartos<sup>29</sup> como uma preferência nacional. Se nos anos 50, os seios não pareciam ser uma preocupação para as mulheres, os grandes entraram em vigor na mídia nos anos 60. Nos anos 70, as mulheres preferiram queimar os sutiãs, buscando a liberdade e um estilo mais “natural”, desde que o seio tivesse a “forma de gota”.

No Brasil, era o momento de Sônia Braga, com Gabriela na TV e Dona Flor e seus dois maridos no cinema: bundão e seios pequenos. O que continuou nos anos 80. Monique Evans era a musa da vez e um bom exemplo. Lá, porém, o implante de silicone já estava fazendo a cabeça das americanas (MENDONÇA, 2010, on-line).

O texto de Martha Mendonça (editora-assistente de *ÉPOCA* no Rio de Janeiro) continua afirmando que nos anos 90, nos Estados Unidos, começou uma fase de seios pequenos em que se globalizou, mais uma vez, a presença da autorreferência da mídia, chegando até os seios pequenos das mulheres *fitness*. A pose das modelos nas imagens também está mais agressiva e forte (Figura 68). O que, de acordo com a repórter, “certamente também diz muito das mulheres”. É verdade no que diz respeito à beleza construída e mimetizada pelas mulheres como “natural”.

---

<sup>27</sup> MENDONÇA, Martha. A evolução dos seios da mulher. **Revista ÉPOCA**. Disponível em: <<http://colunas.revistaepoca.globo.com/mulher7por7/2010/06/13/a-evolucao-dos-seios-da-moda/>>. Acesso em: 20 out.2017.

<sup>28</sup> MARTINS, Ivan; FERNANDES, Nelito; COLAVITTI, Fernanda; BARREIRA, Elizeu; MATEUS, Leopoldo. A Beleza da Força. **Revista ÉPOCA**. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI121559-15228,00-A+BELEZA+DA+FORCA.html>. Acesso em: 20 out.2017.

<sup>29</sup> MENDONÇA, Martha; COLAVITTI; Fernanda. Seios fartos: a nova preferência nacional. **Revista ÉPOCA**. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI64755-15257-2,00-SEIOS+FARTOS+A+NOVA+PREFERENCIA+NACIONAL.html>>. Acesso em: 20 out.2017.

Figura 68 – Ensaio fotográfico



Fonte: Revista Época

Plástica & Beleza também aponta para essa mesma beleza construída, divulgada pela indústria e, por meio da mídia, ao alcance de todas que desejarem. Em nosso *corpus*, embora ocorra, a padronização é suprimida no texto.

Citamos anteriormente a reportagem “Seios em alta”, que descreve que “abusar do decote” é o sonho de “dez entre dez mulheres” (Exemplar 144, p.38-41, Figura 55-56). Por conta dos vários modelos de próteses adaptáveis a qualquer corpo, a paciente obtém um resultado “bastante *natural*”. De forma sutil, o texto alude que cada corpo tem a necessidade de uma prótese. No entanto, existem bilhões de mulheres, mas apenas um número finito de próteses. Logo, a individualização sugerida não é real. É a consolidação de um padrão vigente. Padronizado, o corpo feminino se assemelha ao de uma boneca de plástico, estática, sem vida.

Mais adiante, a publicação reforça que “Como as cirurgias ficaram muito *naturais*, a maioria das pessoas acaba nem percebendo” (p.46, Figura 69). A comparação com as fotos em preto e branco das Facetas Laminadas Ivoclär Vivadent tiradas aparentemente antes da cirurgia mostram uma moça bela, embora bastante diferente da imagem colorida e “natural”.

Figura 69 – Minha plástica



Fonte: Revista Plástica & Beleza, 2015

O brilho “natural” do plástico apaga as características próprias do corpo, e a própria vida, de forma que o corpo da moça se assemelhe ao de uma boneca.

Conforme ressaltamos no início dessa pesquisa, Contrera e Zovin (2014) descrevem a transformação de uma adolescente americana, Dakota Rose, conhecida como Kota Koti e seus tutoriais que ensinam como se transformar em uma boneca Barbie. No texto, relatam a história da boneca usada como modelo. A princípio, Barbie é baseada em uma boneca para adultos, com características sensuais, mas há a

rejeição das mães das pequenas consumidoras. Após uma forte campanha publicitária, se torna brinquedo educativo. Embora continuasse com sua aparência sexy e com seus seios fartos e pernas longas, as meninas queriam alguém para se espelhar. ‘Alguém’, pois a boneca foi retratada como uma pessoa real, viva. Já as mães foram seduzidas pela elegância da Barbie que, com seus vários trajes, poderia modificar o comportamento das meninas, transformando-as em pequenas damas. A boneca passa a ser mais que um brinquedo, passa a ser um conceito e um estilo de vida que as meninas eram chamadas a imitar. Mais uma vez, eis o processo mimético.

Com essa última reflexão, encerramos mais um capítulo dessa dissertação, que teve como principal objetivo analisar as imagens da Revista Plástica & Beleza e levantar questionamentos e apreciações quanto à padronização do corpo da mulher como simulacro de acordo com a vontade do mercado, perpetuando assim a violência simbólica.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No capítulo primeiro, fizemos o levantamento e a análise da revista Plástica & Beleza, que compreendeu um *corpus* de 10 exemplares e seu conteúdo em busca das referências à ideia de naturalidade, representativa de um fenômeno da mídia brasileira e não apenas da revista, que dissemina imagens de corpos perfeitos submetendo as leitoras ao padrão vigente da indústria.

No segundo capítulo, nos ocupamos da análise dos termos *natural*, *natureza*, *naturalidade* e *naturalmente*, constatando a alta incidência destes termos, que apontam para a erupção de um imaginário próprio na revista. Observamos que a palavra *natural* aparece com uma frequência significativa de 120 vezes, nos dez exemplares, utilizada desde a descrição dos resultados como na constituição dos produtos oferecidos. Em seguida, aparecem as palavras *natureza* (16 vezes); *naturalidade* (7 vezes) e *naturalmente* (13 vezes). A incidência dos termos variou de exemplar para exemplar (9,72% a 33,33%), mantendo, no entanto, uma média de 21,40%, o que aponta para o conceito de bacia semântica de Gilbert Durand, baseada na concepção de inconsciente coletivo de Jung, que indica que algo pequeno gerará uma coisa maior que, ao transbordar, emerge e se espalha como em uma inundação, alcançando novos espaços e continuando até chegar ao mar, assim sucessivamente até que torne a gerar novas pequenas coisas e um novo ciclo recomece.

No capítulo terceiro, percebemos que as práticas miméticas promovidas pelos referenciais oferecidos pela revista perpetuam a violência simbólica contra a mulher, especialmente num ambiente de autorreferência midiático.

A pertinência desta pesquisa é complementada quando utilizamos o conceito de autorreferência (CONTRERA, 2010; BAITELLO JR, 2014). A revista Plástica & Beleza tem um peso significativo no mercado da beleza e cirurgia plástica. Tal impacto se dá não apenas por sua tiragem de 30 mil exemplares por edição, associada ao tipo de distribuição em bancas de revistas para o público em geral e para assinantes, entre eles clínicas especializadas de estética e consultórios médicos. Há também uma presença importante da mídia e sua capacidade de divulgação da imagem, que, aliadas à indústria da beleza e aos avanços da medicina, dos medicamentos e técnicas cirúrgicas, leva a revista P&B a exercer forte influência em quem consome essa publicação. Todos esses fatores podem influenciar o consumidor dessa mídia,

principalmente a mulher, a inferir que seu corpo, com suas particularidades, não só não é perfeito, não é ideal, como não é “natural”.

O consumo dos produtos e técnicas anunciados leva à construção do corpo da mulher por meio da mimese, e os conceitos de “natural”, “natureza” e “naturalidade” são utilizados na comunicação da indústria da beleza para consolidar a violência simbólica contra a mulher. O corpo feminino deve seguir um padrão preconcebido e perfeito. Na imagem da revista não há gordura extra, não há envelhecimento nem imperfeição que não possa ser reparado pelos produtos e técnicas anunciados como descobertas terapêuticas. A doença, o envelhecimento e a morte tornam-se não naturais, excrescências e aberrações a serem extirpadas do corpo, como se a ele não pertencessem. O imaginário criado pela mídia sobre o corpo se absolutiza, é a Mediosfera recortando da Noosfera o que interessa à conveniência econômica da indústria do consumo, apresentando-o como legítimo.

Em nosso trabalho, com o respaldo dos referenciais e das sugestões de nosso *corpus*, notamos que a revista P&B anuncia técnicas cirúrgicas e produtos físicos, mas na verdade vende a ideia da beleza eterna e naturalmente perfeita. Algo que só é possível na imagem estática e não viva.

A imagem pode se adaptar a um ideal de perfeição; o corpo vivo não, ele degenera e fenece. No entanto, não a morte, mas o próprio feminino parece consistir em um erro a ser corrigido, e as imperfeições retificadas ou mesmo extirpadas do corpo da mulher (por meio de uma violência simbólica presente e forte) levam-na a disseminar esses valores como se fossem seus e a utilizar seu corpo como um mero suporte da imagem.

Por isso, a mimese é utilizada para conduzir as mulheres a desenvolverem um comportamento em que modificar o corpo se torna “natural”, tornando-o semelhante à imagem, imortal, “perfeito”, mesmo que o processo o mate. O ideal de beleza, nesse sentido, se pautaria por uma imagem de beleza corporal imutável e impermeável às ações do tempo e às vivências. O corpo feminino belo para a revista P&B é um corpo embalsamado.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALVES, Claudenir Modolo. **Sobre a incomunicabilidade humana**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2009.

BAITELLO JUNIOR, Norval. A cultura do ouvir. **Rádio Nova, Constelações da Radiofonia Contemporânea**, v. 3, p. 53-69, 1999.

\_\_\_\_\_. **O olho do furacão**. A cultura da imagem e a crise da visibilidade. Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. CISC. Disponível em: <<http://cisc.org.br/portal/biblioteca/furacao.pdf>>. Acesso em: 20 mar.2018.i. 2010.

\_\_\_\_\_. **O pensamento sentado**. Sobre glúteos, cadeiras e imagens. Rio Grande do Sul: Unisinos. 2012.

\_\_\_\_\_. **A Era da Iconofagia**: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Tradutora Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D"água, 1981.

BARBOSA, Rogério Monteiro. A tríplice concepção de mimese de Paul Ricoeur e a narrativa jurídica. In: **XVII Encontro Preparatório para o Congresso Nacional–CONPEDI**, Bahia. 2008.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1999.

BOURDIEU, Pierre. Novas reflexões sobre a dominação masculina. In: LOPES, Marta; MEYER, Dagmar; WALDOW, Vera (Orgs.). **Gênero e saúde**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. p. 28-40.

COGHE, Carolina. **Do corpo real ao corpo idealizado**. São Paulo: UNIP, 2014. Xxf. Tese de Doutorado- Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2014.

CONTRERA, Malena Segura; BAITELLO JUNIOR, Norval. Na Selva das Imagens – Algumas Contribuições para uma Teoria da Imagem na Esfera das Ciências da Comunicação. **XIII COMPOS**. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/65623/68238>>. Acesso em: 12 out. 2016.

CONTRERA, Malena; ZOVIN, Cristiane. Boneca não fala – o silêncio mimético na sociedade mediática. **REVISTA INTERIN**, v. 18, n. 2, p. 124-136, 2014.

CONTRERA, Malena Segura. Os Monstros da/na mídia. **Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia**. São Paulo, março/2004 n. 05.

\_\_\_\_\_. **Mediosfera**: meios, imaginários e desencantamento do mundo. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Annablume, 2010.

DE VILHENA, Junia; DE VILHENA NOVAES, Joana; ROCHA, Livia. Comendo, comendo e não se satisfazendo: apenas uma questão cirúrgica? Obesidade mórbida e o culto ao corpo na sociedade contemporânea. **Revista mal-estar e Subjetividade**. v. 8, n. 2, 2008.

DEL PRIORE, Mary; DE SÁ FREIRE, Dirce. O corpo feminino e o preço da inclusão na cultura contemporânea. **Mnemosine**, v. 1, n. 1, 2005.

DE PAULA, Thaís Silva Marinheiro; PACÍFICO, Soraya Maria Romano. O discurso da mídia sobre o corpo: sentidos de beleza, estética e saúde. **Trabalhos Completos ALED BRASIL**, v. 2, n. 4, 2016.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

GAGNEBIN, Jeanne-Marie. Do conceito de mímesis no pensamento de Adorno e Benjamin. **Perspectivas**: Revista de Ciências Sociais. v. 16, n. 1, 1993.

GEBAUER, Günter; FORMATO, Christoph Wulf. **Mimese na cultura**: agir social, rituais e jogos, produções estéticas. São Paulo. Annablume, 2004.

GRIGOROWITSCHS, Tamara. Jogo, mimese e infância: o papel do jogar infantil nos processos de construção do self. **Revista Brasileira de Educação**, v. 15, n. 44, 2010.

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

KAMPER, Dietmar. Corpo. **CISC**. Texto apresentado no Seminário Internacional “Imagem e Violência”, promovido pelo Cisc – Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, no Sesc Vila Mariana, em São Paulo, durante os dias 29, 30, 31 de março e 1º de abril de 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher**: permanência e revolução do feminino. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MACÊDO, Terezinha Morgana Alves et al. Corporeidade e Reflexão. **Revista Interfaces**: Saúde, Humanas e Tecnologia, v. 2, n. 6, 2015.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

\_\_\_\_\_. **O homem e a morte**. Lisboa: Publicações Europa-América, 1988, p. 167.

- ROCCO, Agnes de Sousa Arruda; MIKLOS, Jorge. O peso na mídia: estratégias de resistência à gordofobia. **Assibercom**, Lisboa, v. 15, n. 1, p.667-690, nov. 2017.
- ROSIQUE, Marina et al. Estudo comparativo entre técnicas de onfaloplastia. **Revista Brasileira de Cirurgia Plástica**, v. 24, n. 1, p. 47-51, 2001.
- SAYÃO, Deborah Thomé. Corpo, poder e dominação: um diálogo com Michelle Perrot e Pierre Bourdieu. **Perspectiva**. v. 21, n. 1, p. 121-149, 2003
- SANTOS, Silvana Sidney Costa; HAMMERSCHMIDT, Karina Silveira de Almeida. A complexidade e a religação de saberes interdisciplinares: contribuição do pensamento de Edgar Morin. **Rev Bras Enferm**, v. 65, n. 4, p. 561-5, 2012.
- SOUSA, Mariana Ribeiro. **A influência de blogueiras com perfis diferenciados na construção de uma imagem da moda e na decisão de compra de suas leitoras**. 2013. Centro Universitário de Brasília. Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento, 2013.
- SCHIAVO, Sueli Ferreira. Discurso cultural e complexidade em Morin e Contrera. **Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Comuncación Social**. Ed. 89 Jul-Dez 2014. Disponível em: <[http://dialogosfelafacecs.net/wp-content/uploads/2015/89/89\\_Revista\\_Dialogos\\_DISCURSO\\_CULTURAL\\_E\\_COMPLEXIDADE\\_EM\\_MORIN\\_E\\_CONTRERA.pdf](http://dialogosfelafacecs.net/wp-content/uploads/2015/89/89_Revista_Dialogos_DISCURSO_CULTURAL_E_COMPLEXIDADE_EM_MORIN_E_CONTRERA.pdf)>. Acesso em: 20 out.2017.
- TIBA, Içami. **Homem cobra, mulher polvo**. São Paulo. Integrare., 2017.
- WULF, Christoph. Aprendizagem cultural e mimese: jogos, rituais e gestos. **Revista Brasileira de Educação**, v. 21, n. 66, 2016.
- \_\_\_\_\_. **Homo Pictor**: imaginação, ritual e aprendizado mimético no mundo globalizado. São Paulo: Hedra, 2013.