



III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

A BELEZA DO GÊNERO: A CONSTRUÇÃO DO CORPO FEMININO NA MÍDIA

Maria da Luz Rodrigues da Silva
(Graduada, UEPB)
daluz_rodrigues@hotmail.com

Prof. Dr. Azemar Soares dos Santos Júnior
(UFRN)
azemaroares@hotmail.com

Resumo:

O presente trabalho propõe pensar a construção do gênero feminino a partir do corpo e por meio do olhar da medicina e dos discursos midiáticos, partindo dos princípios das relações sociais produzidas no século XX. Período em que o corpo foi estudado por diferentes campos do saber, em que o mesmo foi fixado em territórios da beleza, da saúde, mídia e da identidade moderna. No qual iremos apresentar como foi sendo construído a imagem do sujeito através da moldura do seu corpo. Portanto, vamos estudar o corpo feminino como sendo um instrumento de oficialização de determinados padrões, que se tornou responsável por criar uma imagem corpórea idealizada dentro das normalidades, gerenciando um cuidado mais de si, como também utilizaremos os discursos midiáticos para expor o corpo como recurso visual e comercial. E, para a construção desse discurso utilizo Foucault (1984, 1999 e 2007), Novaes (2011), Sant'anna (2003) e Vigarello (2006).

Palavras chaves: Corpo, mídia e beleza.

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre a História do Corpo vêm crescendo de forma significativa na historiografia mundial, principalmente a partir da década de 1970. Sendo assim, através das análises historiográficas podemos construir uma imagem do corpo feminino, que é diferente dos dias atuais. Principalmente no século XIX, em que o sujeito mulher ainda era mantido em sistemas reguladores que centralizava a mulher como sendo apenas do lar.





III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

Entretanto, o pudor sempre foi presente no cotidiano feminino, por causa dos discursos morais, culturais e religiosos de cada época. No qual preparavam as mulheres apenas para o casamento, como se fossem encontrar nele a verdadeira felicidade, e colocando na figura feminina a responsabilidade do sucesso na vida familiar.

No entanto, o corpo feminino por muito tempo foi restrito a um campo de visualização, que só começou a ser revelado aos poucos no início do século XX. Todavia, podemos perceber, por meio da análise de imagens, que a construção do corpo feminino vem mudando ao longo do tempo e espaço. Reafirmamos que essas mudanças ocorreram principalmente no início do século XX com a colaboração da mídia e da medicina.

Assim, viabilizou um campo maior de visão, pois o que era restrito apenas ao espaço privado do lar ganhou às capas das revistas, propagandas e principalmente nas telas de cinema. Criando um estereótipo do corpo feminino, como símbolo de beleza e sensualidade. Além de contribuir para oficialização de um corpo aparentemente saudável, no qual a medicina vem dar outro olhar para o corpo feminino, e, a mesma possibilitar uma emancipação com a descoberta dos anticoncepcionais²²¹, na qual não se limitando apenas ao espaço vivido, mas rompendo as barreiras que impediam ao contato com o prazer e o desejo.

A sexualidade também será controlada pelo discurso médico, ou melhor, normalizada, na qual o ato sexual será posto a uma nova forma de se fazer, através do sexo seguro, com utilização da “camisinha” e das pílulas anticoncepcionais. Os corpos passaram a assegurar prazer e desejo que eram controlados por esses pequenos instrumentos de controle. Além disso, os meios de comunicação, principalmente o cinema, passaram a apresentar a sexualidade feminina de forma explícita. As propagandas televisivas contribuíram decisivamente para essa mudança. Embora o Estado e a religião repudiassem a prática sexual antes do casamento, assumindo um caráter conservador pautado nos princípios cristãos, em fins dos anos de 1990 passamos a assistir nos

²²¹ A primeira pílula anticoncepcional, Enovid-R, lançada no mercado em 1960, foi descoberta por acaso. Por estranho que possa parecer, interessados em descobrir um caminho para combater a esterilidade feminina, os pesquisadores chegaram a uma fórmula com ação contraceptiva. Esse achado foi de extrema importância para o sucesso da Revolução Sexual, que pôs fim a séculos e séculos de repressão, sobretudo para as mulheres, e alterou padrões de comportamento, visão de mundo e estilo de vida dos dois gêneros.





comerciais expostos na mídia o incentivo ao uso de preservativos, principalmente no período carnavalesco, em que sem tem maior exposição do desejo e do prazer, corpos compulsivos atraídos por outros corpos, mas sempre dentro de um sistema regulador.

O GRITO DO CORPO

Foi no período entre guerras²²² que a mulher deu os primeiros gritos de liberdade, não apenas na forma de vestir, de se expressar, mas, mudou a própria rotina do lar, mostrando para os homens que elas também poderiam trabalhar, dirigir automóveis, não abandonando a feminilidade. Naquele momento, tinha início o rompimento com a ideia de que o papel da mulher restringia-se ao lar. Os anúncios apresentavam mulheres independentes, lindas, esbeltas, vigorosas. Os vestidos longos cediam lugar à calça. Essas peças de roupa não eram tão justas como nos dias atuais, apenas com o passar do tempo elas foram se ajustando ao corpo feminino, como também encurtaram as barras dos vestidos. Esses serviam não apenas para encobrir o corpo, mas para moldar, sensualizar, com decotes mais amostra, curvas acentuadas, silhuetas definidas, corpos esqueléticos, limpos e sensuais.

A imagem retorna insistente, nos tratados de beleza dos anos 1930: A silhueta esbelta e expositiva, os membros finos e musculosos sem gordura parasitária e o porte enérgico e aberto: ai hoje o ideal da beleza feminina'. A 'beleza', insiste Chanel, desde 1930, 'não é a dengue'. (VIGARELLO, 2006, p. 150).

²²² Entre guerras é a denominação dada ao período que se estende do fim da primeira guerra mundial, em 11 de novembro de 1918, até o início da segunda guerra mundial, em 1 de setembro de 1939. O período foi marcado pela crise da Grande Depressão, associada a graves tensões políticas, culminando com a ascensão dos regimes totalitários em alguns países europeus, mas sendo assim esse período ocorreu também no resto do mundo. Na Alemanha e na Itália, surgiram o nazismo e o fascismo, respectivamente.





III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

O imaginário feminino, dono de um padrão corpóreo de beleza foi exposto a partir das imagens que sugeria uma nova mulher: independente, que burlava as normas tradicionais, que buscava no corpo a sua emancipação. Mas, a exibição desse corpo em um espaço de representações no campo científico como midiático - cinema, televisão, revistas, etc. - se deu a partir de 1930 principalmente após a grande guerra (1939 - 1945), em que o mesmo pode ser visto em um espaço de lazer como na praia, podendo assim expor esse corpo desnudo apresentando um bronzeado que na época faria parte dos símbolos que normalizaria mais tarde esses corpos como sendo belo e saudável. E inicia-se agora a procura pelo corpo perfeito, na qual surge na década de 1930 à cirurgia estética, e principalmente as mulheres aderem a essa prática, que vai ganhando espaço no século XX e perpassa para o século XXI.

No entanto, nos deparamos com a possibilidade de realizar uma breve retrospectiva histórica, considerando-se, por exemplo, a mulher da década de 1930, a qual deveria ser magra, bronzeada e esportiva. O visual sofisticado das atrizes influenciavam muitas mulheres dessa época. Em 1940, as mulheres ainda continuam com um modelo de padrão magro, todavia, na mesma década aumenta a influência norte americana junto aos meios de comunicação (cinema, rádio e a imprensa). Após a década de 1940 cresceu a mão de obra feminina no mercado de trabalho.

Na década de 1950, as mulheres almejavam o glamour. Preocupavam-se com sua beleza esteticamente falando, adentrando ao mundo da moda, via no seu imaginário o ideal de casamento perfeito, elas estudavam disciplinas que auxiliava nos fazeres do lar (pintar, bordar, costurar, serviços básicos domésticos e a cozinhar) para serem boas esposas para seus maridos. Nos anos de 1960, elas brigaram para serem independentes na sociedade, no entanto, elas nunca foram totalmente livres do contexto de regras que as controla socialmente, sendo vigiados até o seu comportamento diante da sociedade, a mulher ainda era refém, na qual as cobranças passaram a ser maiores do que na década de 1950, além de prestarem conta ao pai e ao marido, agora tinham à sociedade como sendo responsável pela elaboração/manutenção dessas orientações.





III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

E 1970, como nos fala Joana Novaes (2011), há reivindicações pela autocracia corporal a partir dos movimentos feministas²²³ a favor do aborto, fez com que o corpo fosse ‘investido como direito das minorias e um desejo de liberdade, tornando-o o lugar de soberania escolhida’.

Dentro dessa lógica, o traço corporal traduz a independência do indivíduo em relação ao social, ao mesmo tempo a vontade de dispor de seu corpo como bem entender e de afirmá-lo como uma identidade escolhida. Isso é acompanhado de outra característica: o fato de que o sujeito moderno vive na civilização do instantâneo (NOVAES, 2011, p. 483).

Nos anos 1980, percebemos que a padronização do corpo volta no cenário social, e à cobrança por hábitos saudáveis, faziam com que as mulheres se laçassem a busca por uma padronização estética influenciada pela mídia. E por fim nos anos 1990, a exposição maior da mulher na mídia em geral, os corpos femininos começaram a estampar as revistas principalmente às direcionadas ao alvo masculino.

Portanto, como podemos perceber a figura feminina ganha grande destaque no século XX, e o seu corpo se torna alvo principalmente do discurso do corpo perfeito e sadio da sociedade, em que será influenciado pelo movimento geral de uma sociedade que almeja ser padronizada, na qual a mesma produz seus efeitos ao mesmo tempo sobre as representações e sobre as praticas dos corpos assim reunidos e redistribuídos no seu meio social.

SÓ É FEIO QUEM QUER!

²²³ Feminismo deve ser entendido como um conjunto de teorias que, segundo as feministas e intelectuais, dividiram a história do movimento em três momentos: o primeiro refere-se fundamentalmente à conquista do sufrágio feminino, movimentos do século XIX e início do XX preocupados principalmente com o direito da mulher ao voto. O segundo grande movimento diz respeito às ideias e ações associadas com os movimentos de liberação feminina iniciados na segunda metade da década de 1960, que lutaram pela igualdade jurídica e social das mulheres. O terceiro grande momento, tendo iniciado na década de 1990, pode ser considerado uma continuação e uma reação às falhas do segundo movimento. *Para melhor compreensão pesquisar no site: <http://brasilescola.uol.com.br/sociologia/feminismo-que-e.htm>*





III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

Durante todo o vigésimo século, a medicina tratou de buscar a cura para a fealdade. Surgiram os remédios milagrosos, pós compactos, cremes importados, maquiagem revitalizadora. A guerra agora era contra a feiura²²⁴. É possível encontrar nos anúncios da época pomada para afinar a cintura, para deixar a pele clara e tirar pêlos, tintura para cabelos, dentre outros.

No contexto de uma sociedade em que o lugar do médico é fundamental para organização moral e social das famílias de elite, a falta de beleza, traduzida em termos de doença, merece o exame médico e o tratamento com remédios. Tendências que confirma a importância da medicina e dos remédios na vida cotidiana. Mas, ao mesmo tempo, ela revela que o domínio da cosmetologia não possui ainda suas próprias prescrições. Submissos aos conselhos médicos e às proposições farmacêuticas, os produtos e métodos de beleza daqueles tempos não têm autonomia e a complexidade que atualmente lhes são atribuídas (SANT'ANNA, 2005, p. 123).

Como podemos observar, a partir da do fragmento supracitado, sobre a feiura colocada como doença, e como sendo de doença a cura, e sugere um cuidado não apenas da beleza, mas do corpo, é, ele que vai sofrer modificações para se tornar belo, muitas vezes com uma beleza um pouco distorcida. E a mídia utilizará de tal doença para propagar os remédios milagrosos, contrariando os discursos moral que influenciava a vida cotidiana no início do século XX.

E a partir da divulgação da mídia, pode-se criar um novo discurso sobre a beleza, principalmente nos fins dos anos de 1950, pois, agora 'só é feia quem quer'. No qual, o problema de ser feia ou não recai apenas sobre você, caso recusar-se ao embelezamento nota-se uma negligência apenas sua e que deve ser combatida, pois, algo está errado em você, então, procure uma assistência médica. Mas o que podemos notar nesse período foi que houve ampliação do mercado de produtos de perfumes e cosméticos em geral, principalmente aos produtos ligados ao conforto e aos cuidados corporais.

²²⁴ O termo feiura tem sua raiz no latim *foeditas* e quer dizer, simultaneamente, sujeira e vergonha. No francês, a palavra *laid* é uma derivação do verbo *laedere* e significa ferir. Já no alemão, o termo utilizado para designar feiura é *hässlichkeit*, derivado da palavra *hass*, que quer dizer ódio. E finalmente, em japonês, a palavra feio, *miniku*, que significa "difícil de ver". Para melhor compreensão ver *Beleza e feiura: corpo feminino e regulação social*. Psicanalista Joana de Vilhena Novaes.





III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

O corpo feminino irá entrar nesse mercado não apenas como consumidora dos produtos, mas, ele estampará as carpas de revistas, comerciais de TV e também no próprio cinema que desde 1940 já trazia a imagem feminina fazendo a publicidade de cosméticos, como por exemplo: os xampus (*shampoos*) e sabonetes, que passava através da sua propaganda, a mulher na sua intimidade criando uma relação de prazer de está consigo mesma, sugerindo aos consumidores que façam o mesmo. E, em 1960, a imagem do corpo feminino se torna mais expressiva, ligando o banho ao prazer e a sua própria sexualidade não como uma forma punitiva, mas, a possibilidade de conhecer o seu próprio corpo e o prazer de cuidar de si mesma.

O corpo parece se transformar no único guia e na principal finalidade do processo embelezador. Embelezar-se é necessário não somente para garantir um bom casamento, mas para cultivar “o prazer de se curtir”. Diante da imagem das novas modelos de beleza desta época, descontraídas, magras e flexíveis, as modelos do passado ganham uma fisionomia rígida, pesada e artificial. SANT’ANNA (2005, p.136)

Mas, esse corpo não somente exposto pelas propagandas de cosméticos, ele vai emergir para outros produtos de mercado, alimentos, eletrodomésticos, e, para agradar ao público masculino, ele será bastante utilizado nas propagandas de cervejas, como também nas revistas endereçadas ao público exclusivo masculino, principalmente no final do século XX.

Nos anos de 1990, podemos perceber uma exposição maior do corpo feminino, apesar dessa exposição não ser um fenômeno recente, mas que a partir dessa década o corpo feminino como a sua sexualidade foi colocada no cenário midiático de forma vulgar e por que não falar machista? Pois, há um uso desproporcional do corpo feminino, se for comparar como é mostrado o corpo masculino na mesma linha de publicidade percebemos a exposição apenas do corpo feminino além, da exaltação a sua sensualidade que na maioria das propagandas, ela tem que se mostrar sensual. No entanto, esse mesmo corpo para ser visualizado, precisa está dentro dos padrões estabelecidos pela sociedade, vale ressaltar que essa padronização só aconteceu a partir dos discursos médicos e midiáticos que oficializaram esse padrão corpóreo.





III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

Portanto, o reforço dado pela mídia em mostrar corpos considerados atraentes, faz com que uma parte de nossa sociedade se lance na busca de uma aparência física idealizada e personificada por determinados modelos ou atrizes. Com isso, torna-se historicamente instigante estudar a imagem e o uso do corpo feminino na propaganda veiculada pela mídia nacional. “O corpo é visto como um capital, tal qual as revistas informam, precisa ser investido e trabalhado para ser valorizado e possuir condições competitividade” (NOVAIS, 2011, p. 485).

Podemos perceber com essa citação que há uma necessidade de investir no corpo para que haja uma valorização de si mesmo, pois o mesmo se tornou um objeto de consumo do capitalismo atual, você passa a servir ao seu corpo e não a servir-se dele. Ligando as condições sociais ao embelezamento, pois, você precisa ter certo capital para que possa comprar o ideal de beleza.

Os sujeitos anseiam por um corpo desenhado nas academias de ginásticas ou modelados nas clínicas estéticas particulares, os próprios discursos médicos atestam o bem que faz o cuidado de si, mas que esses cuidados não se tornem obsessões. Podemos notar que as primeiras práticas de cirurgia plásticas iniciaram em 1890 em pleno século XIX. Tirando um pouco de foco os cuidados com a saúde, a preocupação com as doenças, mas priorizando agora a beleza como símbolo de corpo saudável.

Entretanto, é na mídia que vai concretizar-se essa visualização, como sendo um meio de comunicação que atinge não apenas as camadas intelectuais, como também as camadas populares, fez com que o corpo feminino fosse exposto, e sendo alvo de várias críticas por essa exposição.

Considerações finais

Portanto, o corpo feminino desde o século XX era visto como um produto, e por isso pode ser comercializado, e dar lucro, para alguns ramos e principalmente para aqueles empreendedores que investe em produtos direcionados a necessidade e ao gosto e muitas vezes a “futilidade” feminina, que procura corpo das modelos ou atrizes, como padrão corporal para si. A propaganda utiliza dessa imagem idealizada para reforçar o discurso de





III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

que para ser bela, a mulher tem que ser alta, magra, corpo sarado e seios fartos e bumbum grande. No qual, vivemos em um tempo em que o corpo malhado, pernas definidas, cintura fina e barriga sarada valem mais que mil palavras. O corpo belo, saudável supõe a uma beleza comparada, e essencial para a vida social e cultural de alguém, está dentro de um padrão corpóreo é sinal que você é aparentemente uma pessoa que possui beleza, que se cuida, e procuram mantê-las através dos recursos que são oferecidos todos os dias nas revistas, propagandas de cosméticos, na mídia em geral, mostrando as facilidades que se têm para ficar bonita.

É por isso que vemos academias cheias de homens e mulheres buscando uma imagem melhor de si, uma procura quase irreal, quase absurda, causando nos próprios sujeitos obsessões pela perfeição idealizada. Todavia, o corpo agora perpassa por procedimentos que normalizam através de uma alta valorização desses corpos, mais que não viabiliza ainda aqueles corpos que são considerados anormais pela cultura corpórea.

Comungamos com Novaes (2011, p. 494) ao afirmar que não é à toa, que muitas mulheres trataram seu corpo com profunda tirania, privando-o de alimentos, mortificando-o em inúmeras cirurgias ou submetendo-o a exercícios físicos torturantes. Significativamente, o verbo é malhar – como se faz com o ferro. Não é sem razão que a expressão é utilizada nas academias de ginásticas na tentativa de adquirir a estética desejada. Tais técnicas, apreendidas inicialmente como uma disciplina, com o passar do tempo são incorporadas ao cotidiano do sujeito e, sem que este perceba, acaba por reproduzi-las, sem que haja uma dimensão crítica ou reflexiva sobre tais atividades/comportamentos.

Enfim, durante o século XX podemos perceber que o discurso do corpo evoluiu de acordo com a modernização dos produtos, a sua própria modelagem seguiu evoluindo, pois, antes para ter um corpo perfeito precisava ter um corpo carnudo, hoje para fazer parte desse padrão de beleza tem que ser magra, alta, e preferível ser loira, há e ter silicone. É nos mostrado essa beleza apresentada pela mídia, como algo natural próprio do ser, ou melhor, do ser mulher, a mídia se organiza em cima desse contexto em que a mulher como a única detentora de uma beleza e sensualidade, e muitas vezes exposta de forma desordenada, vulgarizada pelas mídias.





Referências Bibliográficas

FORTES, Lore. Clínica da Saúde e Biopolítica. In: **Cartografias de Foucault**. Durval Muniz de Albuquerque Junior (orgs.) et all. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2008.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade**. O cuidado de si. 9ª ed. Tradução Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007.

_____. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

_____. **Vigiar e Punir: Nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1999.

MÄDER, Maria Paula Mansur. **Metamorfoses figurativas**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens). Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2003.

MOULIN, Anne Marie. O corpo diante da medicina. In: CONBIN, Alain; COUTRINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, George (orgs). **História do corpo: as mutações do olhar**. O século XX. Petrópolis: Vozes, 2008.

NOVAES, Joana de Vilbema. Beleza ou Feiúra: corpo feminino e regulação social. In: PRIORE, Mary Del; AMANTINO, Márcia (Orgs.). **História do corpo no Brasil**. São Paulo: Unesp, 2011.

ORY, Pascal. O corpo ordinário. In: CONBIN, Alain; COUTRINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, George (orgs). **História do corpo: as mutações do olhar**. O século XX. Petrópolis: Vozes, 2008.

RUSSO, Renata. **Imagem corporal: construção através da cultura do belo**. Espírito Santo de Pinhal: Movimento e Percepção, 2005.

SANT'ANNA, Denize Bernuzzi. **É possível realizar uma história do corpo?** In: Corpo e História. Carmem Soares (org). São Paulo: Editora Autores Associados, 2003.

_____. **Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais**. 2ª Ed. Tradução Mariluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

SANTAELLA, Lucia. O Corpo nas Mídias. In: **Corpo e Comunicação: Sintoma da Cultura**. São Paulo: Paulus Editora, 2004.

SCHETTINI, Cristiana. O que não se vê: corpos femininos nas páginas de um jornal malicioso. In: PRIORE, Mary Del; AMANTINO, Márcia (Orgs.). **História do corpo no Brasil**. São Paulo: Unesp, 2011.





III SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA

SHAW, Inês Senna. O corpo na propaganda. In: LYRA, Bernadette; SANTANA, Gilson (Orgs). **Corpo e Mídia**. São Paulo: Arte e Ciência, 2006.

SOHN, Anne-Marie. O corpo sexuado. In: CONBIN, Alain; COUTRINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, George (orgs.). **História do Corpo**: as mutações do olhar. O século XX. Petrópolis: Vozes, 2008.

Fontes

<http://brasilecola.uol.com.br/sociologia/feminismo-que-e.htm>

<https://drauziovarella.com.br/mulher-2/pilula-anticoncepcionais>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Per%C3%ADodo_entreguerras

