
A MÍDIA E AS PRÁTICAS DE EMBELEZAMENTO FEMININO

Rebeca Botolo Rocha/UEPB/Pibic
Orientadora: Profa. Dra. Edna Maria Nóbrega Araújo
rebeca.botolo18@hotmail.com

Em 1987 a *Corpo a Corpo* estreava como um guia de qualidade de vida. Com o slogan *Qualidade de vida para gente atenta*, enfocando principalmente temas como ecologia, vida saudável etc. “A preocupação com as agressões ao meio ambiente e a poluição, e como esses problemas afetavam a vida das pessoas, levou nossas primeiras páginas a abordar matérias sobre ecologia, saúde, alimentação, comportamento, educação e tendência para o leitor viver melhor”.

Esse apelo à qualidade de vida encontra-se conectado com o contexto histórico dos anos 1980, voltados ao mundo zen, já era o auge do movimento new age. (CASTRO, 2007)

A edição número sete, do segundo ano de publicação, trazia a primeira atriz famosa na capa. Lucélia Santos, guerreira ecológica, marcando o início de *Corpo a Corpo* como revista mensal. O modelo gráfico de capa permaneceu até a edição número 11. Em dezembro de 89, o logotipo *Corpo a Corpo* passou a ser escrito com letras maiores, com o slogan a Revista da qualidade de vida, enfocando temas como qualidade de vida, saúde, alimentação e comportamento, introduzindo novas temáticas: beleza e sexo. (CASTRO, 2007, p. 54).

No ano seguinte, passou a ser uma revista com o mesmo conceito, que permaneceu por alguns anos até se tornar uma publicação focada em beleza.

Vejamos alguns momentos de mudança em sua trajetória:

1988 a 90 Nas edições iniciais se falava em esportes de aventura como uma maneira de se aumentar o contato com a natureza. E musculação era a modalidade que prometia ser a coqueluche dos anos 90. **1991 a 92** Nessa época, a *Corpo a Corpo* se tornava mais abrangente e, além de qualidade de vida, abordava temas de beleza e atividade física. No começo dos anos 90, o lema era 'saúde é o que interessa' e o foco estava em curtir a vida de um jeito leve. Como cuidar da aparência fazia parte do prazer de viver, destacavam-se as modernas armas antienvelhecimento. **1992 a 94** O modismo dos cabelos ondulados, que virou febre nos anos 60, voltava aos 90 fazendo a mulherada investir nos bobes e afins. Mais: os tratamentos com ácidos retinóico e glicólico contra rugas e manchas e o anúncio da chegada do medicamento via oral Acutane para o combate da acne. Em 94 a musculação estava em alta com novos aparelhos.

1994 a 95 Os cachos ainda apareciam com tudo, com permanentes ultramodernas e técnicas de relaxamento para ter um volume na medida certa. O sucesso nas academias eram aeróbica em ritmo latino (a tradicional estava out), step, hidroginástica, musculação, localizada e alongamento. Surgiam as pílulas da juventude baseadas na medicina ortomolecular.

1995 a 96 Nos Estados Unidos, questionava-se o desenvolvimento do câncer por causa dos implantes de silicone em gel nos seios. A partir daí, só eram permitidos os enchimentos com soro fisiológico. A polêmica chegou ao Brasil e a cirurgia não era tão freqüente. Por aqui aterrissavam mais lasers, peelings e máquinas anti-rugas e a medicina estética se difundia.

1996 A tendência do personalizado invadia o fitness e os personal trainers passaram a ser artigos de necessidade. Na beleza, os dermatologistas ganhavam fama pelos peelings feitos nos consultórios. (Informações do Vice-Presidente da Editora Símbolo, Roberto Melo)

De acordo com o exposto, podemos observar que as mudanças ocorridas no tema ou no enfoque do tema encontram-se relacionado ao que estava em evidência na sociedade. Uma vez que determinada prática de embelezamento estava em moda à revista passava a ressaltar em suas páginas.

Em janeiro de 1995, a revista passa por mais uma transformação gráfica: o nome é escrito a fim de se visualizar melhor a palavra corpo. O slogan passa a ser beleza, dieta, moda, ginástica, saúde. O perfil está mais próximo do atual, com reportagens mais voltadas à beleza em geral (cortes de cabelo, dietas, ginástica, saúde, alimentação, moda), mas ainda confunde bastante, em suas páginas, as temáticas beleza e saúde. (CASTRO, 2007, p. 55).

As mudanças que acontecem estão cada vez mais próximas das questões do corpo e da beleza. Por exemplo, a edição de aniversário, em novembro de 1995, traz Xuxa na capa. “Xuxa é demais: ensina a ginástica que mantém seu corpo perfeito. Em abril de 1997, a revista de número 100 teve como capa Adriana Galisteu e também nesse número mudou o slogan: *a revista de beleza da mulher*. “Em julho de 1997 ocorreu mais uma mudança do slogan: *a revista da beleza*, e o logotipo, destacavam a palavra corpo, e a outra palavra corpo era escrita com letras bem menores na vertical.” (CASTRO, 2007, p. 55).

A partir das últimas décadas dos anos 1990, a *Corpo a Corpo*, passa a ser definida como uma revista de beleza.

Beleza é entendida não somente como um corpo esbelto ou malhado, mas como a harmonia do conjunto. Uma pessoa mais cheinha pode ser harmônica, bonita e feliz, pode estar bem consigo mesma. *Corpo a Corpo* busca, então, construir um conceito de beleza mais relacionado com suas origens: colocando a qualidade de vida como central. (CASTRO, 2007, p. 56).

Na maioria das revistas, geralmente, a capa é uma celebridade: atriz, modelo, ou mulheres que estejam na mídia. Elas não apenas exibem seus corpos dentro do padrão de beleza, como diz as dicas de suas dietas para que outras mulheres sigam. A característica dela é colocar depoimentos de atrizes famosas para que as leitoras se sintam da mesma maneira que elas, e que é possível encontrar a solução, até porque os depoimentos é uma forma de mostrar que tem sim, resultados positivos e que todas podem realizar também ser belas.

Na revista existe também a opinião de profissionais como nutricionistas, médicos, educadores físicos, entre outros profissionais, que procuram mostrar as facilidades de perder peso, de adquirir um corpo magro, com slogans: “Adeus celulite”, “Reduza medidas com saúde”, “Barriga chapada sim, você pode”, etc. São palavras que facilmente conquistam o público feminino.

Em algumas revistas encontrei depoimentos de pessoas que estavam “à beira da loucura”, que precisava encontrar alguma solução, é claro que a solução encontrada foi através das dietas elaborada pela revista.

Foi por conta do preconceito contra o obeso e da não aceitação pessoal que Cláudia Mesonero, do Rio Grande do Sul, técnica em mecânica, 30 anos, resolveu acabar com 53 kg extras que estavam atrapalhando a vida dela. "Eu me sentia balofa, uma baleia. Tinha vergonha de sair na rua porque todos ficavam abismados com o meu tamanho. "Eles me chamavam de a gorda do Nenê, que é o apelido do meu marido", relembra. Como ela precisava vencer muitos quilos, achava que seu caso só seria resolvido com a cirurgia de redução do estômago. "Mas como tenho medo de internação e cortes, resolvi tentar a forma tradicional. Optei por fazer minha própria dieta com o que conhecia sobre o assunto", informa. Cláudia aboliu pão, arroz, massas, carne vermelha, doces e frituras. "Comia só peixe ou frango e salada. Encarava de três a quatro pratos de folhas e legumes todo dia. Às vezes regava com um caldinho de feijão ", diz. Seguindo esta receita à risca e fugindo das tentações, ela exterminou 15 kg em um mês. Em dez meses pulou dos 110 kg para os 57 kg. "As pessoas não me reconheciam na rua e queriam ver a cicatriz. Pensavam que havia feito cirurgia porque tinham convicção de que só um milagre me emagreceria tanto, sem medidas drásticas", fala. Cláudia atribui o sucesso do seu regime à ausência de radicalismo. "Durante a semana era rígida com a dieta, porém, nos fins de semana, esquecia. Se sentisse vontade de comer uma pizza eu comia", brinca. E ela até devorava um doce bem açucarado de sobremesa, sem pensar na quantidade de calorias. (Corpo a Corpo. 05/02/2007).

Depoimentos como estes são comuns nas revistas. As mulheres falam dos seus sofrimentos e das suas conquistas após perderem peso. É como se a felicidade estivesse relacionada a ter um corpo esbelto.

Quando atribuímos valores ao belo, atribuímos valores também à feiúra, e se compararmos uma com a outra, o feio também ganha um destaque na sociedade, mas esse adjetivo não é bem vindo no padrão de beleza. Até porque a feiúra não faz parte da beleza de muitas mulheres e principalmente da mídia. Este trabalho também destaca a importância de estudar as atitudes em relação à feiúra, quer seja ver-se feia ou atribuir feiúra ao outro, revelam maneiras de lidar com o corpo até então evidenciadas. A feiúra é, atualmente, uma das mais presentes formas de exclusão feminina, e como tal, uma importante forma de agenciamento de subjetividade. Tomando a gordura umas das atribuições mais representativas de feiúra na cultura atual, apontamos para os processos de exclusão vividos por aquelas que nela se enquadram.

Como minha pesquisa utiliza a linha da beleza, buscamos demonstrar como a imagem da mulher e a construção da identidade feminina está fortemente associada à beleza, destacamos alguns dos qualitativos morais e estereótipos depreciativos mais comumente observados. Paralelamente, enfatizamos o novo paradigma cultural da contemporaneidade - o dever moral de ser bela como um adicional aos padrões estéticos de beleza que sempre existiram ao longo da história. Tomando a obrigação moral de ser bela como parâmetro, ilustramos este trabalho como já citado acima com vinhetas colhidas de pesquisas realizadas sobre práticas corporais (malhação, cirurgias plásticas e dietas) que consideramos mais representativas e/ou radicais na tentativa de evitar o desvios dos padrões de beleza socialmente estabelecidos.

O que significa, para uma mulher, ser feia nos tempos atuais? Qual o preço pago, os sacrifícios impostos e os sofrimentos vividos? As quais práticas se submetem para escapar do “intolerável da feiúra”? Sabemos que, historicamente, a imagem da mulher se justapõe com a de beleza e, como segundo corolário, a de saúde (fertilidade) e juventude.

De acordo com Edna Araújo (2009, p. 71), “os depoimentos divulgados pelas revistas fazem as mulheres observarem que não são as únicas fora do peso e possivelmente sentem-se seduzidas e encorajadas a seguir as mudanças dietéticas e de padrão de vida, proposto nas revistas.”

REFERÊNCIA

ARAÚJO, Edna Maria Nóbrega. **“ESPELHO MEU, AGORA A MAIS BELA SOU EU”:**
CARTOGRAFIAS DA HISTÓRIA DA BELEZA NO BRASIL. 2009.

COURTINE, Jean-Jacques. **História do Corpo:** As mutações do olhar. O século XX. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

DEL PRIORE, Mary. **História do Cotidiano.** São Paulo: Contexto, 2001.

DEL PRIORE, Mary (Org). **História das mulheres no Brasil.** 8ed. São Paulo: Contexto, 2006.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a Mulher.** Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000.

ECO, Umberto. **História da Beleza.** Rio de Janeiro: Record, 2004.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder.** 8 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir.** 7 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1987.

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

SANT’AANA, Denise B de. (org). **Políticas do Corpo.** São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza:** o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

<http://corpoacorpo.uol.com.br>