
A REVISTA VEJA E A DIVULGAÇÃO DO CORPO BELO NO FINAL DO SÉCULO XX

Bárbara Bezerra Siqueira

UEPB

barbara_bezerra87@hotmail.com

Orientadora Professora Dra. Edna Maria Nóbrega Araújo

UEPB

edna.n@terra.com.br

A cada dia que passa notamos o crescimento da busca pelo “corpo perfeito”, imagem essa que vem sendo imposta pelos meios midiáticos, sejam em propagandas, jornais, novelas e revistas femininas, a exemplo das revistas *Corpo a Corpo*, *Boa Forma* e a revista *Veja*, que apesar de não estar voltada ao tema traz com frequência artigos abordando a temática do corpo, sempre relacionando a tríade: saúde, beleza, juventude.

A mídia começa a influenciar na opinião das pessoas a partir da década de 1920, com o surgimento do cinema, momento em que as estrelas passam a ditar o padrão de beleza a ser seguido pelas mulheres, que desejassem ser tidas como belas. É nesse momento que a mídia começa a mostrar sua força de imposição de conceitos, e que gradativamente se ampliou ao longo dos anos.

O culto ao corpo belo, jovem e saudável não é um fenômeno novo. No entanto, de acordo com a nossa pesquisa, percebemos que essa discussão encontra-se mais presente na mídia de um modo geral a partir dos anos de 1990 “quando os cuidados com o corpo deixaram de ser uma experiência provisória relacionada com determinadas idades ou épocas da vida. Tornaram-se um direito e um dever incontestáveis”. (SANT’ANNA, 2007, p.11). Afinal, o que tem levado a essa busca desenfreada pelo corpo perfeito? Pelo corpo saudável e jovem? Por que a corporeidade vem ocupando lugar de destaque na sociedade contemporânea?

O culto ao corpo está sendo entendido aqui como um tipo de relação das mulheres com seus corpos tendo como preocupação básica o seu modelamento, a fim de

aproximá-lo do padrão tido como belo e saudável. Nesse sentido, a busca pelo corpo perfeito envolve o aumento do consumo de cosméticos, de serviços estéticos, do número de cirurgias plásticas, além, das dietas e da realização de atividades físicas.

A REVISTA VEJA

Como foi dito anteriormente, para tentar entender esse feito buscamos analisar os conceitos de corpo e beleza presentes na revista *Veja* nos anos 1990 – 2000. A revista *Veja* é uma publicação semanal de grande circulação nacional. E embora não seja uma revista feminina a mesma divulga muitas reportagens sobre a busca de um corpo tido como ideal para as mulheres de diferentes idades.

Para a nossa pesquisa estamos analisando as revistas publicadas entre os anos de 1990 até o ano 2000. Escolhemos aquelas com capa que contemplam de alguma forma o tema corpo e/ou beleza feminina, como também aquelas que trazem alguma reportagem no interior da revista voltada ao assunto.

Notamos que durante todos os períodos do ano aparecem reportagens sobre a temática, algumas de destaque de capa outras como assunto secundário, mas ao aproximar-se o verão as reportagens e propagandas que apresentam dicas sobre as diferentes formas de manter ou construir um corpo belo começam a ser mais frequentes na revista.

No ano de 1990, dentre as publicações sobre corpo algumas delas apresentam pessoas famosas na capa, a exemplo de Claudia Raia na edição 1125 e Madonna na edição 1134, ambas, destacam o que as artistas fazem para manterem-se belas e saudáveis, quais os exercícios praticados, as dietas e as soluções de belezas que as ajudam a se manter belas. Nestas duas edições, a revista apresenta mulheres cuja aparência é admirada por muitas outras mulheres. E se elas “ensinarem” seus truques de beleza, quantas mulheres não vão querer copiar? Ou seja, podemos perceber as estrelas influenciando os padrões de beleza através da revista.

Já na edição 1140 – *Em busca da juventude* – a princípio, ao observar a capa, podemos imaginar que se trata de uma reportagem sobre saúde, porém com a leitura da reportagem fica clara a intenção do repórter de falar dos temas corpo e beleza. Nesse

sentido, a reportagem mostra como cuidar do corpo para manter-se jovem, saudável e belo. É a busca da beleza por meio do cuidado de si, do cuidado com o bem-estar.

Essa relação corpo belo associado à saúde e juventude, foi muito difundida com o discurso médico, pois são eles os responsáveis por divulgar tudo aquilo que deve ser feito para prolongar a vida. Um dos fortes motivos dessa busca desenfreada pela perfeição estética é o medo da velhice, ser velho é ser feio, é estar fora dos padrões aceitáveis, é preciso ser jovem, parecer jovem e sentir-se jovem. Mas como apagar as marcas do tempo?

Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nosso corpo, da desgraça da rejeição social. Nosso tormento não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho. "Libere-se", contrariamente ao que queriam as feministas, tornou-se sinônimo de lutar, centímetro por centímetro, contra a decrepitude fatal. Decrepitude, agora, culpada, pois o prestígio exagerado da juventude tornou a velhice vergonhosa. (DEL PRIORE, 2001, p.11)

Muitas são as edições que tratam dessa questão do cuidado com a velhice como é o caso da revista *Veja* de edição 1406 de 23 de agosto de 1995 – *A construção da beleza* – esta edição, fala da construção da beleza através das novas técnicas de malhação, das plásticas e outros truques estéticos que ajudam a mudar o corpo das pessoas. A partir de então, fica evidente que o assunto das reportagens se volta para a construção de corpos belos e perfeitos e para as dicas de como chegar ao resultado desejado.

As reportagens também deixam claro o papel da mídia na sociedade:

Para onde quer que olhe – televisão, publicidade, revistas femininas -, a pessoa vê rostos perfeitos e corpos deslumbrantes, magros nos lugares certos. Nem na rua a dona de casa pode andar em paz. Do alto dos outdoors, moças e rapazes impecáveis estão olhando para ela. Pouco a pouco, cria-se um sentimento de insatisfação com o próprio corpo. Quando não é o cabelo que é ralo demais, é o nariz de batatinha, são as coxas balofas, ou os seios (pequenos ou grandes como não deveriam ser). (Trecho extraído da revista *Veja* edição 1406, p. 71. Disponível em <http://www.veja.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 27 de fevereiro de 2010).

Desde o início a reportagem já mostra como a sociedade impõe esse padrão de beleza dito normal e aceitável que todos devem seguir caso não se adeque o indivíduo vai se sentir insatisfeito com o seu corpo "anormal". Outra característica não só da revista *Veja*, mas de praticamente todas as revistas que divulgam o ideal de corpo

perfeito é, dizer que todos têm acesso e condições de modificar seu corpo e de se adequar ao padrão exigido, sem poder culpar a genética, ou a falta de dinheiro, pois hoje existem tratamentos de todos os preços e ao alcance de todos.

Com tantos recursos ao alcance da mão (ou do bolso), nunca a medicina e a cosmética puderam tanto e, por isso, nunca a beleza foi tão imperativa quanto é hoje – é obrigatório ser lindo, magro, saudável. Não dá mais para simplesmente culpar uma má herança genética quando se trata de estética corporal ou facial. Antes, era até fácil. Ou se nascia com o corpo então considerado estonteante de uma Marilyn Monroe, ou paciência. Pouco havia a fazer. Hoje não. Para tudo tem cura, remédio, consolo, ou pelo menos uma maneira de oferecer esperança de progresso. A gordura, a flacidez, a papada no queixo, a calvície, até os cabelos brancos – tudo isso virou uma espécie de vergonha para o portador. (Idem, p. 72-73)

Uma vez que tudo, ou quase tudo pode sofrer reparo, aumentar, diminuir, retirar, recompor, reciclar, “é obrigado ser lindo”. E principalmente, por que como afirma a reportagem: tudo se encontra ao alcance do bolso de todos. Tudo é dividido em prestações. “A beleza democratizou-se”.

Como podemos notar na edição 1406, essa reportagem discute um ponto bastante interessante e que até o momento não havia sido debatido nas revistas anteriores, que é a questão da obsessão pela beleza, obsessão essa que se dá devido a vários fatores, um deles é a necessidade de afirmar-se bela para o homem. Outro motivo destacado pela reportagem dessa obsessão pela beleza é o medo da velhice, como já foi citado anteriormente o velho precisa mudar e tornar-se novo.

O segundo ponto a explicar por que a beleza virou obsessão é o medo do envelhecimento, tanto mais forte quanto mais cresce a expectativa de vida. [...] ‘Não quero representar o velho rejeitado. A sociedade brasileira é má, é pérfida. O velho aqui é rechaçado’, diz o médico paulista Carlos Canova, de 62 anos, adepto do tingimento capilar para disfarçar a idade. ‘O cabelo branco não significa falta de saúde, mas é visto como sinal de que a senilidade está próxima, quando não já instalada’, explica o médico. Há dois anos, ele tingiu de castanho-médio algumas mechas de seus cabelos num salão de beleza paulistano. ‘Não faço isso para o meu bem-estar. Apenas represento um papel. (Trecho extraído da revista Veja, edição 1406, p. 74. Disponível em <http://www.veja.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 27 de fevereiro de 2010).

Outro aspecto que também pode ser percebido nas diferentes reportagens é a exaltação a magreza, aos corpos esbeltos, a barriga tanquinho. Um exemplo foi à edição 1371 de 1994, que tem como imagem de capa uma barriga extremamente magra, com o nome “*GORDURA*” escrito de chantilly. É interessante perceber que essa edição saiu

em dezembro, já próximo a chegada do verão, e assim não deixou de falar como o leitor deve se comportar nas festas de final de ano para não ganhar muito peso e estar em forma para o verão, período de roupas curtas, carnes a mostra e biquínis, em que para poder usar e curtir tais momentos é preciso adequar-se ao que é imposto pela sociedade e pela mídia, é preciso seguir as receitas indicadas por esta para não passar vergonha nas ruas.

Por que sendo a revista *Veja*, uma revista de cunho político trata de assuntos voltados ao corpo e a beleza feminina, sobretudo ao aproximar-se de datas festivas ou do verão? Um dos motivos para isso é que foi a partir dos anos 80, que os cuidados com o corpo começam a visar a sua exposição durante o verão, foi também a partir dessa década que as práticas de atividades físicas passam a ser mais regulares. Isso fica claro com o aumento no número de academias de ginástica nos grandes centros urbanos e as propagandas dos equipamentos nas revistas.

Apesar de já ter uma discussão sobre a prática de atividades físicas nos anos 1980, esse debate vai crescendo nos anos 1990, quando o ideal de corpo belo passa ser associado à prática da malhação.

É interessante perceber que de 1990 até o ano de 1995, a revista *Veja* trata do assunto do corpo e da beleza quase sempre o relacionando com a idéia de saúde – como mantê-lo saudável, forte etc. – a partir de 1996 o assunto das reportagens volta-se para a construção de corpos belos e dá as dicas para alcançá-lo, percebemos também que entre os anos de 1996 e 1998 o tema OBESIDADE começa a ser freqüente na revista. De acordo com nossa pesquisa, as reportagens da revista *Veja* entre os anos de 1996 a 2000, apresentam uma tendência crescente voltada ao culto ao corpo e a beleza que seduz boa parte de homens e de mulheres.

Sendo assim, podemos perceber que a revista *Veja* com muita freqüência trata do assunto, sendo a temática de saúde, corpo e beleza sempre abordada nas reportagens, com mais ou com menos destaque e a maneira como tal assunto é inserido na revista passa por freqüentes mudanças, ora relacionado à saúde, ora a influência das famosas da televisão, ora ligado ao mal da gordura (obesidade), ao corpo malhado, esculpido nas academias entre tantos outros tipos de abordagens feitos pela revista, mas certo é que a temática de alguma maneira encontra-se exposta nas páginas da revista *Veja*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como podemos observar a revista *Veja* a todo o momento nos “bombardeia” com informações de como deve ser o corpo ideal e o que devemos fazer para conseguir, seja nas academias, seguindo dietas mirabolantes, fazendo atividades físicas ou recorrendo às cirurgias plásticas. O que fica claro é que existe um meio possível para cada indivíduo não ficar de fora desse padrão de beleza ditado pela mídia.

Sendo assim a revista *Veja* funciona como mais um meio midiático de imposição do ideal de “que todos os corpos sejam belos, sensuais, sadios, desejáveis” (GARCIA, 2005, p. 48).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DEL PRIORE, Mary. **Histórias do cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.

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

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SANT’AANA, Denise Bernuzzi de. “É possível realizar uma história do corpo?” In: SOARES, Carmen Lúcia. (org). **Corpo e História**. 3 ed. São Paulo: Autores Associados, 2006.

SHAW, Ines Senna, O corpo feminino na propaganda. In: LYRA, Bernadete (org). **Corpo e mídia**. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

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

REVISTAS:

REVISTA VEJA. Cláudia Raia A namorada do Brasil. São Paulo: Editora Abril. ed. 1125, ano 23, n. 14, abril 1990. Disponível em <http://www.veja.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 24 de fevereiro de 2010.

REVISTA VEJA. Madonna. O show de escândalos. São Paulo: Editora Abril. ed. 1134, ano 23, n. 23, p. 102, jun. 1990. Disponível em <http://www.veja.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 25 de fevereiro de 2010.

REVISTA VEJA. Em busca da juventude. Como a ciência prolonga e melhora a vida. São Paulo: Editora Abril. ed. 1140, ano 23, n. 29, p. 56, jul. 1990. Disponível em <http://www.veja.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 25 de fevereiro de 2010.

REVISTA VEJA. Gordura: A chave para ganhar guerra do peso. São Paulo: Editora Abril. ed. 1371, ano 27, n. 51, p. 85-87, dez. 1994. Disponível em <http://www.veja.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 27 de fevereiro de 2010.

REVISTA VEJA. A construção da beleza. Como as novas técnicas de malhação, plástica e outros truques estéticos estão ajudando a mudar o corpo das pessoas. São Paulo: Editora Abril. ed. 1406, ano 28, n. 34, p. 70-78, ago. 1995. Disponível em <http://www.veja.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso em 27 de fevereiro de 2010.