

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS
DO MOVIMENTO HUMANO

**Representações de corpo adolescente feminino
na Revista Capricho: saúde, beleza e moda**

Márcia Luiza Machado Figueira

Porto Alegre

2002

Márcia Luiza Machado Figueira

Representações de corpo adolescente feminino
na Revista *Capricho*: saúde, beleza e moda

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano da Escola de Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, para obtenção do título de Mestre em Ciências do Movimento Humano.

Orientadora:

Prof^a. Dr^a. Silvana Vilodre Goellner

Porto Alegre

2002

AGRADECIMENTOS

Outono, tempo de mudanças: ciclos que se findam e outros que se iniciam. A vida prossegue e é hora de findar a escrita.

Neste momento os agradecimentos vão: primeiro à vida pela sua generosidade. Agradeço, com muita ternura, o apoio de minha família, presente nas palavras, afetos e encorajamento.

A minha orientadora, Silvana Goellner, agradeço a confiança, o apoio, a seriedade e dedicação, a paciência nos momentos de dificuldade e a escuta afetiva tão necessária nesse processo.

Por fim, dedico este trabalho às mulheres que pertencem ao meu universo familiar: avó, mãe, irmã, sobrinhas, primas, tias, comadres e amigas. São tantas que as farei aqui representadas na pessoa da minha amada e corajosa filha Nina.

Vem você me dizer que vai a um salão de beleza
Fazer permanente massagem rinsagem
Reflexo e outras cositas más

Baby você não precisa de um salão de beleza
Há menos beleza num salão de beleza
A sua beleza é bem maior do que qualquer beleza
De qualquer salão

Mundo velho e decadente mundo
Ainda não aprendeu a admirar a beleza
A verdadeira beleza
A beleza que põe a mesa
A que deita na cama
A beleza de quem come
A beleza de quem ama
A beleza do erro do engano da imperfeição

(Salão de Beleza, Zeca Baleiro)

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	v
RESUMO.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DO ENCONTRO DO TEMA E DOS CORPOS.....	08
MEXA-SE.....	36
DE BEM COM A BALANÇA.....	81
SÓ É FEIA QUEM QUER.....	114
AS OUTRAS DA CAPRICHIO.....	156
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	162

LISTA DE FIGURAS

Fig. 01: Capricho n.º 881, 2002, p. 23.....	58
Fig. 02: Capricho, n.º 883, 2002, p. 35.....	58
Fig. 03: Capricho, n.º 864, 2001, p. 40.....	67
Fig. 04: Capricho, n.º 876, 2001, p. 40.....	74
Fig. 05: Capricho, n.º 876, 2001, p. 40.....	74
Fig. 06: Capricho, n.º 854, 2001, p. 41.....	84
Fig. 07: Capricho, n.º 854, 2001, p. 42.....	87
Fig. 08: Capricho, n.º 874, 2001, p. 89.....	87
Fig. 09: Capricho, n.º 856, 2001, p. 83.....	88
Fig. 10: Capricho, n.º 857, 2001, p. 88.....	89
Fig. 11: Capricho, n.º 894, 2002, p. 64.....	93
Fig. 12: Capricho, n.º 893, 2002, p. 95.....	94
Fig. 13: Capricho, n.º 870, 2001, p. 62.....	95
Fig. 14: Nosso Corpo, p. 56.....	107
Fig. 15: Capricho, n.º 869, 2001, p. 50.....	116
Fig. 16: Capricho, n.º 855, 2001, p. 50.....	121
Fig. 17: Capricho, n.º 877, 2001, capa.....	140
Fig. 18: Capricho, n.º 863, 2001, p. 65.....	140
Fig. 19: Capricho, n.º 877, 2001, p. 97.....	141
Fig. 20: Capricho, n.º 858, 2001, p. 42.....	144

RESUMO

Esta dissertação fala sobre o corpo. Mais especificamente sobre representações de corpo adolescente feminino produzidas e/ou veiculadas pela revista *Capricho*.

Considerada por mim como um produto da mídia cujas imagens e textos falam às adolescentes deste tempo, analisei todas as edições publicadas nos anos de 2000 e 2001 buscando compreender o que a *Capricho* ensina às garotas com relação aos seus corpos.

Fundamentada no campo teórico dos Estudos Culturais e na História do Corpo, teci minhas análises a partir de três temas: saúde, beleza e moda. Temas esses que emergiram da própria revista uma vez que ela está a falar deles o tempo todo.

Decorrente das análises realizadas é possível afirmar que a *Capricho*, como parte integrante de uma pedagogia cultural, educa as garotas no que respeita à construção de um corpo jovem, moderno e saudável. Um corpo que, ao ser visto, sustenta um *look*. O *look* produzido pelas suas páginas e para o qual a garota deve investir diferenciados esforços, seja na aquisição de um jeito atlético e saudável de ser, seja na valorização da magreza e, ainda, na composição de um estilo baseado nos *hits* da moda.

ABSTRACT

This paper speaks about the body. More specifically about the representations of the female adolescent body produced and/or conveyed in the *Capricho* magazine.

I consider it as a media product whose images and texts speak to adolescents of our time, I analysed the editions published in 2000 and 2001, aiming to understand what *Capricho* teaches to girls in relation to their bodies.

Based on the field of Cultural Studies and History of Body I have analysed this issue considering three themes: health, beauty and fashion. These themes emerged from the magazine once it speaks about them all the time.

From the analyses realised it's possible to state that *Capricho*, as part of a cultural pedagogy, educates girls to the construction of a young, modern and healthy body. A body that when being seen has a style. The style is produced by its pages and the girls must invest in making different efforts like the acquisition of an athletic and healthy way of life, the valorisation of thinness as well as the composition of a style based on fads.

DOS CORPOS AO ENCONTRO DO TEMA

Vivemos um momento em que o culto ao corpo se tornou quase uma obrigação. Essa primeira afirmação nos remete a pensar que, ao longo da história da humanidade, nunca se tenha falado e vivido tão plenamente o “desnudar” dos corpos como hoje. Os corpos não só se tornaram mais visíveis como foram, também, tornados objetos de investigação. Ou seja, sobre ele se criam imagens, discursos, formas de admirá-lo, de negá-lo, de representá-lo. O corpo não é só um corpo. É também o que dele se diz.

Pensando na nossa cultura, não é nada difícil observarmos as constantes imagens de corpos que nos são constantemente apresentadas e, também, ditas. Nas passarelas da moda, no teatro, na dança, nos esportes, nas revistas, na venda de objetos pela publicidade, nas novelas e programas de televisão, nos filmes, nas ruas, parques e academias o corpo, ao mesmo tempo que se exhibe e é exibido, torna-se também objeto de diferentes anseios e desejos.

Um olhar apressado sobre essa moderna obsessão ao corpo parece indicar que, após períodos de menor visibilidade, este conquistou um lugar de destaque. No entanto, se recorrermos à história podemos observar que são seculares as intervenções que nele se operam em diferentes tempos e lugares: das pinturas corporais à cosmetologia, das tatuagens e escarificações aos *piercings* e à *body-modification*, do sedentarismo à valorização da performance esportiva, das mutilações sexuais às cirurgias plásticas, por exemplo.

Intervenções como estas e tantas outras que hoje se operam no corpo não podem ser observadas como resultantes de uma tendência das sociedades contemporâneas. Alterar, aperfeiçoar, punir, embelezar, cuidar do corpo são práticas recorrentes na história da humanidade e expressam diferentes valores culturais.

O cuidado com a saúde e o prolongamento da vida, por exemplo, há muito desafiam a medicina.

Os manuais de saúde e beleza foram bastante comuns às elites letradas do passado, e os remédios caseiros sempre integraram o cotidiano de milhares de homens e mulheres pobres. Mas, talvez, fosse preciso lembrar sem demora que a preocupação com o próprio corpo não carece de grandes justificativas: parece completamente natural ao ser humano inquietar-se diante de suas transformações corporais, especialmente quando elas anunciam doenças ou são percebidas como marcas do envelhecimento (SANT' ANNA, 2002, pg. 51).

Observado como um lugar de descobertas e revelações, o corpo, desde muito tempo, vem se tornando um território a ser descoberto revelando, ainda, que "seu conhecimento é interminável (...) tanto quanto são as bases culturais que o constituem e o transformam" (Ibid., p. 53).

Saúde, beleza, longevidade, performance, biotecnologia, por exemplo, são temas que, gradativamente, foram se tornando centrais na cultura contemporânea. Temas que, no Brasil, têm sido investigado por um crescente número de pesquisadores/as de diferentes campos teóricos (Goellner, 1999; Sant' Anna, 2000; Fraga, 2000; Soares, 2001; Louro, 2001; Silva, 2001a; Couto, 2001; Goldenberg; 2002, Andrade, 2002, entre tantos outros/as). Fora do mundo acadêmico, podemos perceber a recorrência destes temas em diferentes produtos da mídia: nos jornais, em especial nos suplementos que abordam saúde, no crescente número de revistas cuja temática central está orientada para estas questões, nos programas televisivos, em uma infinidade de sites da Internet, enfim, em diferentes meios informacionais que, de certa forma, disponibilizam informações a serem acessadas por aqueles/aquelas que nelas dedicam algum interesse.

Estas produções, além de difundirem diversos saberes sobre o corpo, em sua grande maioria, conferem autoridade a diferentes profissionais ligados ao que, geralmente, denominam "campo de saúde": geriatras, nutricionistas, cirurgiões

plásticos, professores de educação física, *personal trainers*, fisioterapeutas, entre outros, exibem seus conhecimentos, divulgam fórmulas, receitam atitudes, proclamam cuidados a serem aplicados aos corpos tornando-os mais saudáveis, belos e jovens.

Esta profusão de informações interpelam¹ diferentes sujeitos de diferentes formas provocando o despontar de várias e sutis questões relacionadas ao seu corpo, sua aparência e comportamento: mudar ou não seu estilo de vida? Fazer ou não uma dieta balanceada? Recorrer ou não às cirurgias estéticas? Manter ou modificar seu corpo?

Perguntas como estas povoam não apenas o imaginário de diferentes homens e mulheres como também estão estampadas em diferentes locais urbanos. Na mídia televisiva, nos jornais e revistas, nos *out-doors* que recheiam com imagens as ruas das cidades. Pensar o próprio corpo é pensar em si mesmo, a identidade de cada um de nós. Afinal, nesta sociedade onde o corpo adquiriu grande evidência, como não deixar de notá-lo?

Diante dessa constante indagação, especulação e exposição do corpo, penso que cabe perguntar: será que essa permanente visibilidade do corpo e a profusão de intervenções que sobre ele se operam, ao mesmo tempo que o liberta também não estariam criando um sistema de valores, elaborando diferentes estratégias de autocontrole que acabam também por limitá-lo? Não estaríamos, a todo momento, afirmando que é preciso estar atento ao corpo?

Afinal, simultaneamente à sua valorização há também a sua exposição como objeto primeiro de consumo. Observemos a proliferação acelerada de produtos da lucrativa indústria da moda e da cosmetologia, assim como o uso de apuradas tecnologias², de terapias e de diferentes saberes dirigidos para o seu

¹ O verbo interpelar é entendido, aqui, como a identificação do indivíduo no discurso de outro. Quando afirmo que o indivíduo é interpelado pela mídia estou a dizer que ele se identificou com tal discurso de forma a dele tornar-se sujeito (Pinto, 1989).

² Por tecnologia estou me referindo às diferentes intervenções cirúrgicas e/ou clínicas que se fazem no corpo como, por exemplo, colocação de próteses, lipoaspiração, uso do silicone,

fortalecimento, embelezamento e rejuvenescimento. Dentro da lógica da comercialização de produtos e serviços, o corpo vende e é vendido. Nas palavras de David Le Breton: em uma sociedade regida pelo consumo, "o corpo não é mais um destino, no sentido fatalista, mas um acessório da presença, uma matéria-prima para se modelar e submeter ao *design* do momento. Para muitos contemporâneos o corpo tornou-se uma representação provisória, um lugar ideal para encenar os "efeitos especiais" (2001, p. 21).

Enfim, não são poucas as estratégias e os discursos³ elaborados e divulgados em nome do culto ao corpo dirigindo-se, por exemplo, à valorização da eterna juventude, à associação da saúde com a beleza e desta com a felicidade. Ter um corpo perfeito, trabalhado, esculpido à imagem e semelhança do desejo de cada um/a é uma tendência que vem se firmando, fazendo parecer serem normais, inerentes, essenciais, portanto, "naturais" do viver a identidade contemporânea. Já não basta apenas ser saudável: há que ser belo, jovem, estar na moda e ser ativo. Há que ter um estilo criado e valorizado consoante as possibilidades e as informações disponíveis a quem quiser acessá-las. A opção é individual e depende do esforço, da dedicação, da disciplina e dos cuidados de cada um/a para construí-lo.

Pensar o corpo assim é pensá-lo como um constructo cultural é, enfim, compreendê-lo situado no tempo onde vive. É percebê-lo não apenas vinculado a sua natureza biológica mas construído também na e pela cultura. É perceber sua provisoriedade e as infinitas possibilidades de modificá-lo, aperfeiçoá-lo, significá-lo e ressignificá-lo. É, sobretudo, entender que sua construção é constantemente atravessada por diferentes marcadores sociais como, por exemplo, raça, gênero,

peelings, aplicação de ácidos e raios *laser* no combate às rugas e manchas de pele, injeções de substâncias para o combate de celulite e gordura localizada, entre outros.

³ A palavra discurso é aqui tomada no sentido atribuído por Michel Foucault e refere-se ao conjunto de enunciados de um determinado saber. Ou seja, trata-se de um campo de saber articulados entre si, constituído historicamente em meio a disputas de poder. O discurso é, portanto, "um conjunto de enunciados que se apoiam em um mesmo sistema de formação" (FOUCAULT, 1995, p. 124).

geração, classe social e sexualidade. Como explicita Guacira Lopes Louro, há duas formas de entender o corpo quando se pensa na polaridade natureza-cultura:

Na tradição dualista, que se mantém e se multiplica em inúmeras polaridades, natureza e cultura estão separadas; o corpo, localizado no âmbito da Natureza, é negado na instância da cultura. Na concepção de muitos, o corpo é "dado" ao nascer; ele é um legado que carrega "naturalmente" certas características, que traz uma determinada forma, que possui algumas "marcas" distintivas. Para outros, no entanto, é impossível separar as duas dimensões. Nessa perspectiva o corpo não é "dado", mas sim produzido - cultural e discursivamente - e, nesse processo, adquire as "marcas" da cultura, tornando-se distinto. As formas de intervir nos corpos - ou de reconhecer a intervenção - variam conforme a perspectiva assumida (LOURO, 2000, p. 89).

Por entender que o corpo se constrói a partir de seus elementos biológicos e da sua inserção na cultura, tematizo, nesta pesquisa, a construção do corpo adolescente feminino, tendo como *corpus* de análise a *Revista Capricho*, periódico quinzenal que circula em todo o território nacional e que fala dos cuidados com o corpo, dando ênfase à atividade física, à beleza e à moda. Pretendo analisar os textos e as imagens presentes neste periódico no sentido de apreender o que dizem, como dizem e para quem dizem, em especial aqueles onde são abordados temas relacionados ao corpo adolescente feminino.

É certo que muitos são os produtos da mídia dirigidos ao público adolescente, como por exemplo, revistas, filmes, *games*, música, programas de televisão, propagandas, literatura, livros paradidáticos, peças teatrais, etc. No entanto, em se tratando de adolescentes femininas, a *Capricho* chamou minha atenção, por ser a revista que há mais tempo circula e lidera o mercado editorial brasileiro dirigido a este público⁴.

Por entender que a *Capricho* exerce uma pedagogia que, de certa forma, está a educar adolescentes no que diz respeito à construção de seu corpo, a tomo como *corpus* de análise desta pesquisa, tendo como referencial teórico os campos de

⁴ A primeira edição da *Capricho* data de 18 de junho de 1952.

investigação dos Estudos Culturais⁵ e da História do Corpo⁶. Essa opção teórica encontra sua fundamentação no entendimento de que esses referenciais fornecem elementos para perceber e analisar as relações que se estabelecem entre história, corpo, cultura, conhecimento e poder.

Embora não haja uma definição única e fixa do que se constitua o campo dos Estudos Culturais, é pertinente ressaltar que, mesmo na sua diversidade, é possível caracterizá-lo como:

um campo interdisciplinar, transdisciplinar e algumas vezes contra-disciplinar que atua na tensão entre suas tendências para abranger tanto uma concepção ampla, antropológica de cultura, quanto uma concepção estritamente humanística de cultura. Diferentemente da antropologia tradicional, entretanto, eles se desenvolveram a partir de análises das sociedades industriais modernas. Eles são tipicamente interpretativos e avaliativos em suas metodologias, mas diferentemente do humanismo tradicional, eles rejeitam a equação exclusiva de cultura com alta cultura e argumentam que todas as formas de produção cultural precisam ser estudadas em relação a outras práticas culturais e às estruturas sociais e históricas (CARY et al., 1995, p. 13).

Ao longo deste trabalho analiso os conhecimentos que a *Capricho* produz sobre o corpo adolescente feminino visto que, como um produto da mídia, ela exerce também uma pedagogia. Razão pela qual, julgo ser pertinente trazer, para o âmbito da educação e da educação física, a discussão de que nas suas páginas se estruturam circunstâncias e espaços que desencadeiam aprendizagens. Discussão esta que está ancorada nas pesquisas de diversos estudiosos cuja produção acadêmica tem

⁵ Os Estudos Culturais têm sua origem a partir da fundação do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos, na Universidade de Birmingham Inglaterra. As produções iniciais se apoiaram em referenciais marxistas feitos por Louis Althusser e Antonio Gramsci. Nos anos oitenta cedem lugar ao pós-estruturalismo de autores como Michel Foucault e Jacques Derrida. Nos anos noventa Stuart Hall traz novas abordagens ao discutir os estudos de mídia e seus significados (Silva, 2000).

⁶ Considerado como uma abordagem da historiografia contemporânea, historicizar o corpo se tornou possível a partir da corrente historiográfica denominada Nova História cuja origem se dá na França no início do século XX em especial através dos trabalhos de Marc Bloch e Lucien Febvre. Essa corrente possibilitou a emergência de novos temas, problemas e abordagens à pesquisa historiográfica, dentre eles as pesquisas sobre a história do corpo (Del Priori, 1994).

abordado a relação entre pedagogia e mídia alertando a nós, educadores/as, que se faz necessário ampliar a noção tradicionalmente aceita de currículo e de pedagogia, visto que a aprendizagem não se viabiliza apenas entre os muros escolares e que a pedagogia

não está reduzida ao domínio de habilidades ou técnicas. Em vez disso, ela é definida como uma prática cultural que deve ser responsabilizada ética e politicamente pelas estórias que produz, pelas asserções que faz sobre memórias sociais e pelas imagens do futuro que considera legítimas (GIROUX, 2001, p. 100).

Identifico a *Capricho* como uma instância pedagógica produtora de conhecimento e de saberes sobre o corpo, a moda, a atividade física, a beleza e a saúde pois figuram nas suas páginas diversas representações de corpo, vários conselhos e recomendações que apontam caminhos e atitudes a serem seguidos, depoimentos de personalidades tomadas como exemplos, anúncios que vendem distintos produtos específicos... enfim, nas suas páginas ensina-se como ser uma adolescente bonita, atraente e moderna.

Essa constatação me autoriza a afirmar que a educação ocorre em uma variedade de locais sociais, incluindo a escola, mas não se limitando a ela. Para Henry Gyroux e Peter McLaren:

existe pedagogia em qualquer lugar em que o conhecimento é produzido, em qualquer lugar em que existe a possibilidade de traduzir a experiência e construir verdades, mesmo que essas verdades pareçam irremediavelmente redundantes, superficiais e próximas ao lugar-comum (GIROUX; MACLAREN, 1995, p. 144).

Analiso a *Capricho* como parte de uma "Pedagogia Cultural". Pedagogia esta que nos ensina comportamentos, hábitos, valores e procedimentos considerados adequados utilizando-se, para tanto, de diferentes artefatos culturais como o cinema, a televisão, as revistas, a literatura, a moda, a publicidade e a música. Cabe ressaltar que esta análise está ancorada em um conceito de cultura, elaborado "a partir da

ruptura entre o que se considera alta cultura e baixa cultura" (JAMENSON,1983; 1984, apud KELLNER, 2001, p. 105). Ou seja, rompe-se com as tradicionais fronteiras estabelecidas entre o que se denomina a cultura tradicional e elitista que costuma ser entendida a partir de obras clássicas da literatura, da música, do teatro, das artes plásticas e peças que se encontram nos museus, etc. e a cultura popular de massa, que envolve o artesanato, a música popular, o folclore, entre outros.

Caminhando no sentido contrário à polaridade entre alta e baixa cultura e, ainda, contra a fixidez destes conceitos, me aproximo de Stuart Hall que pensa cultura como "o terreno real, sólido, das práticas, representações, línguas e costumes de qualquer sociedade histórica específica", bem como "as formas contraditórias de 'senso comum' que se enraizaram na vida popular e ajudaram a moldá-la" (HALL 1986 apud CARY et al., 2001, p. 15).

Incorporando outros elementos à essa discussão Tomaz Tadeu da Silva evidencia a presença de disputas de poder no campo da cultura enfatizando que ela é, inegavelmente um "campo de luta entre os diferentes grupos sociais em torno da significação" (2000, p. 32). Isto é, nesse local ocorrem disputas em torno de significados que diferentes grupos sociais buscam impor à sociedade. Pensar, portanto, a cultura como um campo de disputa faz ver que diferentes grupos elaboram diferentes conhecimentos que constituem diferentes práticas sociais. Essas diferentes formas de agir sobre o mundo e sobre si são construídas lingüisticamente no processo de atribuição de significados ao mundo. De maneira mais ampla, isto significa afirmar, que a linguagem constitui as coisas e não apenas as nomeia. Razão pela qual está diretamente relacionada à noção de representação, entendida aqui, em poucas palavras, como sendo "a produção de significados através da linguagem" (HALL, 1997, p. 16).

A representação, portanto, não é um reflexo daquilo que vemos. É uma construção que envolve as práticas de significação e os sistemas simbólicos através dos quais os significados são construídos. Ou seja, a representação envolve, sempre, relações de poder. O poder de nomear, de descrever, de classificar, de diferenciar; o

poder de definir, enfim, quem está incluído e quem está excluído (MEYER, 1998, p. 21).

Poder é aqui entendido a partir da análise de Michel Foucault, para quem este, antes de ser algo que se possui, é algo que se exerce constantemente. "Se deve compreender o poder, primeiro como a multiplicidade de correlações de força imanentes ao domínio onde se exercem e constitutivas de sua organização" (FOUCAULT, 1988, p. 80). Portanto, não está localizado em um ou outro lugar; é difuso porque resultante de uma multiplicidade de engrenagens e forças, ou seja, de uma microfísica do poder que nem mesmo é essencialmente repressiva. O poder contém em si um caráter de positividade porque incita, suscita, produz. "O poder produz realidade antes de reprimir. E também produz verdade, antes de ideologizar, antes de abstrair ou de mascarar" (DELEUZE, 1998, p. 38).

Nas palavras de Foucault:

O poder deve ser analisado como algo que circula, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação: nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. Em outros termos, o poder não se aplica ao indivíduos, passa por eles (1992, p. 183).

Cabe ressaltar, portanto, que é nessa produção, permeada pelas relações de poder, que diferentes grupos sociais são representados e significados enquanto outros não o são.

Quando me proponho a analisar as representações de corpo da adolescente na *Revista Capricho*, tomo como referência a noção de representação contemplada por autores como Stuart Hall (1997), Tomaz T. da Silva (2000) e Dagmar Meyer (1998; 2000). Para esses autores/a, a representação se distancia da noção de estereótipo, imagem e realismo utilizadas em outras perspectivas de análise, deixando de ter um

sentido fixo, rígido, fechado e determinado. Passa, portanto, a ter um sentido incerto, indeterminado, inconstante. É

o processo pelo qual a linguagem, em seu sentido lato, é utilizada para produzir significados. Está implícita, aqui a importante premissa de que coisas (objetos, pessoas, eventos, sentimentos, o mundo) não tem em si mesmas qualquer significado fixo, final e verdadeiro, mas que elas significam algo específico no interior de culturas específicas. Representação, nessa perspectiva, envolve as práticas de significação e os sistemas simbólicos através dos quais estes significados - que nos permitem entender nossas experiências e aquilo que nós somos - são construídos (MEYER, 1998, p. 20).

Sendo a representação um sistema a produzir determinados lugares nos quais os sujeitos se posicionam ou são posicionados é através dela, também, que se torna possível compreender quem somos. Ou seja, a representação produz identidades e o termo aqui não é tomado a partir de um viés psicológico ou individual mas como sendo o conjunto de características através das quais diferentes grupos sociais se definem como grupo. Compreendem aquilo que são ou que não são, pois a identidade só existe através da diferença.

Identidade e diferença são dois conceitos que não existem independentes um do outro. Só posso falar de identidade em um contexto relacional pois aquilo que é só pode ser compreendido a partir daquilo que não é. Enfim, identidade e diferença são construídas na e através da representação: não existem fora dela (Silva, 2000). Se pensarmos que a diferença é aquilo que separa uma identidade da outra podemos pensar, também, que marcar identidades implica, operações de inclusão e de exclusão. Isto é, determinados grupos e sujeitos, em determinadas situações e espaços são incluídos enquanto outros são colocados à margem. "É por meio da representação que a identidade e a diferença se ligam a sistemas de poderes. (...) Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar identidades (SILVA, 2000, p. 91).

Pensando especificamente no tema desta pesquisa, é possível perceber que, quem tem o poder de representar o "corpo" em diversas instâncias, entre as quais a

mídia, tem também o poder de determinar o seu significado ou os seus diferentes significados. Tem o poder de criar representações que constituem ou podem vir a constituir, por exemplo, determinadas formas de nomear o corpo. Isto é, estabelecer o que deve se considerar normal, bonito, saudável, etc. Tem, por fim, o poder de dizer sobre os corpos bem como de excluir e incluir sua permanência em determinados espaços sociais. Como ressalta Rosa Fischer:

as representações são produzidas e consumidas a partir de diferentes instâncias (os meios de comunicação, por exemplo), e estão submetidas a processos de regulação social, a relações de poder mais ou menos explícitas. Isto está diretamente relacionado à construção de valores, à cristalização de conceitos e pré-conceitos, à formação de senso comum, a constituição de identidades sociais (inclusive de nação), de gênero, geracionais, étnicas, sexuais, políticas, à produção de subjetividade (FISCHER, 2001a, p. 89).

Observando a *Capricho* é possível identificar que lá estão estampadas diferentes representações de corpos. Suas páginas mostram que, na sociedade contemporânea, o corpo é o local de construção das identidades pois nele se inscrevem marcas. Marcas estas que falam às garotas e que, ao mesmo tempo, as posicionam em relação a si mesmas, aos outros/as, ao mundo onde vivem.

Cabe ressaltar: estas representações, não são apenas veiculadas pela *Revista*, mas também, são nela produzidas através dos diferentes saberes que circulam nos textos e imagens que falam do corpo, da saúde, da beleza, da atividade física, da moda, da sexualidade e do comportamento, constituindo assim, representações de diferentes práticas sociais como as de embelezamento, de condicionamento físico e de saúde. Práticas estas que instituem verdades, legitimam identidades, excluem e incluem corpos, sujeitos, grupos.

Considerando a *Capricho* como um artefato cultural que ensina às garotas sobre si e seu corpo desenvolvo minha pesquisa a partir da seguinte questão: **Que representações de corpo feminino adolescente são produzidas e/ou veiculadas pela *Revista Capricho*?**

Para além desta, outras indagações são pertinentes:

1. Que representações de saúde, beleza e atividade física estão presentes na *Revista*?
2. Que vozes são autorizadas a falar na *Capricho*?
3. De que maneira este artefato pedagógico da mídia, colabora para a construção das identidades femininas que circulam nos corpos adolescentes deste início de século?

Para responder a estes questionamentos busco subsídio teórico em campos investigativos que permitem desestabilizar verdades pré-concebidas, possibilitando, no processo de pesquisa e de escrita, a emergência de conhecimentos que inclusive põem à prova minhas próprias certezas sobre o tema investigado. Campos estes que tomam os dados empíricos não apenas para provar esta ou aquela hipótese anteriormente imaginada mas que, por estarem ancorados na imprevisibilidade, não apenas podem ser surpreendentes mas ainda desestabilizadores. Como bem afirma a historiadora Clarice Nunes:

a interferência criadora do investigador obriga-o, em primeiro lugar, a criticar o processo de pesquisar e a elaboração dos próprios instrumentos. Apesar das teorias, das hipóteses e dos procedimentos que elege, a sua relação com a rebeldia do material empírico admite sempre, certa dose de imprevisibilidade (NUNES, 1996, p. 23).

Recorrer à imprevisibilidade não significa ausência de referências a balizar minha investigação. Durante o percurso dessa pesquisa carregou comigo instrumentos e ferramentas que orientaram a minha direção. Afinal,

(...)uma teoria é como uma caixa de ferramentas. Nada tem a ver com significante... É preciso que sirva, é preciso que funcione. E não para si mesma. Se não há pessoas para utilizá-la, a começar pelo próprio teórico que deixa então de ser teórico, é que ela não vale nada ou que o momento ainda não chegou. Não se refaz uma teoria fazendo-se outras: há outras a serem feitas. É curioso que seja um autor que é considerado um puro intelectual, Proust, que o tenha dito tão claramente: tratem meus livros como óculos dirigidos para fora e se eles não lhes servem, consigam outros, encontrem vocês mesmos seu instrumento, que é forçosamente um instrumento de combate. A teoria não totaliza; a teoria se multiplica e multiplica (DELEUZE apud FOUCAULT, 1988, p. 71).

Na tecitura deste texto encontro fundamentação teórica, como já citei anteriormente, em estudos que se inserem no campo dos Estudos Culturais estabelecendo um diálogo com autores que se aproximam da abordagem historiográfica, denominada História do Corpo. Esta aproximação se dá porque ambas vertentes teóricas têm contribuído, significativamente para desestabilizar conceitos e verdades consolidadas, em especial ao mostrar que todas as práticas sociais são produzidas na cultura, têm história e são, por sua vez, mutáveis. Em relação especificamente ao tema "corpo" tanto os Estudos Culturais como a História do Corpo são pungentes em afirmar que o corpo não é só um dado natural e biológico mas também local de inscrição da cultura e da história. Vejamos:

Na teorização tradicional, o corpo é considerado como substrato biológico naturalmente dado e inquestionável, em cima do qual se erguem, de forma separada e independente, os sistemas sociais e culturais de significado. A análise cultural contemporânea questiona esse postulado, argumentando que o corpo é, ele próprio, um constructo cultural, social e histórico, plenamente investido de sentido e significação (SILVA, 2000. p. 31).

Assim, ao afirmar o corpo adolescente feminino como um constructo histórico e cultural deste tempo, encontro na *Revista Capricho* o *corpus* de análise sobre as representações femininas do corpo adolescente da atualidade. Razão pela qual não faço um histórico deste periódico nem mesmo o analiso ao longo de sua existência. O

que me interessa é o hoje da *Capricho* e, por essa razão, opto por analisar todas as edições que foram publicadas nos anos 2001 e 2002⁷.

Penso, por fim, que, mais importante que escolher um ou outro método de análise, é compreender e exercitar uma prática de pesquisa, ser capturada, no sentido de que ela seja para mim significativa. Penso como Sandra Corazza que:

A "escolha" de uma prática de pesquisa, dentre outras, diz respeito ao modo como fomos e estamos subjetivadas/os, como entramos no jogo de saberes e como nos relacionamos com o poder. Por isto, não escolhemos, de um arsenal de método, aquele que melhor nos atende, mas somos "escolhidas/os" (e esta expressão tem, na maioria das vezes, um sabor amargo) pelo que foi historicamente possível de ser enunciado; que para nós adquiriu sentidos (CORAZZA, 2002, p. 124).

Dada a amplitude e as inúmeras possibilidades de abordagens e problemas investigativos que podem ser situados nos campos teóricos que escolhi para ancorar minhas análises, esta pesquisa centraliza-se naqueles autores e autoras que abordam temas como corpo, cultura e educação visto que muitos/as deles/as têm procurado identificar os diferentes modos pelos quais se fala à intimidade dos indivíduos e se constitui identidades, especialmente através da mídia. Ou seja, recorro às suas reflexões e pesquisas para analisar um produto específico da mídia brasileira: a *Revista Capricho*, para onde dirigi meu olhar, uma vez que, neste momento de minha vida, ela para mim adquiriu significados.

Esta constatação me remete às reflexões desenvolvidas por Rosa Fischer ao analisar a relação entre a televisão e a educação, especialmente, quando afirma que, ao escolhermos um produto da mídia para analisar, há um reconhecimento onde é possível enxergar, ali, muito do que somos ou do que não somos, do que negamos ou acreditamos, do que desejamos ou rejeitamos. Esse mesmo produto, muitas vezes tornado visível por uma série de outros profissionais, além de ser capturado por nós captura também o nosso olhar pois, em maior ou menor grau, nós sempre estamos um pouco neles. Para esta autora, quando nosso olhar é tomado por completo se

⁷ Totalizando 48 edições e 4 encartes.

estabelece, "um aprendizado muito específico, de nos olharmos também naquilo que olhamos e de pensar a partir do que foi visto, de tomar para nós o que alguém pensou e que tornou de alguma forma visível, público (FISCHER, 2001b, p. 12).

Ao ser tomada pela *Capricho* construo essa pesquisa entendendo-a como parte de uma pedagogia cultural que está a educar a adolescente feminina. Pedagogia esta que não se encerra nas suas páginas mas que nelas se vê reforçada.

A Revista que faz a menina chegar a uma opinião⁸

Ao escrever sobre a *Capricho*, não pretendo fazer uma pesquisa histórica desta revista. Pretendo, sim, situá-la como uma publicação que, desde há algum tempo, se consolidou no mercado editorial brasileiro como uma revista dirigida ao público adolescente, em especial, feminino.

No livro "Mulheres de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira", Dulcília Buitoni, se refere à *Capricho* como a primeira publicação feminina da Editora Abril, cujo lançamento se deu mediante grande publicidade.

A 18 de junho de 1952, acontece o lançamento de "Capricho", da nascente Editora Abril, que até então editava basicamente quadrinhos de Walt Disney. "Capricho" foi precedida de grande campanha publicitária a cargo da J. J. Walter Thompson, com "jingles" em rádios e anúncios de página inteira em veículos de grande popularidade, como era o caso de "O Cruzeiro". Estava iniciada uma nova fase no mercado editorial feminino, no Brasil (BUITONI, 1981, p. 86).

Cabe destacar que, nesse momento, há no mercado de revistas brasileiras, um movimento direcionado para a construção de públicos específicos, objetivando aumentar o consumo destes produtos. Conforme explicita Victor Civita, proprietário

⁸ Expressão retirada do texto enviando pelo Serviço de Atendimento ao Leitor da *Capricho* quando busca definir a revista e sua função no mercado editorial brasileiro.

da Editora Abril, "As tiragens no Brasil ainda são pequenas. A única forma de manter uma grande empresa em crescimento é ir ao encontro de todos os segmentos do mercado" (CIVITA, 1972 apud MIRA, 2002, p. 3). Não é sem motivos que, em função desta nova política editorial, a "Revista Cruzeiro", considerada como "a revista da família" começa a perder espaço para publicações especializadas tais como as revistas "Cláudia", "Quatro Rodas", "Realidade" e "Veja" (Ibid., p. 4). Esse redimensionamento passa a exigir políticas diferenciadas de investimento por parte do corpo editorial das revistas direcionando-as para uma política comercial voltada para o aumento do consumo.

Esse reordenamento não passa ao largo da *Capricho*. Sua política editorial passa por várias transformações alterando, inclusive, o público para o qual se direciona. Quer dizer, alterando e criando esse público.

O primeiro número da *Capricho*, que circulou em 1952, tinha um formato pequeno (14 x 19 cm) e trazia no título como destaque a frase: *Revista quinzenal feminina*, explicitando a quem se dirigia. A *Capricho* inaugurou em suas páginas o que era considerado como uma grande novidade deste período: a publicação completa de uma fotonovela, denominada na época de "cinenovela" fazendo uma alusão explícita ao cinema. Ou seja, as histórias não eram mais contadas em capítulos distribuídos em cada novo número da revista: chegavam de uma só vez ao conhecimento das leitoras amenizando curiosidades e, também, ansiedades.

Esse formato a diferenciava de outras publicações do mesmo gênero, tais como as revistas "Encanto" e "Grande Hotel" já presentes no mercado. Sua primeira versão era, portanto, de uma revista com circulação quinzenal que publicava fotonovelas na íntegra. Versão esta que se manteve inalterada até o oitavo número, quando passou a ser editada mensalmente ampliando, ainda, sua linha editorial que inicia a publicar matérias sobre moda, beleza e comportamento, além de uma seção de contos e variedades.

A fórmula que mantinha a *Capricho* e que apresentava a fotonovela como um atrativo principal das revistas femininas começou a sofrer certa decadência nos

anos setenta. Um dos motivos identificados para o recuo no consumo destes produtos é a ascensão de um novo artefato cultural: a telenovela, pois é neste momento que a televisão começa a se popularizar na sociedade brasileira gerando novos produtos, modismos, atitudes e corpos. Com relação à moda, um dos temas recorrentes das revistas femininas, Erika Palomino (2002, p. 79) afirma que "a TV começa uma trajetória de incrível influência sobre o estilo, a moda e o comportamento no país, com momentos culminantes nas novelas *Dancing Days* (1978-79), *Água Viva* (1980) e *Roque Santeiro* (1985-86)." Novelas estas que, de certa forma, reconfiguram as páginas das revistas pois a moda que lá se exhibe passa, também, a ser publicada em suas páginas, sugerindo às mulheres sobre o que, como e quando vestir esta ou aquela roupa, este ou aquele acessório.

Em função da maior veiculação das novelas na televisão brasileira, a *Capricho* sofreu algumas alterações mudando tanto o seu formato, quanto o seu logotipo. Nesse momento, as fotonovelas saíram do corpo da revista e passaram a ser publicadas na forma de encarte, como um anexo. Ou seja, gradativamente, ela se desprende do primeiro produto que oferecia às leitoras: a novela fotografada. As prioridades passam a ser outras: a *Capricho* quer publicar o que é atual e o que está interessando as suas leitoras. São publicadas, por exemplo, reportagens com atores e atrizes das telenovelas, matérias sobre comportamento, beleza e moda e estas passam a ocupar as páginas que antes romanceavam encontros e desencontros, expunham histórias, exibiam poses, olhares e emoções.

Resultante destas transformações situa-se o desejo editorial e comercial de agradar e conquistar um novo público, identificado como sendo constituído por jovens e 15 a 29 anos⁹. A partir desta grande transformação as mudanças não cessam de

⁹ Estas informações foram obtidas através do Serviço de Atendimento ao Leitor da *Capricho* cuja responsável enviou informações por e-mail, através de um texto denominado de "Histórico Revista *Capricho*". As informações ali contidas me permitiram ter acesso a vários dados a respeito da linha editorial, da periodicidade de publicação, do número de edições e das transformações que ocorreram na revista, cujos objetivos apontados estavam direcionados para o seu crescimento e a sua adequação e permanência no mercado como um produto de grande consumo. Simone Miranda. *Capricho*, 21/02/2002.

acontecer. Ao firmar uma nova linha editorial, passa inclusive a adotar o slogan "A Revista da Gatinha" acrescentando, ainda, um "MIAU" ao seu logotipo, indicando que pretende através de uma linguagem jovem, dinâmica e divertida, dirigir-se ao público entre 15 a 22 anos. A televisão é um dos elementos a clamar por novas atitudes exigindo, de certa maneira, que a *Capricho* busque definir, conhecer e constituir um público, além de identificar o perfil das suas leitoras. Segundo Rosa Fischer:

No Brasil, o mercado editorial registra, em meados da década de 70, um fato novo com respeito às publicações para o público feminino: acompanhando as transformações econômicas, culturais e sociais do país e do mundo - com a presença da televisão e das telenovelas no espaço da vida privada -, começavam a sair de cena as revistas de fotonovelas. (...) Em julho de 1982, *Capricho* passava por outra mudança editorial e adquiria o formato básico que tem até hoje: com praticamente as mesmas seções já consagradas em tantas outras revistas para a mulher (*Cláudia, Nova, Elle, Desfile*) firmava-se como uma publicação estritamente destinada ao público feminino adolescente (FISCHER, 1996, p. 208).

Além destas modificações ocorridas na década de oitenta, pequenas alterações ainda são implementadas, seja na parte gráfica como na diminuição da faixa etária identificada como o seu público-alvo. Segundo Simone Miranda, a *Capricho* chega aos anos noventa objetivando atingir as adolescentes do sexo feminino, identificadas agora, como garotas que apresentam entre 12 e 16 anos. No entanto, em 1999, há uma mudança na direção da *Revista* e com ela a decisão de ampliar seu público-alvo, chegar às meninas que estão vivendo a adolescência, independente de suas idades. Ou seja, aqui o que importa já não é mais fixar idades para suas leitoras. O que está posto é a possibilidade de viver a adolescência desde que a garota se identifique e/ou seja identificada com essa denominação.

Essa afirmação faz ver que a *Capricho* é, junto a tantas outras, uma instância a constituir identidades adolescentes. Digo constituir porque, à luz do campo de estudos em que estou me situando, é possível afirmar que não há uma identidade adolescente fixa. Ela é criada e representada de diferentes formas, em diferentes

grupos sociais, religiões, etnias, etc. Em outras palavras, podemos pensar que o tempo vivido pelas adolescentes e o tempo que elas provavelmente ainda viverão, são também aprendidas nas representações que são produzidas sobre seus corpos. Assim,

(...) tudo isso é colocado em movimento não apenas para nos dizer quem somos - segundo um retículo de distribuições - e para que cada um se veja e se sinta dessa ou daquela maneira, mas também para que cada um aja disciplinadamente de acordo com o que se espera dos membros desse retículo (VEIGA-NETO, 2002, p. 49).

Com isto estou a afirmar que a adolescência pode não se limitar a uma faixa etária, nem mesmo apresentar um jeito universal de ser, ainda que possa ser representada na maioria das vezes, como uma fase da vida onde não se é mais criança e nem se chegou à vida adulta. Afirmo, utilizando-me das palavras de Veiga-Neto que: "ainda que qualquer identidade jamais seja fixa e nem mesmo estável (...) o que se espera é que cada pessoa assuma diferentes identidades etárias, ao longo da sua vida" (2002, p. 47).

Na sua tese de doutorado intitulada "Adolescência em discurso - mídia e produção de subjetividades", Rosa Fischer chama a atenção para os vários discursos que circulam sobre a adolescência: médico, psicológico, sociológico, cultural e mesmo político. Cada qual, consoante suas referências teóricas designa um ou outro grupo social como adolescente ou ainda uma ou outra faixa etária.

Quero registrar que, para esta pesquisa, interessa menos saber a faixa etária incluída na categoria "adolescente" mas a forma como a *Capricho* representa esse grupo e o que se articula a ele. Nesse sentido, é pertinente ressaltar que a mídia, aliada à publicidade não apenas confere diferentes denominações aos adolescentes como também as cria.

Adolescentes, jovens, adolescência, juventude, geração *teen*, estudantes, ninfetas, consumidores jovens, geração *shopping center*, geração "ficar com", *teenagers*, entre tantas outras palavras e

expressões povoam os textos da mídia e passam a ser usadas sem qualquer rigor quanto ao critério da idade, embora obviamente haja uma total diferença entre uma menina de 12 anos e uma de 23 (FISCHER, 1996, p. 27).

Além de todas essas "identificações", a mídia cria também um público consumidor para o qual são direcionados diferentes produtos, serviços, atitudes, saberes e sensações. A eles são dirigidos, por exemplo, inúmeros produtos da indústria cultural tais como, discos, fitas, jogos e aparelhos eletrônicos, filmes, *shows*, revistas de entretenimento, entre outros. A indústria da moda lança a "marca *teen*" e, mudando a cada estação, torna-se o item principal na hierarquia de consumo.

Com relação à *Capricho* é possível verificar que ela se propõe a informar¹⁰ à menina sobre tudo o que ela deve saber para se considerar uma adolescente de seu tempo sendo que a adolescente para quem e de quem fala, é a adolescente branca, de classe média, heterossexual. São sujeitos para quem os rumores sobre o viver a adolescência já se iniciam na família, na escola, nos grupos de amigos e nos clubes e em diferentes espaços de convivência social. São sujeitos para quem são endereçadas¹¹ mensagens prescritivas que traduzem-se em estratégias a produzir um determinado modo de conceber o corpo adolescente. E aí, a *Capricho* toma para si um importante papel pedagógico pois está, constantemente, ensinando algo às leitoras, desde os editoriais de moda que mostram que roupas usar até os vários programas de atividades física recomendados por profissionais e artistas, acompanhados de orientações de dietas alimentares e dicas de beleza e comportamento. Estes saberes

¹⁰ Sempre que me referir à fala da *Capricho* estou me referindo à fala das pessoas que conformam seu corpo editorial visto que a *Capricho* não é uma entidade abstrata, um algo em si.

¹¹ Relativo a modos de endereçamento, termo cunhado por Eizabeth Ellsworth que trabalha com este conceito no cinema e na televisão, afirmando que estes modos constituem estratégias bastante complexas de interpelar alguém, um certo público, como se literalmente assim acenasse: "Ei, você, veja o que fiz para você, exatamente para você!" São estratégias que não se produzem de uma hora para outra. Elas têm uma longa história de "educação" dos espectadores, de formação de um público (Fischer, 2001b, p. 78-79).

a serem ensinados aparecem de diferentes formas nas diferentes seções, a orientar, acompanhar e informar quem os lê.

É importante destacar que a *Capricho* não é a única revista do mercado editorial brasileiro a abordar esses temas. Nem mesmo a única endereçada às adolescentes. Atualmente circulam outras revistas como, por exemplo, a "Todateen" e a "Atrevida". Ainda que sejam publicações fáceis de serem encontradas e reconhecidas, a opção pela análise da *Capricho* se justifica por ser reconhecida como a mais antiga e a melhor publicação desse gênero. Além de ter um cuidadoso projeto gráfico com *design* moderno, a sua política editorial privilegia a dinamicidade e a atualidade das informações. Tem periodicidade quinzenal, o que a diferencia das concorrentes, pois consegue reduzir o período de tempo entre a fase de confecção da revista e o momento em que chega às mãos da consumidora. Agindo assim, parece ser mais atual porque acompanha o ritmo de suas leitoras. Razão pela qual, ela é finalizada três dias antes de estar nas bancas garantindo uma boa circulação (Miranda, 2002).

Segundo informações do editor da *Capricho*, sua tiragem é de 250 mil exemplares por edição, a serem distribuídos em todo território nacional. Destes, mais de 60 mil se destinam aos assinantes e 120 mil são vendidos em bancas e supermercados. Uma importante informação é a de que, na atualidade, 60% das páginas da *Capricho* são destinadas a editoriais e reportagens enquanto 40% são para publicidade.

Com mais de uma centena de páginas, suas leitoras encontram, a cada edição, diferentes seções e saberes. São recorrentes as reportagens com ídolos da música, do cinema e, principalmente, da televisão onde os famosos revelam sua intimidade, com quem namoram, o que fazem, como é seu cotidiano, etc. Além destas são publicadas "dicas" sobre a programação de *shows*, eventos e um guia de compras com preços e endereços.

Com relação ao corpo, a *Revista* faz várias prescrições. Além de apresentar algumas colunas fixas onde versa sobre "beleza" e "saúde", o corpo é

constantemente dito nas suas páginas, seja quando trata de moda, de comportamento, de sexualidade e de atividade física. Como parte de uma pedagogia cultural, a *Capricho* ensina através de seus editoriais, sobre os usos do corpo, e ainda para onde os desejos dos sujeitos podem ser canalizados, assim como os interesses que devem ter por diferentes intervenções no e sobre o corpo criando representações sobre cada indivíduo, sobre os outros e sobre o mundo. Não podemos esquecer que o corpo está sempre mergulhado em campo político onde as relações de poder têm alcance imediato sobre ele, elas o investem, o marcam, o dirigem, o suplicam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhes sinais. Há aqui um saber sobre o corpo que não é exatamente a ciência de seu funcionamento mas do um controle de suas forças e esse saber e esse controle constituem o que se poderia chamar a tecnologia política do corpo (Foucault, 1988).

Tecnologia essa que se encontra presente nas páginas da *Revista Capricho* - e não só nelas - e em diferentes instituições da vida cotidiana, "educando" o corpo: seu jeito de ser, se comportar, vestir, andar, aparentar, etc. Afinal,

o corpo é resultado de diversas pedagogias que o conformam em determinadas épocas. É marcado e distinto muito mais pela cultura do que por uma presumível essência natural. Adquire diferentes sentidos no momento em que é investido por um poder regulador que o ajusta em seus menores detalhes, impondo limitações, autorizações e obrigações para além de sua condição fisiológica. Um poder que não emana de nenhuma instituição ou indivíduo e muito menos se estabelece pelo uso da força, mas sim pela sutileza de sua presença nas práticas corporais da vida cotidiana (FRAGA, 2000, p. 98).

A produção do corpo é, portanto, um dos temas recorrentes desta pesquisa pois está presente no *corpus* da *Capricho* referindo-se, fundamentalmente, aos cuidados necessários para fazer do corpo adolescente feminino um corpo belo, atraente, saudável, atual. As *top models*, por exemplo, são referências a falar da beleza: são exibidas de forma a revelar silhuetas longilíneas, falar de suas preferências estéticas, "glamourizar" um estilo de vida, despertar sonhos e vontades cuja centralidade na estética, pressupõe uma atitude já naturalizada de que o interesse

primeiro que todas as garotas sustentam se refere ao cuidado com sua aparência. Cuidado este que na *Capricho* é complementado pelos anunciantes da indústria da moda e da cosmetologia, parceiros imprescindíveis na conquista do idealizado "look"¹². Estes discursos, aliados a outros presentes na *Revista* aparecem, em última instância, muito bem articulados aliando a mensagem publicitária à lógica do consumo e, por conseguinte, seduzindo as garotas, em especial aquelas que querem estar atualizadas sobre o "mundo jovem". Especificamente, em relação a sua aparência, vão sendo apresentadas estratégias para atender não só a um determinado padrão de beleza, mas a uma permanente busca de se ter/ser um "look," entendido aqui como uma imagem individualizada e instantânea que deve tornar-se visível. Nas palavras de Baudrillard (2000, p. 22), "no es: yo existo, estoy ahí, sino: soy visible, soy imagen, look, look!"

Dito assim, o "look" que se busca parece não ser apenas o de um corpo saudável mas uma forma publicitária e instantânea, uma performance, como bem demonstra Beatriz Sarlo (2000), ao analisar as formas através das quais o consumo vem adquirindo tamanha centralidade na cultura contemporânea. Para esta autora, a cultura do consumo gera novas aprendizagens de forma a fazer com que aprendamos um modo publicitário de falar, de vestir e de pensar, e também, nos reconhecemos através de uma estética publicitária que localiza-se para além da venda de produtos pois também é uma pedagogia que nos ensina valores.

Isto é, a *Capricho* produz ensinamentos sobre a estética dos corpos cujas decisões cotidianas não são feitas necessariamente de forma livre e racional. "Em vez disso, elas são codificadas e inscritas por compromissos emocionais e corporais relacionados à produção do desejo e do afeto, os quais levam, de acordo com a famosa frase de Noam Chomsky, à "fabricação do consentimento" (STEINBERG, 1997, p. 112).

¹² *Look* - do inglês (olhar). É o estilo, a aparência final, resultado total da composição de roupas, acessórios, maquiagem, cabelo e que se percebe em uma única "olhada". No Brasil, equivale a visual (Kalil, 1997).

Consentimento este que parecer ser aceito por diferentes produções culturais endereçadas à mulher quando tem como tema a construção do seu corpo exercendo, o que identifico como sendo uma forma, talvez sutil, de controle sobre o corpo feminino. Como afirma Silvana Goellner, ao analisar sobre a representação de corpo da mulher na mídia:

A mulher é valorizada pelos seus atributos físicos, observados como as suas principais qualidades. Qualidades essas que parecem existir apenas com o objetivo de atrair o olhar do outro (...) Se o corpo feminino desvencilhou-se dos espartilhos e hoje exibe-se e é exibido pela televisão de forma mais liberta, sensual e provocante, ele é também limitado por novos espartilhos: os padrões estéticos criado para serem os modelos de representação do feminino (GOELLNER, 2001, p. 31).

Com relação à saúde, é possível observar que a *Capricho* elege estratégias voltadas para a divulgação de práticas de promoção de saúde e qualidade de vida, principalmente nas seções que falam da atividade física e da relação destas com o gerenciamento do corpo. Ao mesmo tempo que se fala às meninas sobre os cremes da cutis e do cabelo, da roupa e dos acessórios como ingredientes do embelezamento, fala-se também da necessidade de cultivar uma disciplina "atlética" em relação à prática das atividades físicas na medida em que o desejo seja o de construir e sustentar um corpo sarado.

Por certo há ambigüidades nessas representações mas é necessário afirmar, desde já, a quase inexistência de fronteiras delimitadas a separar as representações de um corpo considerado bonito e saudável, daquele que pratica atividade física orientada e que cumpre uma dieta balanceada. Além disso a mensagem é clara: cabe a cada garota fazer a sua parte. A *Capricho* informa, apoia, está atenta às novidades e procura atender às expectativas. Função essa explicitada pela própria *Revista*, ao afirmar que sua missão "é informar, emocionar, divertir, apoiar e orientar a menina enquanto ela caminha para o mundo dos adultos" (MIRANDA, 2002, p. 1).

Pensando, outra vez com Rosa Fischer:

Ao lado de uma função objetiva de informar e divertir espectadores, por exemplo, haveria na mídia uma função explícita e implícita de 'formá-los', e isso em nossos dias não escapa à produção e veiculação de técnicas e procedimentos voltados para a relação dos indivíduos consigo mesmos, matéria-prima de grande parte dos produtos televisivos e das matérias de jornais e revistas (FISCHER, 1996, p. 174).

Formar a adolescente feminina é, também, ensiná-la a perceber que o sucesso e a responsabilidade para viabilizar e concretizar o empreendimento de construir um corpo aceito e valorizado pelos padrões culturais de seu tempo vai depender de seu esforço pessoal. De sua vontade, disciplina e auto-controle. Enfim, conhecidas todas as ferramentas para esculpi-lo o resultado vai depender dela. Só dela.

Não há dúvidas de que os textos e as imagens produzidas e veiculadas nas páginas da *Revista* sobre o corpo adolescente ensinam, educam, colocam em ação suas verdades, definindo ainda como é esse corpo. Atuam, portanto, no governo dos corpos. Razão pela qual, ao pretender desnaturalizar saberes lá naturalizados, recorro a Sandra Corazza, para quem "o que funciona é exercitar a suspeição sobre a própria formação histórica que nos constituiu e constitui, e interrogá-la sobre se tudo o que dizemos é tudo o que pode ser dito, bem como, se aquilo que vemos é tudo o que pode ver" (2002, p. 119).

Ao analisar a *Revista Capricho*, através de suas centenas de páginas, identifiquei que alguns temas são recorrentes e a todo momento são repetidos e destacados, sob diferentes formas e estratégia. A temática da beleza, que se confunde com saúde; a atividade física como um espaço privilegiado de construção do corpo e a constante referência à moda como uma entidade a balizar a aparência e evidenciar comportamentos e do *look* a garantir um estilo pessoal e único. São inúmeros os editoriais, as reportagens e artigos a dizer o que é ser adolescentes como são inúmeras, também, as imagens a mostrar atitudes e corpos que não apenas são mas retratam um jeito adolescente de ser. Imagens que não são apenas mera ilustração, mas que também são textos através do quais podemos ler o que é ser uma adolescente.

Assim, ao mesmo tempo que escolho, sou capturada por esses textos e essas imagens; eles/as reclamam meu olhar, fazem com que eu exercite minha atenção e procure entender o que é dito às meninas e através de quem tudo é dito. Analisar estes textos e estas imagens e os diferentes modos através dos quais a *Capricho* constrói e veicula representações de corpo adolescente feminino é o objetivo primeiro desta pesquisa. Afinal, como está escrito em um de seus documentos de divulgação: " a *Capricho* é a revista que entende e respeita as idéias e valores da adolescente, faz a menina chegar a uma opinião mostrando com clareza os assuntos do universo dela" (MIRANDA, 2002, p. 2).

MEXA-SE

É recorrente a presença de temas como saúde e beleza nas páginas da *Capricho*. A maneira pela qual figuram em diversas reportagens da *Revista* possibilita entender que ambas se relacionam e se completam. Razão pela qual, é extremamente difícil discuti-las em separado, visto que suas fronteiras estão, constantemente, atravessadas. Isto é: fala-se de saúde como sinônimo de beleza e vice-versa, ou ainda, como uma sendo determinante da outra.

Ao folhear as páginas da *Capricho*, a adolescente encontrará uma série de conselhos, dicas e ensinamentos direcionados para a obtenção de um corpo saudável e belo: ora são textos que se referem aos cuidados com os cabelos ou com a pele, ora estão chamando a atenção para o consumo anunciado como correto de determinados alimentos, ora sugerindo a urgência de sustentar o que designa de "boa forma". Estes temas estão distribuídos de forma assistemática em suas páginas através de algumas seções que apresentam títulos como "saúde", "beleza", "clínica de beleza", "mexa-se", "pronto-socorro", entre outras. Estas seções contemplam textos e imagens, insistentemente articulados de forma a mostrar, falar e indicar novos tratamentos e cuidados corporais, produtos, informações bem como serviços especializados, oriundos de diferentes áreas profissionais: nutricionistas, professores de educação física, esteticistas, médicos, fisioterapeutas, maquiadores, estilistas, *top-models*, atores e atrizes, entre outros. Enfim, ser saudável e bonita, nas páginas da *Capricho* são faces de uma mesma moeda.

Ainda que seja impossível separar uma face da outra, entendo que há especificidades a serem percebidas e ressaltadas. Nesse sentido, identifico a ênfase na atividade física um dos caminhos apontados pela *Revista* para a aquisição de um

corpo belo ainda que seus conselhos não se restrinjam a ela. Para além da exercitação, é freqüente uma série de outras dicas e conselhos direcionados tanto ao embelezamento como à manutenção de um corpo em bom estado de saúde. Dentre as especificidades possíveis de serem percebidas encontra-se a ênfase conferida à aquisição de um estilo atlético de ser, observado por mim, como sendo um elemento constituidor de um corpo jovem, bonito e com saúde. Na *Capricho* são vários os textos e as imagens a dizer sobre essa relação. Vejamos uma delas:

A edição de número 865 apresenta uma discussão sobre o peso corporal. Com o título "Qual destas duas meninas está no peso ideal?", a reportagem se desenvolve a partir da comparação de medidas corporais de duas adolescentes que apresentam peso e altura relativamente próximos: Amanda tem 57,5 kg e mede 1,59 cm enquanto que Daniela pesa 55,3 kg e tem 1,60 cm. Feita essa identificação a *Revista* indaga: Qual delas apresenta um perfil saudável e está com o corpo esteticamente melhor?

Para responder tal questão, propõe a realização de uma investigação minuciosa sobre as especificidades corporais de cada garota, bem como analisa a rotina de cada uma delas no que diz respeito à prática de exercício físico, fazendo menção aos seus hábitos alimentares.

A primeira análise proposta está apoiada em um exame que objetiva verificar o índice de massa corporal (IMC) de cada garota. Índice este que, para a *Capricho*, pode informar se a pessoa está com o peso adequado para sua altura ou não. Além da avaliação do IMC, as garotas foram submetidas a outra avaliação capaz de definir a sua composição corporal. Ou seja, uma avaliação que determina o valor da Massa Gorda e da Massa Magra apresentadas pela *Revista* como sendo, respectivamente, a quantidade de gordura presente no corpo em peso e o peso dos músculos, ossos e vísceras.

Afirma a reportagem que a primeira garota está 4,5 kg mais pesada que a segunda. No entanto, quando prosseguem as análises da Massa Gorda e da Massa Magra de cada uma o que se constata é que a garota considerada mais pesada, na verdade, apresenta 19% do seu peso de Massa Gorda ao passo que sua companheira de teste

apresenta neste mesmo item um índice percentual de 23% do seu peso total. Ou seja, a mais pesada tem um percentual de gordura menor do que a mais leve e possui os músculos mais desenvolvidos e definidos. Observação esta que permite a autora da reportagem, Tatiana Schibuola, expressar a seguinte conclusão: "na verdade nem sempre quem está com menos peso está em melhor forma física" (2001, p. 69).

Ainda que as adolescentes escolhidas para constituir os exemplos dessa matéria não sejam consideradas fora dos padrões tidos como normais pela Organização Mundial de Saúde (percentuais entre 20% e 25% de IMC para esta faixa etária), a *Capricho* reafirma estarem as duas dentro de seu peso ideal. No entanto, estabelece diferenciação entre elas, hierarquiza-as:

Esteticamente, porém, Amanda parece estar muito melhor. E está: apesar de ser 4,5 kg mais pesada que Daniela, que ainda é 1cm mais alta, Amanda tem um percentual de gordura menor. (...) A diferença entre as duas se explica pelo estilo de vida. Amanda é atleta: treina nado sincronizado todos os dias por cerca de quatro horas. Ela também faz musculação duas vezes por semana. Daniela faz aulas de axé três vezes por semana, mas não controla a quantidade de doces, frituras e alimentos gordurosos em sua alimentação (SCHIBUOLA, 2001, p. 68).

Para a *Capricho*, o ato de não controlar a alimentação faz com que o corpo de Daniela seja considerado não apenas diferente do de Amanda mas ainda esteticamente pior. Razão pela qual, ela deverá estar atenta aos usos que faz do seu corpo, revendo sua prática de atividade física e o controle alimentar se assim desejar investir na boa saúde e na construção de um corpo "melhor" pois como demonstrou a reportagem, baixo peso nem sempre pode ser considerado sinônimo de saúde e de boa forma.

O importante, diz a *Capricho*, é movimentar-se visto que um dos principais fatores a determinar se a garota tem um corpo saudável e esteticamente bonito reside na sua opção por um estilo de vida. Mas também não é qualquer estilo: o estilo promovido por esta revista é o "atlético". Assim o estou denominando porque observo com certa frequência nas suas páginas a exposição de corpos de atletas de

diferentes modalidades esportivas exibindo seus músculos trabalhados, sua performance atlética, o colorido de suas roupas, a sua determinação nos treinos, bem como corpos de pessoas famosas que cultivam esse estilo, aderindo a diferentes práticas corporais que lhes conferem definição da massa muscular, desenvolvimento da resistência e da força, assim como tantas outras qualidades e habilidades quanto lhes forem exigidas para tal.

Este estilo exige não só uma ação constante sobre o corpo mas, principalmente, um investimento a ser feito com rigor e disciplina. Ao submeter-se a uma rotina na qual o programa de exercícios físicos deve ser cuidadosamente planejado, preferencialmente acompanhado de uma dieta alimentar, essas prescrições não soam como uma novidade nas páginas da *Capricho*, elas estão por todos os lados. Afinal, está muito presente em nosso cotidiano a solicitação para que voltemos a atenção para a urgência de aderir a um estilo de vida ativa pois este é apresentado como um jeito de ser que, seguramente, irá prevenir os riscos de uma enfermidade que tenha as suas raízes no sedentarismo.

Entendo que esta é a mesma ênfase dada ao estilo atlético por mim identificado na *Capricho*, uma vez que ali está em curso o mesmo princípio, qual seja, o de aprender a cuidar da saúde e a se responsabilizar pelo próprio bem estar. Estas orientações, apresentadas como práticas de promoção da saúde, elegem como premente a necessidade de que os sujeitos adquiram um estilo de vida que contemple a prática do exercício físico e a alimentação correta, gerenciando sua saúde. Estilo este que passa a ser observado como um padrão através do qual os sujeitos podem ser julgados e posicionados de acordo com os diferentes papéis sociais que exercem em diferentes momentos e em diferentes lugares" (HALL, 1997 apud WOODWARD, 2000).

Ou seja, nesta reportagem, é possível verificar como a *Capricho* põe em ação uma forma não apenas de dizer que Daniela e Amanda são diferentes mas ainda de posicioná-las de forma diferente fazendo crer que uma é melhor que a outra. Ou, ainda, que o corpo de uma é melhor que o corpo de outra. Autorizada a fazer esta

classificação, a *Capricho* posiciona o corpo de Amanda como melhor do que o de Daniela, tanto do ponto de vista estético como da saúde pois insiste em registrar que, apesar de ter mais peso corporal, Amanda é um exemplo do corpo atlético visto que, o esculpiu mediante intensa prática de atividade física. Ao contrário de Daniela, cujo pecado é comer em demasia doces e alimentos gordurosos.

"Subindo pelas paredes" é outra reportagem a fazer referência ao estilo/corpo atlético. Paloma Cardoso, 19 anos, tetracampeã brasileira e campeã sul-americana de escalada *indoor* afirma que ao escalar não pensa em nada e esse é um ótimo momento para relaxar. Apesar de Paloma mencionar o relaxamento oriundo desta atividade como um dos pontos positivos desta prática, a ênfase dada pela *Revista*, na continuidade da matéria, aponta para outra direção, ao afirmar: "Basta dar uma espiada no corpo dela para ver que o exercício também é ótimo para definir os braços, as costas, a barriga e as pernas" (CAPRICHOS n.º 856, 2001, p. 75).

Outra vez é possível observar a grande proximidade entre a prática de atividade física, o estilo atlético e a beleza. Há, aqui, um apelo à construção de um corpo cuja imagem reafirma as marcas do imperativo feminino da beleza magra, do corpo ideal agora reconhecido, também, a partir da definição de seus músculos. Ou seja, lhe confere o estilo atlético, adquirido mediante sua movimentação e a exercitação utilizando-se, para tal, de todo um aparato de aparelhos e máquinas de modelar o corpo. Como bem afirma Edvaldo Couto,

A confecção de uma auto-imagem valoriza a cultura esportiva e suas técnicas de gerenciamento do corpo. Cada indivíduo a seu modo, mas também sempre de acordo com as publicações especializadas, responsabiliza-se pelo que considera boa forma e bom desenvolvimento corporal. O estilo de vida esportivo é visto como indicativo de saúde e beleza e se expande sob a promoção dos músculos e do amor pelo esbelto (COUTO, 2001, p. 50).

A *Capricho*, ao colocar em destaque esse corpo que será visto e admirado através da sua boa forma, entende que os cuidados com a saúde devem ser

traduzidos como investimentos necessários para a aquisição da beleza que, por sua vez, está associada ao vigor físico e à juventude - exemplo de um corpo saudável.

Esta mesma relação pode ser vista em outros tempos e em outras publicações que falam ao corpo feminino.

Silvana Goellner, ao analisar a primeira revista específica da área da Educação Física que circulou entre 1932 e 1945, chama a atenção para identificação que se faz, neste periódico, entre atividade física e beleza. Em um tempo onde a cosmetologia ainda não era desenvolvida em nosso país, o exercício físico, identificado como uma forma de fortalecer o corpo feminino em função da condução de uma boa maternidade,¹³ era aconselhado, também, para a aquisição da beleza. De uma beleza que apresentava seus próprios cânones conforme os ideais da época, qual seja da harmonia entre os diferentes segmentos corporais evitando que o corpo exercitado apresentasse desproporcionalidades que lhe tirariam a graça, a elegância e a suavidade.

Para ser bela, há que fazer exercício físico: exercícios para as pernas, o abdômen, o rosto, as mãos, os ombros e braços, a cintura, os pés, exercícios para desenvolver a flexibilidade e agilidade, para ativar a respiração, os músculos, as glândulas e os hormônios, para diminuir o peso, para modelar o corpo... Para ser bela, há que abandonar velhos hábitos como o uso do espartilho, das cintas e das roupas apertadas que deformam o corpo, pois beleza exige movimento. Exige um corpo em movimento (GOELLNER, 1999, p. 29).

Mesmo que fossem outras as representações de beleza deste tempo, cabe ressaltar que, no Brasil, é no início do século XX que a atividade física para as mulheres passa a ser incentivada, inclusive pelo discurso oficial, não apenas como uma possível forma de tornar seu corpo mais forte para enfrentar os desafios de uma vida ativa e para a condução de uma maternidade sadia mas também para o seu embelezamento. Incentivo esse que veio, também, acompanhado de um discurso que

zelava pela manutenção de sua feminilidade. Isto é, as atividades físicas eram tidas como necessárias e importantes para a constituição do corpo feminino desde que não ultrapassasse alguns limites impostos pelos padrões, conceitos e preconceitos vigentes no período. O cuidado maior era de que, a mulher ao se exercitar, acabasse se "masculinizando", ou seja, que perdesse aquelas características tidas como inerentes ao seu sexo.

Nem viragos, nem lindas flores débeis de estufa diz a Educação Física. Nem excesso de competição nem inatividade física, mas beleza, saúde, graça, harmonia de movimentos, leveza, vigor físico, energia e delicadeza. Se é, portanto, necessária a exercitação do corpo da mulher que seja realizada de forma a que estejam garantidas as características que asseguram seu jeito feminino de ser (GOELLNER, 1999, p. 153).

Outros exemplos poderiam ser apontados acerca dessa relação e das formas através das quais ela se constituiu historicamente na sociedade brasileira mas esse não é o enfoque desta pesquisa. Quero apenas evidenciar que não é recente a relação entre atividade física e beleza e desta com a saúde. Dulcília Buitoni, por exemplo, evidencia que nos anos sessenta e setenta do século XX, algumas revistas femininas publicavam reportagens sobre libertação da mulher apresentando algumas discussões inovadoras. No entanto, ainda eram (e são) comuns as reportagens que se referem ao desejo de ser bela como uma forma de agradar o outro. De ser referência não para si, mas para outrem, no caso a figura masculina. Ao fazer essa reflexão cita a edição de maio de 1979 da Revista Nova que, entre outras dicas e recomendações, alertava às mulheres: "Corra! Suas pernas ficam bem torneadas), Monte! (seu bumbum fica mais firme), Nade! (seu busto fica mais bonito)" (1981, p. 114). Recomendações estas direcionadas para a aquisição de um corpo bonito a existir em função "deles".

¹³ Está em voga, neste período, a popularização de medidas eugênicas e higiênicas visando o fortalecimento do corpo do/a brasileiro/a observado como um meio de fortalecimento da própria Nação.

A aproximação entre representações de beleza e de saúde é um dos temas abordados por Sandra Andrade ao pesquisar outro periódico endereçado ao público feminino: a Revista Boa Forma. A autora elege para analisar um programa de atividade física proposto pela revista cuja denominação é "Desafio de Verão" centrando sua atenção no período de 1999-2001. Este é um programa que engloba dieta alimentar e treinamento físico a serem rigorosamente seguidos pelas leitoras que dele participam, cujo objetivo é preparar o corpo para poder estar em boa forma no verão. Sobre ele afirma Sandra:

(...) todo o programa *Desafio de Verão* caracteriza-se como um guia norteador de condutas femininas, pois a revista funciona como um instrumento de treinamento e educação do corpo, reforçado a cada mês - a cada edição - dizendo o que comer, como e quando, que atividades praticar, com que intensidade, com que roupa, horário e lugar, para finalmente ou com isso mostrar que há "um" corpo, "um" estilo de vida a ser conquistado e um outro que deve ser abandonado, negado. (...) São corpos controlados, vigiados, regrados que não cometem exageros, que não se excedem, porque inseridos em um discurso que alia bem estar físico e boa forma com estar saudável (ANDRADE, 2002, p. 97).

Mesmo que estar saudável, por vezes, pareça significar estar bonita, há que ressaltar que circula, também, em diferentes instâncias um discurso voltado para a promoção da saúde que apresenta a prática regrada de atividade física como um dos seus elementos basilares.

No campo da Educação Física, por exemplo, são várias as publicações a tematizar a relação entre atividade física e saúde. Na sua grande maioria são obras escritas a partir do conhecimento biológico tendo na fisiologia, na cinesiologia, na nutrição, no treinamento físico, entre outras, áreas a lhe dar sustentação. Concepção esta fundamentada no reducionismo e na naturalização no "trato com o corpo e com o movimento humano às suas dimensões biológicas ou naturais" (SILVA, 2001b, p. 91).

No entanto, este não é o único discurso a circular neste campo de conhecimento. Um livro a chamar a atenção para a ênfase conferida ao biológico do corpo e da atividade física intitula-se "O Mito da Atividade Física", de autoria de Yara Maria de Carvalho. Ao problematizar a relação hoje instituída entre saúde e atividade física, a autora argumenta que, ao longo do tempo, se estabeleceu aí um "mito". Mito este expresso na representação da atividade física como sendo saúde. Yara destaca, ainda, que um grande número de trabalhos desenvolvidos sobre a temática "saúde e atividade física" está orientado por uma concepção de saúde que a observa como sendo ausência de doença. Já a atividade física, por sua vez, é compreendida como a execução de práticas físicas por meio de diferentes modalidades esportivas (Carvalho, 1995).

Para justificar a utilização do termo "mito", a autora recorre à idéia de que o mito é uma verdade já instituída. Ou seja, é percebido de maneira espontânea sem que haja necessariamente uma comprovação. Com o advento da racionalidade moderna e com a valorização da ciência, o local da verdade deslocou-se para o pensamento científico abandonando, portanto, as formas míticas do saber. Com isso a autora está a afirmar que a ciência incorpora a idéia do mito visto que, não raras vezes, sua produção é observada como sendo absolutamente verdadeira pois a razão se sobrepõe ao mítico e ao espontâneo, por conseguinte está mais autorizada a dizer das verdades.

Assim, cientificamente comprovada como benéfica à saúde, a atividade física é apresentada como produtora da saúde induzindo a uma aceitação já naturalizada de que ela, por si só, pode ainda remediar a doença. Discurso esse muito vinculado à demonização do sedentarismo e à construção do estilo de vida ativo - sinônimo contemporâneo do ser saudável (Fraga, 2002). Em outras palavras, é possível perceber que à atividade física tem sido atribuída não apenas o poder de prevenir doenças, de acumular saúde mas ainda de retardar a manifestação da doença, mais especificamente as crônico-degenerativas, cuja incidência está relacionada, entre

outros fatores, ao estresse e a alimentação desequilibrada.¹⁴ Nesse sentido, muitas vezes saúde é vista como sinônimo de qualidade de vida sendo esta compreendida, também, "como algo a se alcançar. Algo que a prática do exercício físico pode fornecer" (DEVIDE, 2002, p. 77).

Ao refletir sobre diferentes concepções de saúde presentes na sociedade moderna, Yara de Carvalho (1995) afirma que, em vários momentos históricos e em diversos contextos culturais, os discursos que entendem a atividade física como responsável pela melhoria da qualidade de vida e, recentemente, também como uma forma de remediar a doença, criam nos indivíduos uma falsa consciência, imputando-lhes a responsabilidade para com o seu estado de saúde. Esta falsa consciência colabora para que se legitime um conceito de saúde entendido de uma maneira simplificada porque o coloca ancorado no biologicismo. Isto é, na ênfase no processo saúde/doença sem considerar os aspectos sociais envolvidos. Podemos ainda afirmar que está ancorado também no individualismo, posto que é ao sujeito que se imputa a responsabilidade pelo que acontece com o seu corpo, motivo pelo qual, os cuidados para consigo determinam ou não o seu estado de saúde.

Reflexões semelhantes a estas foram feitas pela pesquisadora australiana Deborah Lupton (2000), ao analisar os discursos de promoção de saúde na vida cotidiana de sujeitos de vários países: Austrália, Estados Unidos, Inglaterra, Escócia, País de Gales, etc. Ao fundamentar-se em vários estudos direcionados para o mesmo objetivo, a autora alerta para o fato de que os discursos oficiais sobre a saúde são freqüentemente incorporados nas falas das pessoas quando questionadas sobre esse tema. Para tecer essas considerações, cita a pesquisa de Saltonstall (1993), onde

¹⁴ O alcance dessa "preocupação" pode ser observada em programas que pretendem mobilizar a população em torno dessa temática. Como exemplo temos o Programa denominado "Agita São Paulo" que vem se destacando ao mostrar a importância da atividade física para a saúde. Levando centenas de pessoas aos parques, para que se movimentem em manifestações que conclamam a população a dizer não ao sedentarismo. A tônica adotada é a da melhoria do estilo de vida, da diminuição dos riscos de doenças e de tornar o cidadão mais ativo. E desse modo todos devem aprender que saúde e beleza depende do estilo de vida ativa e do esforço de cada cidadão e cidadã. Para maiores informações, consultar a *home-page* do programa: <http://agitasp.locaweb.com.br/>

foram entrevistados homens e mulheres de classe média americana cujos resultados evidenciaram que a concepção de saúde mais evidente nos depoimentos estava relacionada à realização do eu individual, resultante de ações individuais direcionadas para a manutenção do corpo. Nesta pesquisa, tanto mulheres como homens referiram-se, por exemplo, a evitar o fumo, fazer dieta e abster-se de beber como sendo cuidados essenciais à saúde. A saúde, para eles/elas, era associada a ter um corpo "sarado", a ser esbelto e estar em forma. Na fala de um dos entrevistados:

Saúde para mim é a comida que você come. O modo como você se conduz, as roupas que você veste, a sua altura, a gordura corporal, a tonicidade da pele ou se você está doente. Penso que se você se cuida, fazendo ginástica, comendo direito... se tornará mais forte e saudável (SALTONSTALL, 1993, apud LUPTON, 2000, p. 23).

A representação de saúde apresentada no discurso oficial e identificada por Lupton, é bastante próxima da que hegemonicamente aparece na *Capricho*. Ou seja, da saúde como uma busca individual cuja conquista se dá através de práticas corporais que revelam o cuidado com o corpo, expresso no compromisso, reafirmado cotidianamente, com a atividade física e com a alimentação correta. De um modo geral está centrada na capacidade que cada sujeito desenvolve para se ajustar a esta maneira de viver.

Sobre essa questão chama minha atenção a reportagem "Garotas de Ferro" publicada em uma seção que a revista intitula "Vida Real". É uma reportagem construída a partir do depoimento de três adolescentes que relatam sua rotina marcada pela ênfase na atividade física, identificada por elas como a responsável por diversas mudanças ocorridas em suas vidas.

Definidas pela *Capricho* como as "verdadeiras garotas superpoderosas"¹⁵, a *Revista* não deixa de registrar que estas são garotas que enfrentam quilômetros de

¹⁵ Alusão feita às "Meninas Super-Poderosas" que são três personagens de um desenho animado exibido pelo canal de TV Cartoon Network. Florzinha, Lindinha, e Docinho foram criadas em laboratório e se transformaram nas heroínas da cidade de Townsville. Elas possuem, entre outros, o poder de voar.

distância só pelo prazer de encarar desafios. E são mesmo muitos quilômetros: Luana Souza, 14 anos, treina *duathlon*, uma combinação de natação e corrida; Luciana Blotta, 16 anos, fazia o tipo preguiçosa. Hoje corre 10 km por dia e aos sábados faz 16. Já Tatiana Stimch, 15 anos, participa com o pai, o irmão e o namorado de uma equipe que disputa provas de corrida de aventura que mistura *bike*, *trekking*, cavalgada, *rapel*, *canyoning*, canoagem, *rafting* e escalada, tudo no meio do mato. Tanto quanto ela, Carolina Ramos, de 20 anos e Mariana Dal Canton, 19, participam deste tipo de prova. A reportagem apresenta, ainda, Viviane Dias, 18 anos, que "é capaz de nadar 1,5 km, pedalar 40 km e, em seguida, correr mais 10 km" (SCHIBUOLA, 2002a, p. 76-77).

O poder das garotas é representado pela *Capricho* como sendo a capacidade que elas têm de subtrair prazer em atividades que envolvem um intenso esforço físico, transcendendo a todos os obstáculos, limites e fronteiras. Ao terminar duas provas de corrida de aventura de 50 Km Tatiana assim se refere ao seu esforço: "Não dava para agüentar a dor nos pés; perder só aumentou a vontade de ganhar" (Ibid., p. 70). Esse sentimento é recompensado pela possibilidade da vitória, que não necessariamente, está ligada a vencer outra equipe mas ainda a vencer os seus próprios limites e o limites de seu corpo.

Ao falar sobre a mesma modalidade esportiva, Mariana expressa o sacrifício inerente à conquista desse estilo atlético. Diz: "A gente só come barrinha de cereal, carboidrato em gel. Sente fome, sede, dor e câibras mas tem que seguir em frente" (Ibid., p. 70). Sacrifício esse que é recompensado pelo olhar do outro, como indica Luana: "Às vezes fico tão cansada que sinto vontade de desistir no meio da prova. Mas aí vejo as pessoas, torcendo, e vou até o fim. É bom ouvir as pessoas gritando por você" (Ibid., p. 70).

Essas garotas, além de serem apresentadas como exemplos da "Vida Real" por encarnarem um jeito atlético de ser produzem efeitos de verdade. Isto é, através de suas falas e de suas peripécias atléticas garantem que, mediante a prática de atividades físicas, é possível vir a se tornar uma verdadeira garota superpoderosa:

capaz de enfrentar os desafios que coloca para si no seu cotidiano, agradar aos meninos, ser saudável e estar de bem consigo mesma. Ou seja, a *Capricho*, ao dar voz a estas garotas, está a ensinar que tanto quanto elas, é possível ser uma garota de ferro. Além disso informa que a atividade física é um espaço a educar nesse sentido pois finaliza a reportagem com a seguinte afirmação "o esporte ensina que a gente pode atingir qualquer objetivo" (SCHIBUOLA, 2002a, p. 80).

Afirmar que a *Capricho* produz efeitos de verdade significa reconhecer que a linguagem através da qual ela comunica o que quer comunicar, não é só um recurso publicitário. Ela assume um lugar central na construção dos sentidos através dos quais os sujeitos se reconhecem e reconhecem ao outro. Como afirma Dagmar Meyer, "a linguagem produz aquilo que reconhecemos como sendo o real ou a realidade, ao mesmo tempo que produz os sujeitos que aí estão implicados" (1988, p. 17).

Ainda que a saúde não seja mencionada na fala das "Garotas de Ferro" é possível perceber, pela construção que a própria *Revista* faz nesta reportagem e em outras, que a atividade física é representada como um dos elementos constituidores do que venha a ser saúde e também beleza. Ela é representada como uma verdade a configurar os corpos e a fazer crer que sua prática vai, verdadeiramente, modificar o corpo da leitora que nela se engajar, tornando-o mais belo e saudável. Nesse sentido, a referência ao emagrecimento causado pelo desgaste físico, ao enrijecimento dos músculos, ao desaparecimento das gorduras adquirem significados que estão para além da preocupação com a aquisição de um estado de saúde estável. São significados culturais que se produzem e reproduzem de acordo com os padrões estéticos do momento e que, nas páginas da *Capricho*, dirigem-se para o corpo esculpido mediante a exercitação. Essa percepção me remete às análises de Deborah Lupton ao afirmar:

quando estes significados culturais são examinados, o desejo de "boa saúde" torna-se um componente menos significativo nas razões pelas quais as pessoas se engajam nos regimes de exercícios, sendo substituídos por preocupações engendradas por poderosas ideologias de moralidade, ascetismo, auto-disciplina e controle que subjazem aos padrões de consumo em uma cultura direcionada para a auto-promoção

e a boa aparência (WERMICK, 1991; FEATHERSTONE, 1991, apud LUPTON, 2000, p. 32).

A concepção de saúde ancorada no biologicismo e no individualismo é bastante difundida nas sociedades ocidentais contemporâneas e tem história: começa a se estruturar de uma forma mais evidente no século XIX. Não que antes não houvesse saberes direcionados para a cura de doenças mas estes eram diferentes e não eram prioritariamente saberes do médico.

Para Ricardo Ceccim (1998), a medicalização da vida surge com o nascimento da medicina moderna que vê na doença um objeto científico da medicina, cabendo ao médico sua cura e prevenção. A partir desta afirmação, identifica três perspectivas paradigmáticas para entender a relação saúde e doença: a medicalização, a atenção primária de saúde e a da defesa da vida.

A primeira delas está profundamente relacionada com a institucionalização da medicina, em especial, com a prática hospitalar e o consumo tecnológico. Assim, de certa forma, institucionalizam-se, também, todas as necessidades individuais e coletivas, o que acaba por legitimar o entendimento de que saúde é problema médico, ou seja, gira em torno das práticas médicas. A possibilidade de se fazer o diagnóstico das doenças e a promoção da cura através do tratamento com medicamentos, cirurgias e internações hospitalares, por exemplo, tornam a ação médica determinante para a promoção da saúde assim como sua prevenção. Nas palavras de Ceccim:

Na medida em que o cientificismo médico presume que seja possível uma clínica universal das doenças, elimina do diagnóstico, da intervenção e da cura os significados da doença, as repercussões sociais e psicológicas dos problemas de saúde tanto para os doentes, como para aqueles que o rodeiam (CECCIM, 1998, p. 42).

Esta concepção de saúde e de doença repercutiu na compreensão do que seja o corpo humano e ele é observado como se fosse uma máquina cujas peças devem estar

em perfeito funcionamento para que o todo esteja bem, diga-se, saudável. É como se o corpo pudesse ser analisado em partes, em pedaços, em sistemas, em fragmentos. Razão pela qual, não raras vezes em programas de educação para a saúde a metáfora do automóvel é mencionada, onde o alimento é o combustível, os sistemas vitais são o motor, os médicos são os mecânicos a reparar peças danificadas, os medicamentos são aditivos; enfim, uma série de comparações que buscam evidenciar o funcionamento do organismo humano a partir da lógica mecânica do funcionamento das máquinas.

A concepção denominada de "atenção primária de saúde", traz em si alguns avanços ao procurar trabalhar a relação saúde-doença a partir de práticas que envolvem a saúde da família, o atendimento domiciliar, a distribuição dos serviços de saúde, através da instalação de pequenos postos de atendimento em diversas regiões. Inova ao apresentar os serviços de um novo personagem a atuar no campo da saúde, principalmente em comunidades, que é o agente de saúde. Estas práticas trazem novos entendimentos acerca da relação saúde e doença, possibilitando compreender como fundamental não apenas o contexto individual de cada pessoa mas ainda o familiar e social ainda que, a dimensão da cura continue ligada à medicalização.

A terceira perspectiva paradigmática apresentada por Ceccim intitula-se "A defesa da vida" e focaliza a atenção da saúde a partir da valorização da vida. Baseando-se nos escritos de Gastão Campos, o autor afirma que o ponto de vista da saúde como defesa da vida coloca em questão "uma atenção de saúde em que não se pode tomar as doenças como objeto da prática sanitária se não as olharmos, também, como expressão particular da construção da vida e se não entendermos os sofrimentos como inseridos em agrupamentos sociais específicos" (CECCIM, 1998, p. 47).

Nessa perspectiva, é possível desconstruir a polarização que a medicalização estabeleceu entre médico e paciente visto que outros elementos surgem como importantes a serem considerados, quando se aborda a relação saúde-doença e estas passam a se referir à processualidade do pensar-sentir-querer individual e coletivo inscrevendo experiências no movimento de inventar a vida. Saúde *passa a ser, portanto,*

aquele estado capaz de potencializar nossa capacidade humana (orgânica-intelectiva-afetiva) de estabelecer uma vida social de acordo com nossa necessidade de uma existência alegre e geradora permanente de transformações individuais e coletivas (Ibid., p. 43).

A recorrência à explicitação destas três perspectivas paradigmáticas permite observar que, desde o nascimento da medicina moderna até chegarmos ao século XXI, não há conceitos definitivos nem fixos sobre saúde e sobre doença. Nem tampouco são estes conceitos em oposição, visto que ambos dizem respeito à sobrevivência e à própria produção da vida.

Esta breve incursão sobre algumas das diferentes maneiras de pensar o significado da saúde e da doença e de como, em diferentes contextos temporais e espaciais, vem se estabelecendo esse diálogo, contribui para entendermos de uma forma mais explícita o quanto as tentativas e mudanças nos programas de Saúde Pública nos afetam, de um ou de outro modo. E mais, o quanto determinadas concepções de saúde veiculadas pela mídia além de nos interpelarem contidamente também nos representam e constituem.

Pensando especificamente no meu objeto de pesquisa que também é um produto da mídia, é possível identificar que os discursos sobre saúde que circulam nas páginas da *Capricho* aproximam-se muito da perspectiva paradigmática denominada por Ceccim de "medicalização", especialmente pela concepção de corpo privilegiada em um número significativo de reportagens. Estou a me referir ao corpo dito e constituído pelo saber biomédico, estruturado a partir de uma perspectiva matemática que generaliza medidas, padrões e patamares de desenvolvimento, índices corporais, sobrepondo-se aos significados que incorporam e as próprias diferenças culturais que lhe marcam. Corpo esse largamente exibido e constituído pela mídia, inclusive pela *Capricho*. Afinal, "A intermediação das imagens veiculadas acaba por constituir parte dos indivíduos e das culturas: o corpo assume os traços destas imagens e dos artigos ali expostos, em detrimento de raízes étnicas e culturais da individualidade em questão" (SILVA, 2001b, p. 93-94).

Cabe ressaltar que a lógica da matematização, metrificacão¹⁶ e da quantificacão do corpo, apesar de serem exercidas individualmente e sobre cada indivíduo é, acima de tudo, uma construçã social e cultural, como bem mostra a *Capricho* ao informar, constantemente, as meninas sobre os cuidados que devem ter em relaçã ao controle de seu peso e de suas medidas. É produto, também, de um tipo de ciência que, ao estruturar-se pela lógica da descriçã matemática da natureza e pelo método analítico, não inclui nem valoriza nas suas análises, juízos de valor, nem mesmo se preocupa com as experiências de quem vive esse corpo. Como bem lembra Silvino Santin, utilizando-se das palavras de Henri Atlan: "o cientista precisa desdobrar-se para elaborar algo de reproduível, mensurável, objetivável, excluindo assim de seu campo de investigacão tudo o que é "subjetivo" e que funda justamente boa parte de vivido" (ATLAN, s.d., apud SANTIN, 2000, p. 22).

As informações sobre o controle do corpo sã veiculadas, nas páginas da *Capricho* de forma leve, divertida, colorida e moderna. Sã desenhos, fotografias, pequenas dicas que apresentam, por exemplo, a quantificacão das calorias de diversos novos produtos alimentares com baixas calorias, os aparelhos e acessórios de última geraçã utilizados nas academias, os lançamentos de roupas apropriadas para a exercitaçã do corpo, os testes a lhes dizer acerca da prática esportiva que lhe corresponde. Enfim, nesse universo repleto de imagens coloridas e alegres há também um texto cuja leveza se traduz em uma escrita que possibilita uma leitura fácil porque possui uma linguagem bem próxima à das leitoras, cheia de jargões e gírias, educando, dessa forma, para aquilo que comunica.

Estes textos, geralmente curtos e objetivos, acabam por educar, também, o olhar. Quer dizer, a adolescente aprende a olhar para o seu corpo e vê-lo a partir de alguns conhecimentos da medicina, da nutriçã, da biologia e da fisiologia. E, também,

¹⁶ No parecer de aprovaçã do projeto desta dissertaçã, o professor Silvino Santin argumentou que a matematizaçã, diferentemente da metrificacão envolve conteúdos numéricos abstratos. Nesse sentido, seria pertinente falar em metrificacão do corpo visto que pode ser expresso tanto por quantificadores matemáticos mas também por quantificadores

a partir dos padrões estéticos que são construídos por este tempo e esta cultura ensinando-lhes sobre o corpo que é preciso ter. E este não é qualquer corpo: é um corpo que deve se aproximar e atender às escalas de pesos e medidas; é o corpo passível de, a todo momento, ser comparado a outros e, por consequência, ser classificado dentro do que considera normal e ideal. Estas práticas são reforçadas constantemente não só nas páginas da *Capricho*, mas em diversos outros espaços onde circulam informações sobre saúde, atividade física e beleza de forma a parecer absolutamente natural o universo comparativo das medidas.¹⁷

Decorrente desta ênfase biológica conferida ao corpo e da forma matematizada com que é medido, pesado, avaliado e hierarquizado é possível perceber a existência de uma forma de apresentá-lo e representá-lo onde impera a sua fragmentação. A sua análise é feita, sobretudo, através de seus segmentos, do detalhe de seus músculos, em especial, quando a ênfase situa-se no aperfeiçoamento físico seja objetivando o rendimento esportivo ou fins estéticos.

O corpo fragmentado é evidenciado em diferentes situações na *Capricho* e sobre ele a *Revista* tece conclusões, indica especialistas a turbiná-lo, faz indicações em relação a pequenos e grandes reparos, enfim, distribui conceitos e dicas para melhorar a condição física e também a saúde e a beleza dos leitores/as. A metáfora da máquina, cujas partes constituem um sistema, ainda que não explicitado em palavras, é recorrente em diferentes situações, principalmente, quando são apontados alguns defeitos a serem corrigidos. Como afirma Alexandre Vaz, "a imagem da máquina sustenta e reforça a idéia do rendimento" (1999, p. 103). Ao olhar para o corpo com essa lente do rendimento e da funcionalidade de partes que precisam se ajustar, para que o tempo e as atividades possam gerar economia de esforço, observamos que a consciência mecânica do corpo, de certo modo, predomina, sendo importante não só para o desenvolvimento do esporte, como também para a

da linguagem discursiva como, por exemplo, gordo, alto, etc. Nesta dissertação tomo estes termos como a forma através das quais se quantifica, seja pela matemática, seja pela métrica.

¹⁷ Sobre esse tema ler Ana Márcia Silva, *Corpo e diversidade cultural*. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, vol. 23, n. 1, 2001.

estruturação de um pensamento esportivo e de uma sociedade esportivizada, onde corpo e máquina constantemente se confundem (Ibid., p. 104).

A reportagem denominada "Na Linha" cujo subtítulo é "Corrija a postura e ganhe uma silhueta mais bonita e saudável" pode ser tomada como um exemplo a evidenciar que há, ali, um conhecimento fragmentado do corpo; conhecimento este que já está naturalizado quando o assunto é, por exemplo, a busca de um modelo de corpo. O corpo-referência, apontado por Ana Márcia Silva (2001b): o corpo a partir do qual as ciências biomédicas estruturam suas verdades.

Nesta reportagem a leitora é convidada a fazer um teste para checar a qualidade de sua postura e diagnosticar se esta apresenta ou não algum problema. A ênfase dada pela *Revista* recomenda a leitora a dirigir-se para a frente do espelho de modo que o corpo possa ser investigado minuciosamente observando, por exemplo, se o bumbum é arrebitado, se os joelhos estão afastados mesmo com os pés juntos e se os ombros estão curvados para frente. Se for encontrada pelo menos uma destas alterações corporais, diz a matéria, "a sua postura não está recebendo a atenção que merece" (CAPRICO n.º 863, 2001, p. 108).

Feito o diagnóstico, a *Revista* dá voz e autoridade a três profissionais da saúde que, de forma sucinta, fazem as suas explicações: "A maioria dos casos de má postura é provocada por maus hábitos; (...) não fazer esporte, ficar muito tempo sentado e dormir em colchão mole são exemplos de situações que fazem mal à coluna", diz o presidente da Sociedade Brasileira de Reeducação Postural Global, Oldack Borges de Barros (Ibid., p. 108). A correção do defeito direciona-se para o alongamento e o fortalecimento dos músculos sendo, nesse momento convidada a dizer de seu saber, Vera Roncati, do Hospital Albert Einstein, que proclama: "os melhores resultados ocorrem até os 18 anos quando a musculatura ainda está flexível" (Ibid., p. 108). Para finalizar, a *Capricho* recorre ao saber especializado, através do depoimento do ortopedista Eduardo Puertas que afirma: "A postura ruim altera a estrutura do corpo todo" (2001, p. 109).

Feitas estas considerações a reportagem apresenta três imagens onde uma adolescente é fotografada fazendo seis exercícios diferentes: dois para cada "problema" diagnosticado: joelhos afastados, bumbum arrebitado e ombros curvados, cuja solução reside no trabalho muscular localizado. Assim, quem tem bumbum para dentro e joelhos afastados, deve alongar os músculos abdominais e da parte externa das pernas; se o problema é bumbum arrebitado e ombros apontados para cima, o ideal é alongar a musculatura posterior das pernas e das costas; e, por fim, se o espelho reflete um corpo quem tem ombros encurvados e joelhos para dentro a solução é diferente. Neste caso, a musculatura a ser alongada é a do peito e a das pernas.

Como podemos observar, a postura é analisada de forma isolada como se fosse possível descontextualizar do corpo a sua coluna dorsal. A fragmentação do corpo é evidente como também é evidente o conceito de saúde privilegiado pela reportagem: a ênfase está localizada no indivíduo e na sua responsabilidade pelo que está sendo "diagnosticado e curado". Em nenhum momento são consideradas as condições em que se encontra a adolescente, sua auto-estima, a percepção que tem do seu corpo, de seus afetos e desejos, de seus sentimentos frente à vida e aos grupos a que pertence. A mensagem é: o caminho é ir se habituando a responsabilizar-se pelos seus eventuais estados de saúde e, também de beleza, nem que seja cuidando de parte do seu corpo.

A própria postura não é individualizada. Isto é, para estar "Na Linha" são necessários alguns cuidados e algumas correções dirigidas de forma uniforme para qualquer leitora. Não são mencionadas especificidades. Ao contrário: parte-se da idéia de que exista uma postura ideal a ser o padrão para todas. Cabe registrar que a representação de uma postura padrão não é única da *Capricho* nem mesmo foi criada por ela. A verticalidade da postura corporal é um ideal perseguido há muito tempo em

diferentes momentos históricos¹⁸ bem como a tentativa de definir o que seria a postura correta ideal.

Segundo Adriane Vieira e Jorge Luiz de Souza, um dos livros mais citados nos estudos que tratam da postura corporal cujo nome é "Músculos. Provas e Funções" há a definição do que seria uma postura-padrão. No entanto, afirmam:

Podemos observar que os autores [do livro] argumentam que o perfeito alinhamento dos segmentos corporais serve de referência à avaliação da postura, pois é a posição que propicia a melhor estabilidade articular o menor gasto energético dos músculos, evitando, assim, problemas osteoarticulares e musculares. Mas, ao mesmo tempo, afirmam que muitos podem viver bem sem esse alinhamento e que talvez ele nem exista, ou seja, que o perfeito alinhamento talvez não passe de idealização (VIEIRA e SOUZA, (2002, p. 138).

Idealização esta que parece servir de padrão para que as garotas que lêem a *Capricho* tomem como exemplo e assim observem seu corpo e também seus defeitos mesmo que esse "modelo não corresponda à realidade humana mas a uma vontade humana de perfeição" (Ibid., p. 138). Ou seja, o modelo-referência.

Ainda com relação à fragmentação do corpo outros destaques podem ser feitos: entre as edições n.º 881 a 884, a *Capricho* oferece às suas leitoras indicações para a execução de exercícios físicos dirigido à determinadas partes do corpo. Sob o nome de "ficha técnica", em cada edição é apresentada a ficha de "um exercício para enrijecer e modelar cada pedacinho de seu corpo" (CAPRICHOS n.º 881, 2002, p. 65).

Esta ficha contém informações sobre os passos a serem seguidos para executar o exercício bem como sobre o número de repetições a serem cumpridas. Os exercícios foram elaborados pelo professor de Educação Física Leonardo Laurino e são executados por uma estudante de educação física, Érica Nagi, a partir de quatro segmentos corporais, assim distribuídos: exercícios para a parte da frente da coxa

¹⁸ Sobre esse tema ler o texto "A moralidade implícita no ideal de verticalidade da postura corporal", de Adriane Vieira e Jorge Luiz de Souza, Revista Brasileira de Ciências do Esporte,

e bumbum; exercícios para a parte de trás da coxa; exercícios para definir as costas; e exercícios para a parte interna da coxa.¹⁹ Proclama a *Capricho*: "a idéia é que você possa fazer tudo em casa" (Ibid., p. 65).



Figura 01 - *Capricho*, n.º 881, 2002, p. 23



Figura 02 - *Capricho*, n.º 883, 2000, p. 35

vol. 23, n. 3, 2002.

¹⁹ As fichas acima mencionadas foram publicadas, respectivamente, nas seguintes edições: n.º 881, de 10 de fevereiro de 2002; n.º 882, de 24 de fevereiro de 2002; n.º 883, de 10 de março de 2002 e n.º 884, de 24 de março de 2002.

Essa visão fragmentada e individualizada do corpo que parece existir sem a pessoa que o possui e nem mesmo sem estar vinculado a algum contexto sociocultural acaba, no meu entendimento, a desconsiderar as singularidades de cada indivíduo e do corpo de cada um, pois estas são observadas como defeitos a serem identificados e corrigidos. Reforça-se, outra vez, a idéia do corpo-modelo que pode sugerir não apenas imagens corporais mas também práticas voltadas para a medicalização visto que, não raras vezes, é o médico ou o professor de educação física aquele autorizado a fornecer indicações para a correção do que está fora do desejado e, mesmo, do imaginado.

O corpo aqui referido, além de aparecer esquadrinhado e evidenciado em partes se apresenta como sendo um possível modelo a ser seguido: uma representação a ser procurada por aquelas que se sentirem capturadas, tanto pelas palavras que indicam a realização solitária deste objetivo (pode ser feito em casa) como pela imagem, construída e exibida através de olhares dos especialistas do corpo (professor e estudante de educação física) que parecem insistir em querer torná-lo perfeito.

Sobre a realização individual do exercício é interessante ressaltar o quanto a matematização do corpo colabora, também, para a matematização da vida. Não são poucos os exemplos em periódicos, principalmente femininos, a explicitar o número de calorias/horas dispendidas nas tarefas domésticas, como por exemplo, varrer, lavar roupas, passar o aspirador de pó, etc., mesmo neste tempo onde as máquinas substituem, em parte, tais afazeres. Essa constante referência ao trabalho doméstico como feminino permite pensar que, apesar das várias transformações ocorridas na sociedade brasileira com relação ao lugar social ocupado por homens e mulheres, ainda é a ela que cabe o gerenciamento do espaço doméstico. Espaço este que pode, também servir para a exercitação física, em especial, através da ginástica.

Afirmar que os exercícios podem ser feitos em casa pelas garotas que lêem a *Capricho* é dizer também que, além desta escolha ser individual, ela pode ser feita quando a leitora quiser ou puder. Independe de horários, locais, roupas e estruturas próprias: uma simples cadeira, uns pesinhos e duas caneleiras são os aparelhos

requisitados para a execução dos exercícios ginásticos apresentados na "ficha técnica".

Com relação a esta conotação conferida à ginástica vale ressaltar a análise que Silvana Goellner fez sobre essa mesma "privatização do exercício físico", ainda que relacionadas às décadas de trinta e quarenta do século XX, ao afirmar que a ginástica é uma das indicações para as mulheres não somente porque está vinculada à reafirmação do feminino, da beleza, do encanto, da harmonia das formas, da delicadeza mas, porque para ser praticada

não exige materiais nem vestes muito específicos. Pode ser feita individualmente, a qualquer momento, sem que os minutos a ela dedicados atrapalhem a execução de todas as tarefas que a mulher desempenha no recôndito do lar, favorecendo, inclusive, sua permanência neste espaço identificado como de seu domínio. Acrescenta-se a esses aspectos, o fato de que a ginástica, ao contrário de muitos esportes, é desprovida do caráter competitivo, observado, nesse tempo, como prejudicial à formação da personalidade feminina (GOELLNER, 1999, p. 142).

Ainda que estas recomendações sejam diferentes das apresentadas pela *Capricho* há algumas persistências que podem ser mencionadas. A primeira delas refere-se ao esquadramento do corpo, ou seja, a ginástica lá recomendada também é apresentada nas revistas de forma a trabalhar partes específicas de seu corpo. A privatização do exercício é também algo a persistir bem como a idéia de que as possibilidades estão postas, basta a mulher ou a garota querer/decidir segui-las.

Essa mesma adequação da ginástica ao universo da privatização do exercício, em especial para as mulheres, popularizou-se no mundo ocidental a partir dos anos oitenta do século XX, quando a atriz norte americana Jane Fonda lançou um programa de atividades física através do livro "*Jane Fonda's Workout Book*" e de uma série de fitas de videocassete onde ensinava a correta execução dos exercícios. Este programa redimensionou o conceito até então atribuído às atividades aeróbicas, cuja origem aparece, pela primeira vez, na obra de Kenneth Cooper, um médico da Força Aérea Americana que desenvolveu um programa de atividade física objetivando a

melhoria cárdio-respiratória dos praticantes com ênfase na corrida. Utilizado-se do termo "ginástica aeróbica", Jane Fonda encorajava as usuárias de seu programa a trabalhar duro, a disciplinar a si mesma objetivando alcançar as mudanças corporais desejadas. Segundo Makula Pirkko (2001) inaugura-se, aqui, o que denomina de exercícios e vídeos de auto-ajuda das celebridades²⁰ cujas atividades físicas nem mesmo estavam direcionadas para o desenvolvimento da capacidade aeróbica das praticantes visto que a ênfase estava centrada em exercícios localizados direcionados para a modelagem de determinadas partes do corpo feminino.

Se as revistas analisadas por Silvana Goellner apresentavam a realização da ginástica uma forma de permanência do feminino no recôndito do lar e se Jane Fonda e outras celebridades, autorizadas a dizer sobre a modelagem do corpo, enxergavam o espaço privado como um local de prática da "aeróbica" objetivando modelar o corpo, a *Capricho* de hoje, para além da exercitação solitária no espaço privado incentiva, também, a inserção das meninas no universo esportivizado. Não se medem mais calorias/hora por atividade doméstica mas por atividades esportivas. Há que se considerar, também, que são outros os tempos e as expectativas pensadas/imaginadas para uma adolescente "moderna".

Vejamos alguns exemplos: "300 calorias é o que você gasta em 1 hora de *windsurf*"; "426 calorias é o que você gasta jogando *handball*, durante uma hora"; "156 calorias é o que vocês gasta em 1 hora de dança de salão"; "174 calorias é o que você gasta dando uma voltinha no *shopping* por uma hora"; "400 calorias é o que você gasta jogando futebol por uma hora"; "510 calorias é o que você gasta treinando jiu-jitsu por 1 hora."²¹

²⁰ O autor cita, ainda, as modelos Cindy Crawford e Elle MacPherson como outras celebridades a utilizarem-se deste mesmo recurso. No Brasil podemos citar a atriz Ioná Magalhães e a modelo Luiza Brunet que na década de oitenta também venderam vídeos de "aeróbica".

²¹ Essas informações estão publicadas respectivamente nas edições: n.º 882, de 24 de fevereiro de 2002; n.º 884, de 24 de março de 2002; n.º 881, de 10 de fevereiro de 2002; n.º 870, de 09 de setembro de 2001; n.º 864, de 17 de junho de 2001, n.º 868, de 12 de agosto de 2001.

Enfim, são outras as recomendações como são também outros os espaços de circulação dos corpos femininos, em especial, das adolescentes. Mas há que referenciar também que, apesar de serem outras as recomendações, quando as relacionarmos com o passado são semelhantes às formas de representar as mulheres, mesmos as atletas onde a valorização de sua "feminilidade" está acima de seus méritos esportivos.

Na seção "Mexa-se" da edição de número 904, a *Capricho* publica a seguinte matéria:

NA LUTA

Danielle Estrella, 25 anos, chega para a entrevista com uma bolsa Louis Vuitton e **Aline Estrella**, 16, sua irmã, com uma Tommy Hilfiger. As duas devidamente maquiadas, escovadas e adornadas por argolas e ouros. E o que fazem elas de quimono na foto? É que as duas lutam jiu-jitsu. Danielle é campeã brasileira em equipe e medalha de prata no mundial. Aline treina há um ano. São mais duas na lista de 300 meninas filiadas à FESP - Federação do Estado de São Paulo de Brazilian Jiu-Jitsu (em 1997 eram só 70 meninas). "Você fica com o corpo legal, se diverte, aprende a se defender e ainda vive num ambiente ótimo para paquerar", diz Aline. Um conselho para quem quer começar? "Experimente levar junto uma amiga", diz Danielle (CAPRICHOS n.º 904, 2002, p. 75).

Mais do que falar da vida esportiva das atletas - uma delas com projeção internacional - a *Revista* ressalta características de sua feminilidade: a maquiagem, os adornos, o corpo, a *griffe* dos acessórios, a possibilidade de, no ambiente esportivo, flertar com o sexo oposto. Ou ainda: uma feminilidade conformada às representações produzidas pela própria *Capricho*.

Tanto quanto outras instâncias de produção cultural tais como revistas, jornais, programas de TV, a mulher atleta é frequentemente apresentada de forma a ressaltar que, apesar de ter projeção em um universo tido como masculino, ela

preserva no seu corpo atributos de sua beleza e de sua feminilidade²² (Hartmann-Tews e Rulofs, 2001).

Pensando ainda sobre fragmentação do corpo e o direcionamento dos exercícios físicos para segmentos corporais específicos que precisam ser "corrigidos" torna-se pertinente mencionar o papel conferido às máquinas, aos espaços, aos serviços e aos produtos especializados. A fragmentação do corpo corresponde, também, à fragmentação do seu entorno.

Popularizam-se os *fitness*, denominação conferida, a grosso modo, a espaços destinados para a "malhação" multiplicando-se de maneira proporcional à demanda dos corpos em buscar intensos trabalhos de exercitação física. Estes espaços bastante especializados, são modernos, bem iluminados e funcionam 24 horas por dia, exibem máquinas com grande precisão tecnológica e oferecem não apenas programas personalizados de atividade física, mas também profissionais especializados. As máquinas funcionam mediante senhas individuais que indicam o programa a ser executado pelo aluno/a assim como o total monitoramento de seus batimentos cardíacos e o acompanhamento do gasto calórico correspondente a cada atividade evidenciando, muitas vezes que "corpo e máquina confundem-se, assemelham-se, igualam-se" (VAZ, 1999, p. 104).

Além destes espaços especializados ganhou espaço no mercado de trabalho ligado ao consumo do corpo um profissional até há pouco inexistente: o *personal trainer*, geralmente um professor ou estudante de educação física que dá aulas a domicílio, em academias ou lugares públicos tais como parques, praças e praias. Sua

²² Margareth Duncan analisou fotografias publicadas por revistas esportivas européias onde apareciam atletas olímpicos masculinos e femininos durante o período de 1984 e 1988. Tal análise lhe permitiu afirmar que as mulheres, não raramente, eram apresentadas como objeto a despertar desejo sexual visto que as fotos são geralmente feitas de baixo para cima, com o foco da câmara direcionado para partes específicas dos seus corpos (seios, coxas e pernas) cujo rosto, em geral, apresenta uma expressão de complacência e condescendência. A autora afirma que esta representação do corpo das atletas é realizada através da utilização de uma técnica fotográfica muito semelhante às utilizadas em várias revistas pornográficas. Ressalta, ainda, que essa mesma técnica não é utilizada quando o atleta é do sexo masculino, geralmente fotografado em movimento, exibindo sua performance esportiva (Duncan, 1990).

atuação está direcionada para orientação e construção do corpo do aluno mediante o controle da alimentação e do condicionamento físico. Profissional, inicialmente associado a atletas profissionais, atores e atrizes, empresários/as e outras celebridades, teve seu campo de atuação ampliado em função da especificação de sua intervenção no corpo, dirigida de forma exclusiva para quem o contrata. Assim, a personalização dos usos do corpo exige uma relação única e específica entre professor e aluno cabendo ao primeiro elaborar "exercícios adaptados ao seu corpo [do aluno], avaliando suas deficiências estéticas de modo a obter uma definição de seus músculos e uma estilização adequada de sua aparência" (MALYSSE, 2002, p. 100).

Na edição de número 882, publicada em 24 de fevereiro de 2002, a *Capricho* elabora uma pequena tabela indicando vantagens e desvantagens sobre diferentes maneiras de malhar: em casa, na academia, ao ar livre ou com um *personal trainer*. Com relação a última opção afirma: "com um professor só para você, suas chances de conseguir um *corpo perfeito* aumentam. A desvantagem é que você terá que usar argumentos muito bons para convencer seus pais a desembolsarem tanta grana" (CAPRICHOS n.º 882, 2002, p. 56) [grifo meu]. Ou seja, com a personalização dos serviços é possível chegar, muito mais rápido, à perfeição.

Um das formas da *Capricho* exercer o seu papel pedagógico encontra-se na socialização de informações que possam manter sua leitora atualizada a respeito das novidades que chegam aos espaços de *fitness*. Quer seja a respeito dos novos aparelhos desenvolvidos para se exercitar, das novas modalidades de aulas que fazem sucesso nas academias do eixo Rio/São Paulo ou, ainda, dos últimos lançamentos de produtos específicos para melhorar a performance e que podem ser facilmente adquiridos através dos canais de compra na televisão.

Exemplar desta afirmação são as reportagens onde a *Revista* apresenta às garotas as últimas novidades tecnológicas. Na sua edição de maio de 2002 anuncia o *jump fit*, uma novidade das academias, que se constitui de um minitrampolim onde a pessoa fica pulando e correndo sem sair do lugar. Para Helena Alves, professora de

educação física das academia *Competition*, de São Paulo: "o exercício aumenta o fôlego, queima as gordurinhas e trabalha os músculos da coxa e do bumbum" (2002, p. 50). O *Core Training*, desenvolvido pelo professor Jeffrey Scott, da Reebok University é outra novidade apresentada às leitoras. Trazida para o Brasil pela Reebok Sports Club se traduz na realização de atividades físicas em cima de uma prancha móvel - o *Core Board* - que pode lembrar o *Step*²³ mas é completamente diferente deste. A reportagem, ao estabelecer as diferenças existentes entre o *Step* e o *Core Board* afirma que, enquanto o principal alvo do *Step* é o emagrecimento e a melhora do funcionamento do coração e dos pulmões, o *Core Board* trabalha a postura, a barriga e alguns músculos que são pouco exigidos em outras aulas de ginástica. Outra vez é a fragmentação e a especialização do corpo que está em voga. É a minúcia e o detalhe de algumas de suas partes, de músculos precisos e escolhidos para serem trabalhados e, evidentemente, exibidos. Aqui "já não se trata de encarar a malhação como um esporte e a atividade não é um treinamento esportivo, mas sim a manutenção e a resistência a todas as formas de decadência física" (MALYSSE, 2002, p. 98). O "músculo é um modo de vida" (COURTINE, 1995, p. 81).

Reafirmo: ao trazer todas essas informações a *Revista* parece prestar um serviço às suas leitoras cumprindo, também uma missão: a de lembrar, constante e reinteiramente, que ela precisa se cuidar e estar atenta às suas formas. Nesse sentido é possível afirmar que a *Capricho* segue eficiente no seu propósito "educativo", distribuindo suas receitas de bem viver e de estar em forma. É preciso ressaltar, ainda, que ao falar dos cuidados do corpo para as suas leitoras, a *Revista* toma como certa a idéia de que toda mulher tenha ou deva acalentar o desejo de possuir um corpo que seja identificado com aquele corpo por ela exibido, ou seja, de músculos rijos e definidos. Corpo este fruto da dedicação e da força de vontade de quem empenha-se para modelá-lo, gerido pelo controle da alimentação, pela dedicação ao exercício, pela adesão às máquinas e sobretudo, em sintonia com o momento atual

²³ Aparelho utilizado para a realização de determinados exercícios ginásticos, onde os sujeitos sobem e descem de uma espécie de plataforma com altura aproximada de 14 a 19 centímetros.

onde é absolutamente evidente a vigilância contra a gordura e a flacidez dos músculos. Como escreve Edvaldo Couto:

Na construção da aparência despótica, a tecnologia que promove os músculos se consolida no culto ao suor. Por intermédio de aparelhos e máquinas mecânicas ou com possibilidades eletrônicas, a obsessão pelos músculos é similar à paixão regenerativa da pele, ao amor pelo liso, esbelto e jovem, forte e potente. Aqui, toda a metamorfose física é possível: queimar as gorduras e eliminar a flacidez são as novas necessidades (COUTO, 2001, p. 52-53).

Ainda como parte da "missão educativa" desempenhada pela *Capricho* cabe analisar os diversos testes que, freqüentemente, publica em suas páginas. São testes de auto-conhecimento e de auto-avaliação apresentados como se fizessem parte de um momento íntimo, no qual a leitora é convidada a conhecer, comparar e analisar o seu corpo e, dependendo dos resultados, se colocar em condição de alerta. Estes testes parecem fazer com que a mulher lembre que os detalhes do seu corpo merecem ser observados, que os seus defeitos podem ser identificados e que há soluções para a correção à disposição, desde que deles se deseje usufruir.

O teste denominado "Mitos e Verdades sobre gordura localizada" é um exemplo do exercício da auto-análise e autoconhecimento. Neste teste devem ser respondidas quatro questões cujas respostas permitem apenas duas opções: F (falso) ou V (verdadeiro). Seus conhecimentos são analisados a partir de quatro afirmações que devem ser assinaladas como sendo falsas ou verdadeiras. As afirmações são: "fazer abdominais acaba com a barriguinha saliente; dieta pode fazer os culotes desaparecerem; corrida é o melhor exercício para os culotes e a gordurinha da parte interna da perna; e, para tirar gordura localizada, só lipoaspiração" (CAPRICHOS n.º 864, 2001, p. 40).

Ao responder o teste, a leitora verifica se as suas respostas estão coerentes com as orientações dadas pela *Revista*, ou melhor pelos profissionais de saúde autorizados a fornecê-las, cujas respostas a serem verificadas se são falsas ou

verdadeiras orientam-se para os resultados que podem ser obtidos para que sejam sanados seus problemas, quais sejam: barriga saliente, culote, gordura localizada.

Mitos e verdades sobre gordura localizada

Assinale verdadeiro ou falso

- Fazer abdominais acaba com a barriguinha saliente.**
V F
- Dieta pode fazer os culotes desaparecerem.**
V F
- Corrida é o melhor exercício para os culotes e a gordurinha da parte interna da coxa.**
V F
- Para tirar gordura localizada, só lipoaspiração.**
V F

Respostas

- Falso** “Os exercícios localizados tonificam os músculos, mas têm pouco efeito sobre a gordura localizada”, diz o professor de educação física Marco Ushida.
- Verdadeiro** Ingerir menos calorias do que você gasta acelera a queima dos depósitos de gordura. “Melhor se a dieta for associada aos exercícios”, fala Marcela Menegello, professora de educação física.
- Verdadeiro** Fazer exercícios aeróbicos, como correr, caminhar ou andar de bicicleta, é a melhor forma de queimar gordura. Mas é preciso se exercitar por meia hora, três vezes por semana: só assim a gordura será consumida.
- Falso** Os tratamentos estéticos e a lipoaspiração só devem ser usados quando você combinou exercícios e dieta balanceada por mais de seis meses e não surtiu efeito. Aí é genético, e não há muito o que você possa fazer.



Figura 03 - Capricho, n.º 864, 2001, p. 40

A imagem colada à reportagem também merece um comentário: de forma caricaturizada, representa-se um corpo magro, acinturado sob o qual se encaixa um “pneu” - palavra comumente associada ao excesso de gordura na região da cintura. “Pneu” este que deve ser evitado e para isso a *Capricho* ensina alguns truques, seja para diminuí-lo, seja para disfarçá-lo.²⁴

²⁴ Na matéria “Síndrome da calça baixa” há referência à gordura lateral abaixo do umbigo, denominada de pneuzinhos e/ou pochete, considerada a parte do corpo que mais incomoda as garotas. A *Capricho* afirma não ser a moda da calça usada abaixo do quadril o agente

Outro teste exibido pela *Capricho* cuja intenção parece ser auxiliar a leitora a conhecer-se melhor e, a partir de então, escolher qual seria a melhor prática corporal e esportiva a se engajar, intitula-se "Qual o melhor exercício para você?".

Nestes testes as perguntas são construídas de forma a permitir que a leitora escolha três alternativas (A, B ou C), cujo maior número de respostas em cada letra vai identificá-la (ou classificá-la) dentro de um perfil pré-estabelecido, a partir do qual lhe é sugerido uma espécie de pertencimento a determinada tribo que pratica determinada atividade física.

O que chama a atenção na construção do perfil de cada grupo são as qualidades identificadas pelo teste e a conseqüente indicação da atividade física a ser praticada.

Se você respondeu mais A: Concentração e persistência são os ingredientes básicos da sua malhação. Correr, pedalar ou nadar longas distâncias são os exercícios mais indicados. Se você respondeu mais B: Jogos e esportes de equipe são sua especialidade. Na escola faça vôlei, basquete e handebol. Na academia procure aulas de localizada, spinning ou axé. Se você respondeu mais C: Academia é a morte para você, que é seduzida por esportes radicais, sempre ao ar livre. Mountain bike, trekking, escalada e surfe são os mais indicados (CAPRICHOS n.º 861, 2001, p. 68).

As respostas não permitem diferentes pertencimentos: a pessoa é "A", "B", ou "C". Não há possibilidade de atravessamentos de fronteiras, ou seja de ser, por exemplo, "A e B" ao mesmo tempo. Isto significa que, ao afirmar uma identidade, no caso "A" está posta uma distinção, "entre o que fica fora e o que fica dentro" (SILVA, 2000, p. 82), onde ser "A" implica não ser "B" e nem "C".

provocador do aparecimento dessa gordura absolutamente localizada. A diferença é que, antes, elas não eram mostradas por convenção da própria moda. Percebendo como necessária a correção do defeito, a *Revista* aconselha a usar camisetas retas tipo *T-shirt* e batas, pois estas ajudam a camuflá-las (Capricho n.º 897, 2002, p.34). Ou seja, noutra época era outra a significação atribuída aos "pneus", não tinham a centralidade que a calça baixa provocou na medida em que essa moda fez desta uma parte do corpo à mostra.

Aqui está demarcada uma diferença e, a partir dessa demarcação, se estabelece um processo de construção de identidades. Como bem afirma Tomaz Tadeu da Silva, "a diferença é aquilo que separa uma identidade da outra" (2000, p. 41), sendo que esse processo é, constantemente, permeado por relações de poder visto que são sempre determinados grupos que estão autorizados a produzir representações que são socialmente legitimadas.

A *Capricho* ao localizar uma garota em uma das letras "A", "B" ou "C" nega as outras fixando-a em um jeito de ser, construído e representado a partir da percepção que ela tem acerca da sua prática de atividades físicas. Quero aqui, sobretudo, evidenciar a fixidez da identidade forjada pela *Revista* que não possibilita a garota perceber-se ao mesmo tempo ligada aos esportes coletivos e aos esportes radicais, por exemplo. A identidade aqui não é percebida como contingente mas como fixa e imutável.

Com relação às práticas de saúde e a forma de subjetivação dos indivíduos é pertinente lembrar o que afirma Dagmar Meyer, ao discutir como a saúde e o ser saudável são representados na nossa cultura, transformados em elementos centrais dos processos de construção das identidades sociais e culturais. Ou ainda, como a linguagem tem o poder não apenas de nomear mas de criar os sujeitos que nomeia.

É na linguagem que se constroem os "lugares" nos quais indivíduos/grupos se posicionam ou são posicionados por outros, é nela que operam sistemas simbólicos que nos permitem entender nossas experiências e definir aquilo que nós somos ou pensamos ser. Todas as práticas de significação e os processos simbólicos, através dos quais os significados são construídos, envolvem relações de poder: o poder de nomear, de descrever, de classificar, de identificar, de diferenciar, enfim, o poder de definir quem está incluído e que está excluído (MEYER, 2000, p. 80-81).

Ou seja, a *Capricho*, ao desenhar o perfil da leitora a partir da realização de testes e, como já disse anteriormente são muitos, desenha identidades, fabrica formas pelas quais as garotas se reconhecem e são reconhecidas, demarcando lugares de pertencimento. Desenha, também, estilos de vida.

Com relação à construção de representações do ser saudável, na *Capricho*, é possível pensar que elas estão intimamente ligadas ao estilo atlético e ao modo de ser ativo. A prática de alguma atividade física inscreve marcas não apenas nos corpos de quem as faz mas no seu jeito de ser e de se compreender. O estilo é, pois, um projeto estético do eu, um recurso central para a construção da subjetividade (Wearing e Wearing apud Lupton, 2000).

Para a pesquisadora Deborah Lupton, o ato de exercitar-se regularmente objetivando, fundamentalmente, a manutenção do corpo e da boa forma, atua como um marcador da capacidade que um indivíduo tem para a auto-regulação. Este conceito de exercício, afirma a autora, está fortemente atrelado ao conceito de saúde como uma criação ou como uma realização do eu. "Está também relacionado a noções contemporâneas mais amplas de corpo 'ideal' como aquele que é controlado firmemente, contido no espaço, destituído de excesso de gordura ou de músculos flácidos" (LUPTON, 2000, p. 29).

O estilo atlético evoca, constantemente, o engajamento à malhação naturalizando, portanto, a prática de atividades físicas. Exercitar-se não parece ser uma opção mas, algo que está dado para todas, como se fosse possível pensar em um sujeito adolescente feminino universal, para o qual o exercício físico é parte de sua rotina. Neste caso, o segredo é maximizar vantagens e minimizar desvantagens.

Estar fora do universo da malhação parece significar estar fora de lugar neste tempo onde o corpo adquiriu grande centralidade, inclusive na forma com que cada um compreende e representa a si mesmo. Para Denise Sant'Anna "território tanto biológico quanto simbólico, processador de virtualidades infindáveis, campo de forças que não cessa de inquietar e confortar, o corpo talvez seja o mais belo traço da memória da vida" (2000, p. 3). Um traço a revelar a subjetividade de cada um.

Diante destes argumentos, não é difícil entender as designações que a *Capricho* confere às garotas que identifica pertencerem ao estilo atlético: sarada, malhada, turbinada, tanquinho, superpoderosa, são algumas que figuram nas suas páginas, criando identidades, demarcando espaços, produzindo formas de subjetivação e,

mesmo de realização do eu. Designações estas através das quais as garotas se reconhecem ou não, mas que estão registradas nem que seja para lembrá-las, enfim, de que todo o cuidado é pouco quando se fala em saúde e sua associação com a beleza.

Assim como a saúde é observada como uma conquista individual que prescinde de uma vida equilibrada, a beleza, não raras vezes, aparece vinculada a ela. Saúde e beleza são representações que se entrecruzam constantemente, uma reforçando e construindo a outra.

Mabel Luz, ao discutir as práticas de saúde no Brasil atual, identifica diferentes representações de saúde a circular em diferentes grupos sociais. Uma das representações por ela mencionada está relacionada à identificação da beleza com a saúde e a juventude. Ao desenvolver esta análise, a autora afirma que o universo simbólico contemporâneo ao valorizar o individualismo, a competição como regra básica do relacionar-se, o consumismo como afirmação de ser e o corpo como uma unidade central e delimitadora do indivíduo em relação aos outros, produz estratégias de valorização do corpo. Estratégias estas que são centradas, basicamente, na estética, incluindo aí representações de juventude, beleza e força. Estas, por sua vez, permeiam as representações e as práticas de saúde de forma a ratificar e fortalecer os valores dominantes e a ressignificar, também, o entendimento do que seja saúde e ser saudável. Nas suas palavras:

A universalidade do atual paradigma ou utopia da saúde pode ser constatada não apenas na quantidade e na diversidade de atividades e práticas atualmente designadas como 'de saúde', mas sobretudo na tendência a ressignificar atividades sociais vistas na cultura como atividades lúdicas de jogo ou lazer, esporte ou recreação, estéticas, ou mesmo eróticas, como 'atividades de saúde'. O esporte, a dança, o namoro, as relações sexuais, o alimentar-se, o dormir, o caminhar, o trabalhar, tudo pode e deve ser visto como *prática de saúde*. Ou de risco de doença, dependendo da intenção, da intensidade, da frequência e da quantidade com que é feito. Pois todas as atividades devem ser praticadas com equilíbrio, comedidamente, isto é, sem excessos (LUZ, 2001, p. 27) [grifo da autora].

O excesso é visto como um risco à saúde, razão pela qual deve ser controlado, equilibrado sendo que o equilíbrio, neste caso, "é fruto não de balanceamento entre forças e pesos opostos, mas de contenção e a contenção supõe o autocontrole dos sujeitos" (Idid., p. 28). Manter a saúde, é "manter a forma", sendo a estética o critério sociocultural utilizado para designar se os sujeitos são ou não saudáveis visto que "o verdadeiro mandamento da saúde está mais ligado à boa forma do que ao modelo doença / prevenção / cura" (Ibid., p. 28).

Essa representação de saúde, afirma a autora, é freqüentemente mencionada pelas pessoas que freqüentam academias de aeróbica e de musculação - espaços identificados como de prática de saúde - onde a procura da forma física, vista como saúde, conduz as atividades que lá se desenvolvem bem como as representações que lhe são associadas.

São paradigmas e representações que estão enraizadas na cultura do corpo dominante entre jovens de classe média das grandes cidades do mundo atual, associadas a uma florescente indústria de vestuário, cosméticos, alimentos e fármacos, totalmente voltada para a conservação ou recuperação da juventude, isto é, para a forma ou *fitness* (LUZ, 2001, p. 31) [grifos da autora].

Ao pensar na *Capricho*, é possível observar que, nas suas páginas, o binômio saúde e beleza e a exaltação a ambas, faz parte de uma representação de saúde pautada, exatamente, no entrosamento que se faz entre esses temas. O culto ao corpo como uma "prática de saúde" está associado à jovialidade e à boa forma.

Essa associação pode ser observada nas imagens e textos da matéria "O segredo da Gotinha". Ou melhor, os segredos da beleza da modelo e atriz Daniella Cicarelli, a "garota da gotinha", referência feita a sua participação em um comercial de televisão do refrigerante Pepsi²⁵. Ao anunciar que Daniela "deixa a gente morrendo de inveja daquele corpão" (CAPRICHOS n.º 876, 2001, p. 40), anuncia,

²⁵ O comercial, exibido em 2002, apresenta como cenário uma praia onde Daniella seduz um garoto com um beijo, usufruindo do último gole da bebida que este estava sorvendo.

também, seu "segredo": ela nada, corre, pedala, patina, luta boxe e ainda faz musculação com um personal trainer. Ou seja, é bela e saudável, porque tem um estilo de vida ativo e atlético. Não é, portanto, sem razões, que ela é autorizada pela *Capricho* a demonstrar uma seqüência de três exercícios para "endurecer o bumbum", orientados pelo seu personal.

As imagens são reveladoras da relação entre saúde, beleza, jovialidade e boa forma. Ainda que esteja em plena atividade física, a modelo é fotografada com roupas, posições e olhares sensuais. Não parece estar fazendo o esforço necessário para enrijecer os glúteos: não há sinais de cansaço e de suor, mas de um corpo exuberante, jovem e sedutor. Ao falar dos diferentes significados da atividade física para as pessoas que freqüentam as academias, Deborah Lupton, tece a seguinte análise: "as pessoas se exercitam também porque é glamoroso e sexy, envolvendo roupas de lycra caras e ajustadas ao corpo, tênis de alta tecnologia" (2000, p. 31).



Figuras 04 e 05 - *Capricho*, n.º 876, 2001 p. 40

Pensar, portanto, que as imagens publicadas pela *Capricho* não apenas refletem algo que existe, mas elas próprias, criam essa existência é pensar ainda na forma através das quais as mulheres são fotografadas, exibidas, tornadas visíveis.

Ou seja, ao olhar estas imagens da Daniella não parece ser o exercício físico a tônica da reportagem nem os efeitos que ele produz do ponto de vista da malhação. O que está em jogo é a sedução, a atração do olhar do outro que passa também pelo convite ao olhar a roupa que a modelo usa. Ou seja, é ainda mostrar que esse corpo, exposto também pela sua vestimenta, é capaz de impelir o observador ao toque convidando-o a sentir a sensualidade de quem o possui (Goellner, 1999). Stéphane Malysse, ao pesquisar algumas academias na cidade do Rio de Janeiro, chama a atenção para o significado atribuído às roupas, principalmente, pelas mulheres que freqüentam estes espaços. Para o autor:

As roupas femininas ornamentam o corpo, moldam-no e lhe dão cores: essa moda brasileira de tecidos que moldam o corpo faz parte da valorização das formas corporais que, em lugar de redesenhar a silhueta do corpo por meio de um corte artificial, o faz aparecer em toda a sua dimensão carnal: "Um corte justo que acentua a animalidade da natureza humana" (Mafessoli, 1990), mas que, sobretudo permite exibir o próprio corpo, expô-lo por meio da transparência (MALYSSE, 2002, p. 113).

Daniella, prossegue a *Capricho*, tem um corpo de causar inveja cujo "segredo" não é algo que pareça ser tão desconhecido; basta ter disposição para se exercitar e, assim, conquistar os cânones da boa forma. Para a *Revista*, Daniella presentifica este esforço. Pratica diferentes atividades físicas para ter um "corpão" que pode suscitar inveja e desejo aos olhares masculinos e femininos. Pode, sobretudo, figurar nos comerciais e novelas de televisão, nas páginas das revistas e jornais e, ainda, aparecer em uma posição de status como apresentadora do "Vídeo Music Brasil"²⁶ Nesta reportagens e em tantas outras, a mensagem é clara: se você quer ter um

²⁶ Programa anual do Canal MTV onde são entregues diferentes prêmios relacionados à música brasileira. Programa exibido em agosto de 2002.

corpo bonito, é aconselhável que siga um programa de atividade física. Ao enfatizar esta prática, a *Capricho* vem informando às suas leitoras, que cabe às mulheres investir constantemente na conquista de uma beleza, que não é a sua, mas outra: aquela que está presente nas páginas da *Revista*, assim como em vários outros produtos da mídia.

O sucesso dessa conquista vai depender do empenho que cada uma tiver ao procurar corrigir os seus defeitos, modelar os seus músculos e manter o seu peso. Diz a *Capricho*, "não adianta conhecer as dicas de beleza de quem está com tudo em cima se não for para correr atrás".²⁷

A busca individual dessa "outra beleza" exige movimento, agilidade, esforço. Exige a consciência de que cada uma é responsável pelos cuidados de si, vigilante de suas próprias atitudes. Por isso, leitora: não basta conhecer, há que correr para alcançá-la!

Direcionando suas recomendações para a consecução de tal fim, a *Revista* constrói uma pedagogia a educar as leitoras sobre os cuidados de si e, por conseguinte, de seu corpo. Seja nas reportagens, nas imagens, nas dicas que divulga, nos guias que escreve e, ainda e fortemente, nos anúncios publicitários onde exhibe diversos produtos utilizando imagens de mulheres belas, esbeltas e de corpo juvenil. Produtos, inclusive, que convidam a consumidora a buscar o corpo ideal mediante a aderência de seu desejo ao que se considera como sendo esse ideal. Para Edvaldo Couto:

Cuidar mais de si mesmo é um valor soberano que está na ordem do dia. A exibição contínua e flutuante de tipos físicos idolatra a vitalidade e a jovialidade, anuncia técnicas e métodos de remodelagem anatômica e mobiliza multidões com promessas extraordinárias e exemplos de sucesso, muitos deles baseados no prolongamento da juventude, no revigoramento físico e em uma vida de prazeres imediatos. É preciso convencer a cada um de que ele é responsável

²⁷ Na reportagem "Super-Sabrina" publicada em outubro de 2001 ao mostrar a apresentadora de televisão Sabrina Parlatore e suas dicas de beleza (*Capricho* n.º 873, 2001, p. 74).

pelo seu corpo e pela gestão da sua aparência (COUTO, 2000, p. 135-136).

A reportagem "As Saradonas do Cinema", exemplifica o discurso da gestão da aparência. Ao apresentar Angelina Jolie e Cameron Diaz²⁸ como as atrizes que transformaram o corpinho para atuarem em "Tomb Raider" e "As Panteras" - duas grandes produções do cinema americano -, a *Capricho* afirma:

OK, se você ganhasse milhões de dólares, ficaria assim em dois tempos, mas só com dedicação também é possível. Um treino de musculação, bem orientado, combinado a uma atividade aeróbica de pelo menos 30 minutos, três vezes por semana, e uma alimentação bem controlada podem render um corpo como o delas.²⁹ (...) Só vai demorar no mínimo três meses - isso se você não estiver muito acima do peso ideal (CAPRICHOS n.º 882, 2002, p.56).

A maneira como esses conselhos de beleza são apresentados soa como se estivessem respondendo às dúvidas e aos desejos das leitoras em nomear seus corpos tais como os que retratam a beleza atlética dos corpos "sarados". Os exemplos das estrelas do cinema e da televisão, estão, ao mesmo tempo, próximos e distantes do cotidiano da leitora. Próximos, porque o texto da matéria sugere uma intimidade que é reafirmada com a idéia de que é possível para qualquer pessoa ter um corpo como esse, basta ter "dedicação" e a ajuda de quem entende do assunto - o profissional autorizado a falar, que confirma e legitima o discurso. E distantes porque sabemos que para chegar a essa performance, é necessário, dentre outros fatores, uma grande motivação: talvez o esforço exigido para a composição da personagem do próximo filme ou, no caso de atletas, a sua próxima competição. No

²⁸ As atrizes modelaram seus corpos durante meses para atuar respectivamente nos filmes: "Lara Croft - Tomb Raider", - uma heroína dos jogos de computador e "As Panteras", heroínas de antigo seriado de ação da televisão.

²⁹ Essa proposta de treinamento foi sugerida pelo professor de educação física Marco Uchida, formado pela USP

exemplo trazido pela *Capricho* são os compromissos para com o trabalho de atriz o motivador da transformação corporal o que, neste caso, aparece apenas como um detalhe publicitário.

Não estou querendo dizer que uma leitora não vá se empenhar para obter o corpo que queira ou ainda que seja impossível que uma garota "comum" o consiga. O que discuto, aqui, é o seguinte: da maneira como são repetidamente articuladas essas representações de beleza, reafirmando a todo o momento que é preciso investir no corpo, mostrando exemplos de atrizes, personagens famosos, modelos que povoam a mídia e atletas bem sucedidas, pode-se afirmar que está em curso uma ação pedagógica que ensina como é preciso e também vantajoso cuidar do corpo, pois fazer sucesso e aparecer na mídia pode ser uma consequência quase imediata.

Em torno destas afirmações circulam, como venho afirmando, outras representações que, por vezes, reforçam tais considerações.

Com relação à prática de atividade física e o embelezamento feminino, por exemplo, a relação destas atividades com a aquisição e manutenção da saúde, vale mencionar uma pequena reportagem, publicada em um dos números da *Capricho* onde a voz a falar é de uma professora de Educação Física, reconhecida por ser doutora na área com ênfase na Educação Física escolar. Esta, ao elencar quatro motivos para não se cabular a aula de Educação Física refere-se, em primeiro lugar, à aparência dos corpos, em especial femininos.

Parece ser às meninas que Suraya Darido se dirige quando menciona que "seu professor sabe qual o melhor exercício para deixar o bumbum durinho ou a barriga lisinha" (2001, p. 22). Além deste motivo, são mencionados também a importância de aprender um esporte, de desenvolver algumas aptidões físicas, de divertir-se nas aulas ao invés de ficar assistindo as mesmas e, por fim, ao não passar vergonha se for jogar vôlei na praia ainda pode "impressionar alguém com sua performance" (Ibid., , p. 22).

Ou seja, de outro jeito mas também do mesmo jeito está a se dizer para as garotas que a aparência de seus corpos é importante, que o estilo atlético é vantajoso visto que pode, inclusive, chamar a atenção do outro.

Enfim, afirmações como estas fazem ver que, na *Capricho* não são raras as vezes onde o binômio saúde e beleza são representados como pólos de uma mesma unidade. Os vários discursos que a revista veicula e produz sobre o corpo adolescente estão constantemente atravessados, misturados: ser bela e ser saudável, além de serem apresentadas como formas conjugadas da existência adolescente feminina, são também, um dever. Fazem parte de "um imperativo feminino" (Goellner, 1999), historicamente assentado na construção social e cultural da história e da beleza da mulher.

Essa constatação nos leva a pensar que não é recente a dedicação para com o desenho de imagens femininas. Os cuidados com a beleza e a saúde há muito compõem os manuais, as revistas, os programas de televisão dirigidos para o público feminino. Exibem práticas e rotinas de forma tão "naturais" que muitas vezes nem mesmo são questionadas porque são veiculadas de forma a produzirem efeitos de verdade. E aí, sim, educam e, em se tratando da *Capricho*, as adolescentes. Educam as suas subjetividades fazendo ver, a todo o momento que, no mundo do consumo de produtos e serviços e de afirmação do corpo como local da identidade, ser saudável e bela parece ser mesmo fundamental.

DE BEM COM A BALANÇA

Estar consoante os cânones da boa forma, como tenho insistentemente afirmado, exige auto-controle e determinação. De todas as práticas auto-reguladoras destinadas à aquisição da beleza, a alimentação seja, talvez, aquela onde se encontra o grande desafio, afinal, a todo momento nos são apresentadas milhares de possibilidades de consumo de alimentos. Resistir a eles é mesmo uma provação.

A *Capricho*, como várias outras instâncias culturais, educa as garotas a não sucumbirem às tentações e, para tanto, utiliza-se de diferentes estratégias e abordagens: são várias as reportagens sobre dietas alimentares e sobre as últimas novidades no campo dos dietéticos. Além disso, a cada edição, publica desenhos de alguns alimentos detalhando suas calorias, compara o consumo de produtos alimentares e quantidade de atividade física necessária para promover o seu gasto, evidencia quais são as melhores roupas para o corpo magro e o enaltece; evidencia, enfim, que são vários os investimentos na construção de uma representação de magreza a servir como balizadora do corpo adolescente feminino atual. O esmero para com a alimentação aparece, também, em muitas reportagens onde publica depoimentos de *top-models*, atrizes e apresentadoras de TV que “confessam”³⁰ seus segredos de beleza, em especial, suas experiências com dietas e seus hábitos alimentares.

³⁰ O verbo confessar é entendido aqui a partir das análises que Michel Foucault faz acerca da confissão como uma forma de dizer de si mesmo, constituidora do processo de individualização do poder. A confissão como uma das técnicas mais valorizadas, no ocidente, de produzir verdades. (Foucault, 1998)

Ao folhear todas as edições da *Capricho* publicadas nos anos de 2001 e 2002, chama a atenção o volume de textos e imagens que fornecem dicas, recomendações, conselhos sobre como cuidar do corpo tendo como objetivo, torná-lo magro, destituí-lo de gordura e mantê-lo "em forma." É latente a mensagem dirigida à leitora cuja ênfase está no que Claude Fischler (1995) denomina de "lipofobia", ou seja, uma obsessão pela magreza e uma quase maníaca rejeição à obesidade.

Não só não aparecem garotas obesas ou corpulentas nas suas páginas como também a ênfase conferida pela *Revista* está centrada no incentivo à perda de peso, à adesão a diferentes dietas fazendo com que o controle da alimentação faça parte do controle de seu corpo e, por que não dizer, de si mesma.

Características de uma sociedade de abundância que considera a gordura "ruim" e a obesidade "vulgar", a estética da magreza é imposta pelo sistema da mídia, que intima as mulheres a seguir dieta e fazer ginásticas sempre novas: aeróbica, aeroginástica, antiginástica, *energic dance*, *gym tonic*, musculação, alongamento, aeróbica turbo, etc.. Esse culto do próprio corpo exige sacrifício: em primeiro lugar financeiros (proporcionalmente, gasta-se menos em roupas e mais para "manter" a aparência); a seguir éticos, visto que os meios de comunicação nos repetem "a pessoa tem o corpo que merece", o que leva a um novo sentido de responsabilidade. Este corpo a ser produzido, desnudado, na praia, deve estar de acordo com os cânones do momento (VINCENT, 1992, p. 311-312) [grifos do autor].

Uma das formas através das quais a *Capricho* educa suas leitoras para o controle do seu corpo está ancorada na recorrência exagerada às quantificações. A todo o tempo ensina a medir, pesar, calcular, atribuir parâmetros numéricos não apenas aos alimentos que ingere ou pretende ingerir mas às atividades de movimento que realiza. Mais do que medir, é clara a intenção de classificar como equilibrados ou não os usos do corpo, seja pela ingestão de alimentos, seja pelo gasto de energia. Classificação essa estabelecida a partir de valores universalmente determinados e aceitos como referência para medir "normalidades" e que, de certa forma, partem da perspectiva paradigmática da medicalização da saúde, como já discuti anteriormente.

Representativa desta constante atribuição numérica através da qual se olha o corpo, são as tabelas que averiguam o peso e altura, verificando, a partir destes dados, a composição corporal do indivíduo. Pensadas e criadas a partir de conhecimentos das ciências biomédicas, estas tabelas não admitem a existência de diferenças culturais, étnicas e de classe social. Diferenças estas que não apenas conferem olhares diferentes aos corpos e aos seus usos mas inclusive aos seus tamanhos.

Ana Márcia Silva, ao discutir a freqüente utilização de tabelas padronizadas de peso e altura pela área denominada de Medicina do Esporte, afirma serem estas originárias dos Estados Unidos, desenvolvidas desde o final do século XIX, a partir dos dados coletados por companhias seguradoras tendo como referência homens e mulheres economicamente ativos. Segundo a autora, as equações provenientes destes estudos, de uma forma, geral eram aplicadas à populações específicas, semelhantes aquela da qual as equações eram originárias. Critério este que sofre modificação a partir dos anos noventa do século XX, quando novos estudos propõem equações a serem generalizáveis a variadas populações, com diferentes composições corporais e idades, "indicando a interiorização de uma tendência à hegemonia de uma certa expectativa corporal que estaria se difundindo pelo mundo e que, entre outras coisas, caminha para a estética da magreza e do *body building*" (SILVA, 2001c, p. 21) [grifo da autora].

A *Capricho* não escapa à lógica da quantificação. Ao contrário: grande parte dos textos e das imagens que publica a reforçam. Na edição de 28 de janeiro de 2001, publica uma matéria intitulada "Neste ano, eu quero.... perder uns quilinhos", com o subtítulo "Conquiste o corpo que você desejou quando fez suas promessas no réveillon".

Depois de identificar o problema de excesso de peso em uma adolescente chamada Gabriela, a *Revista* aponta a solução: "um cardápio balanceado e um programa de exercícios aeróbicos". Outra vez, os cálculos e com eles, o controle. A quantificação, aqui, está expressa no programa de atividades físicas, elaborado por

um professor de Educação Física, com ênfase nos controle dos batimentos cardíacos, a principal referência a classificar o exercício como intenso ou não. Intensidade essa que vai fazer com que Gabriela atinja, de forma mais rápida, seu objetivo: emagrecer.

	segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado
semana 1	1 hora de caminhada no plano (60% a 70% da FCM)	40 minutos de bicicleta no plano (60% a 70% da FCM)	30 minutos de natação (60% a 70% da FCM)	40 minutos de bicicleta no plano (70% a 80% da FCM)	1 hora de caminhada no plano (70% a 80% da FCM)	20 minutos de natação (60% a 70% da FCM)
semana 2	50 minutos de bicicleta no plano (60% a 70% da FCM)	30 minutos de natação (60% a 70% da FCM)	1 hora de caminhada no plano e na subida (70% a 80% da FCM)	50 minutos de bicicleta no plano (60% a 70% da FCM)	30 minutos de natação (60% a 70% da FCM)	1 hora de caminhada no plano (70% a 80% da FCM)
semana 3	30 minutos de natação (70% a 80% da FCM)	1 hora de caminhada no plano (70% a 80% da FCM)	50 minutos de bicicleta no plano (60% a 70% da FCM)	30 minutos de natação (70% a 80% da FCM)	1 hora de caminhada no plano e na subida (70% a 80% da FCM)	1 hora de bicicleta no plano (60% a 70% da FCM)
semana 4	30 minutos de caminhada no plano + 30 minutos de bicicleta no plano (60% a 70% da FCM)	40 minutos de natação (60% a 70% da FCM)	30 minutos de bicicleta no plano + 30 minutos de natação (60% a 70% da FCM)	50 minutos de bicicleta no plano e na subida (70% a 80% da FCM)	40 minutos de caminhada no plano + 20 minutos de natação (60% a 70% da FCM)	1 hora de caminhada na subida e no plano (70% a 80% da FCM)

Se você não gosta de alguma destas atividades, pode excluí-la. Substitua por um dos outros treinos programados para a semana, sempre alternando as modalidades.

CAPRICHÔ - 38 de janeiro de 2001

Figura 06 - Capricho, n.º 854, 2001, p. 41

Este programa de atividades físicas, tanto quanto as tabelas de composição corporal, partem de uma fórmula generalizada cuja ênfase está no emagrecimento e no ganho de massa muscular. Caminhar, nadar e pedalar são as atividades recomendadas e independem das vontades de Gabriela ou das condições que ela apresenta para participar ou não destas atividades. Nem mesmo sabemos se Gabriela e, portanto, as leitoras da *Capricho* dominam as habilidades técnicas destes esportes de forma a conseguirem um desempenho tal que a frequência cardíaca atinja os níveis indicados (60, 70 e 80% da frequência cardíaca máxima).

A própria maneira através da qual a leitora "descobre" qual é a sua frequência cardíaca máxima (FCM) é bastante representativa do olhar generalizado sobre o corpo e sua medição. Vejamos:

Faça sua conta: $(220 - \text{sua idade}) \times 0,6 = 60\%$ da FCM. Para calcular 70% substitua por 0,7. Para calcular 80%, substitua por 0,8. Para controlar os batimentos coloque a mão sobre o pulso durante 15 segundos, conte as batidas e multiplique por 4 (REICHTER, 2001, p. 40).

Quantificar o corpo e seus usos não é uma exigência recente quando se trata do embelezamento feminino. Nem mesmo se restringe a esse objetivo. Há muito tempo são recorrentes as metrificações, as classificações, as medições do corpo objetivando classificá-lo, e quando identificados, corrigir seus supostos defeitos.

Para além das tabelas de composição corporal, é pertinente ressaltar que a ciência do século XIX debruçou seu olhar sobre o corpo humano elaborando outras classificações tendo como ponto de partida diferentes medidas e quantificações. Neste período despontaram algumas teorias que, utilizando-se do discurso científico, analisaram os indivíduos a partir de suas características biológicas, ou seja, da forma e da aparência do seu corpo. Não apenas os analisaram mas lhes conferiram diferentes lugares sociais. A fisiognomonia³¹, a frenologia³², entre outras são frutos deste raciocínio.

Essa mesma ciência que classifica e analisa o corpo no seu detalhe é aquela que vai legitimar uma educação do corpo objetivando torná-lo útil e produtivo. Com base neste pensamento está a crença - emergente desde a revolução industrial - de que o corpo é uma máquina produtora de energia.

³¹ Ciência que pretendia analisar o caráter da pessoa a partir de seus traços fisionômicos.

³² Ciência que pretendia analisar o caráter e as funções intelectuais humanas baseando-se na conformação do crânio.

Vários são os estudos históricos³³ que registram a aplicação dos princípios das leis da termodinâmica à construção de um modelo de corpo que, a partir dessa referência, passa a ser visto tal qual uma máquina de produzir energia. Ao discutir a história do corpo, Denise Sant'Anna (2001), evidencia que as diferentes representações atribuídas ao corpo são configuradas em diferentes tempos e espaços sociais. Com relação à aproximação entre os princípios da termodinâmica e dos usos do corpo, situa o século XIX como o propulsor desta representação afirmando-a como sendo criada por médicos, juristas e higienistas.

Aqui já não é mais o modelo mecanicista de corpo que está em voga, cuja principal metáfora é a imagem do relógio, mas o modelo da máquina energética ilustrado pelo exemplo da máquina a vapor. Nessa perspectiva, o alimento passa a ser observado como se fosse um combustível a ser queimado pelo organismo resultando, por fim, em energia necessária à vida. Discussão essa que está no fundamento da visão medicalizada de saúde.

Essa representação parece manter, ainda, certas persistências no nosso século pois várias são as orientações sobre alimentação que partem da idéia do corpo como máquina energética. Presente na *Capricho* e em diversas outras revistas dirigidas ao público feminino há uma associação muito estreita entre ingestão de alimento, produção e consumo de energia. Nesse sentido, é possível afirmar que ainda somos educadas de forma a compreender nosso corpo como consumidor de energia, cujas vantagens e desvantagens serão medidas mediante nossa capacidade de bem administrar a relação entre o consumo de alimento e o gasto de calor através da prática de atividade física. A idéia da combustão permanece só que agora travestida por novas roupagens. Observemos a didática da *Capricho*:

³³ Richard Sennet, Alain Corbin, Georges Vigarello são alguns dos autores a abordar essa temática em suas pesquisas.



Figura 07 - Capricho n.º 854, 2001, p. 41



Figura 08 - Capricho n.º 874, 2001, p. 89

Visibilizado como espaço de produção e consumo de energia, o corpo é chamado a se auto-regular a partir do controle constante de sua dieta, do seu peso e das suas medidas, parâmetros esses que sujeitam os indivíduos a estarem ou não próximos dos padrões corporais esperados.

Cabe registrar que é atribuído ao médico e à nutricionista, portanto, à ciência, a autoridade de prescrever o que deve ser consumido ou não e ainda a quantidade do que deve ser consumido. A matematização, portanto, se opera através do discurso

científico que busca no controle detalhado do uso do corpo a saúde como qualidade de vida.

É em nome da saúde que se deve evitar a obesidade, a anorexia, a bulimia, a desnutrição e a ociosidade. Saúde aqui entendida não só como ausência de doença mas como sendo, ainda, permeada pelos referenciais estéticos em voga. Acrescenta-se a esta representação a referência constante de que a responsabilidade por sua aquisição e manutenção é individual. Ser uma garota saudável é, portanto, saber dosar o consumo e o gasto de energia; é, também ser uma gerenciadora do próprio corpo. E para gerenciar o próprio corpo, é preciso, sobretudo, "estar de bem com a balança".



Figura 09 - Capricho, n.º 856, 2001, p. 83.



Figura 10 - Capricho, n.º 857, 2001, p. 88.

Dentro dessa representação, a obesidade, para além de ser considerada uma doença reflete, também, falta de responsabilidade da pessoa para consigo mesma. Além de doente os sujeitos obesos são quase culpados pelas disfunções que apresentam. Podemos recorrer ao texto "Obeso benigno e obeso maligno" do pesquisador Claude Fischler (1995), para ampliar esse entendimento, quando interroga: "os gordos são culpados ou vítimas? São vítimas de suas "glândulas" de sua hereditariedade ou culpados de glotoneria?" (p. 72).

Os dados resultantes de sua pesquisa no contexto francês, fazem ver que, na maioria dos casos, eles são percebidos como os únicos responsáveis por sua condição. Em outros termos, eles são gordos porque comem muito sendo incapazes de se controlar. Essas afirmações nos permitem pensar que, de maneira implícita, o que está em jogo, também é um julgamento moral.

Esta mesma constatação é trazida por Deborah Lupton que, ao pesquisar os discursos da promoção da saúde na vida cotidiana de diferentes sujeitos, afirma que a obesidade é vista como "um sinal tangível de falta de controle, impulsividade, auto-indulgência, enquanto que o corpo magro é um testemunho do poder da autodisciplina, um exemplo do domínio da mente sobre o corpo e de um virtuoso sacrifício" (2000, p. 24).

Com relação ao corpo feminino não são raros os discursos que indicam ser a obesidade, um afronte à beleza. Discursos estes que permitem a existência de verdadeiras "guerras e batalhas" a objetivar sua extinção. Espelhos, balanças, fitas métricas atestam, a cada momento, que uma modificação deve se por em curso, em especial em uma sociedade que mitifica a beleza. Ou melhor, a magreza como beleza, fazendo com que as mulheres sintam culpa em relação a gordura, porque reconhecem implicitamente que, sob o domínio do mito, seus corpos não pertencem a si, mas à sociedade que determina algumas formas de ser e parecer (Wolf, 1992). Parte da

edificação deste mito está relacionada às representações e às imagens que, historicamente, foram sendo construídas acerca do corpo feminino.

A lipofobia talvez tenha sido incentivada com a popularização da imagem da modelo inglesa Twiggy³⁴ que, no final dos anos sessenta, exibia nas passarelas da moda um corpo excessivamente magro para os padrões da época. A representação deste corpo como um modelo a inspirar outros ensinava às mulheres que estas

só poderiam aproximar-se de um corpo como o de Twiggy por meio de uma autodisciplina alimentar extrema. (...) a magreza tornou-se um ideal feminino moderno. Incessantemente representada, glorificada como sinal ou prelúdio de todos os êxitos femininos, uma imagem corporal esbelta é a obsessão das mulheres em todo o mundo ocidental (HIGONNET, 1991, p. 419).

A capacidade de persistir na obtenção do ideal de corpo magro aparece em várias outras publicações da *Capricho*. Uma delas, intitulada, "20 dias para secar" apresenta a VJ da MTV, Sara, de 22 anos a contar sobre o programa de exercícios físicos e a dieta que ela está "enfrentando" para "encarar" o biquíni no programa Luau MTV³⁵.

Ao se deixar fotografar executando passo a passo, todos os exercícios, a apresentadora mostra - com um sorriso constante no rosto - que sabe muito bem "enfrentá-lo" com determinação e porque não dizer, com bom humor. Sara diz: "depois de vinte dias comecei a notar diferença, meus braços e barriga estão mais sequinhos" (CAPRICHOS n.º 876, 2001, p. 84-85). Ou seja, 20 dias de batalha foram suficientes para encarar o inimigo número um - o seu biquíni: revelador de um corpo que pode vir a ser admirado e desejado mas também desaprovado.

O adjetivo "sequinho" que qualifica este corpo e o enobrece também marca presença em outra reportagem, que figura na *Capricho* com o nome "Máquina de

³⁴ Twiggy media 1,70 m e pesava 40,8 kg, segundo informações da própria *Capricho* publicada na reportagem "Como elas eram e como elas são", referindo-se ao corpo das "top models". (*Capricho* n.º 877, 2001)

³⁵ O programa Luau MTV é apresentado durante o verão diretamente de uma praia no litoral brasileiro e a apresentadora do programa veste apenas trajes de banho.

secar". Esta é a denominação de um programa de atividades físicas criado por um professor de educação física da Academia Reebok, de São Paulo, que combina caminhada, corrida e andar de bicicleta. Equilibradamente distribuídas ao longo de toda a semana os exercícios vão crescendo, gradativamente, em tempo e intensidade pois "a idéia é que em um mês você esteja correndo por mais de trinta minutos sem achar difícil. Além de tonificar os músculos das pernas e do bumbum, você vai queimar gordura no corpo todo" (CAPRICHOS n.º 891, 2002, p. 74).

Ao consultar o dicionário Aurélio (1995) para identificar o significado da palavra "secar" encontro: enxugar, tornar murcho, esgotar, mirrar-se, definhar-se, entre outros, cujos significados parecem caminhar para uma estética de um corpo doente. No entanto, aquilo que se deseja ao adotar a máquina de secar é um corpo livre e seco das gorduras, considerada como um sinônimo de doença que, por assim ser, deve ser combatida e investigada na sua origem. Não importa o quão "excessiva" ela é.

Se em um determinado momento histórico, o corpo gordo representava abundância e poder social, hoje, com a profusão de práticas e técnicas que possibilitam enxugá-lo, a gordura está se transformando em caso de saúde pública, de desleixo social e de não pertencimento àquilo que se considera como sendo o saudável. "Os gordos são considerados transgressores, porque violam as regras que governam o comer, o prazer, o trabalho e o esforço, a vontade e o controle de si" (BRUSSET, 1977 apud FISCHLER, 1995, p. 74). O gordo é, ainda, uma espécie, sobre a qual se exercem diferentes e constantes vigilâncias. Diria, ainda, que o corpo obeso além de sofrer constante vigilância é silenciado em diferentes instâncias culturais, em especial naquelas onde o culto da boa forma constitui seu discurso dominante.

Como falei anteriormente, o corpo obeso feminino não é exibido nas páginas da *Capricho*. Ele é silenciado em imagens mas dele se fala o tempo todo visto que tornado objeto e o antimodelo do que se quer evidenciar como sendo bonito, jovem e saudável. Sua presença manifesta-se na sua ausência.

Na edição n.º 892, publicada em julho de 2002, a *Capricho* apresenta um corpo considerado por ela como fora do padrão. Aliás, esse é o nome da reportagem. O corpo em questão é o da atriz Priscila Fantin³⁶ que, ao "contrário da maioria das bonitonas da tevê, tem quadril largo, peito grande, coxas grossas e detesta academia. E é muito feliz assim mesmo" (SCHIBUOLAb, 2002, p. 99).

No desenrolar da reportagem essas afirmações vão sendo gradativamente relativizadas pois a atriz manifesta o desejo de ser um pouco mais magra para sentir-se mais à vontade na televisão. "Com uns 2,5 kg a menos, diminuiria braço, coxa, peito, dá muita diferença" (Ibid., p. 99). Além disso declara que, apesar de não se interessar por ginástica, adora esporte. Já fez *ballet*, ginástica olímpica, natação, hipismo, handebol, esportes radicais, pára-quedas, *rapel* e, atualmente faz aulas de *surf*.

Enfim, o corpo designado pela *Revista* como "fora do padrão" está completamente enquadrado aos padrões da beleza e da juventude. Além disso, contempla o estilo atlético que, como já citei anteriormente, compõe as representações de saúde veiculadas nas suas páginas.

Como venho reafirmando, a *Capricho*, como parte de uma pedagogia cultural é, também um espaço a educar as meninas, inclusive nas formas através das quais se reconhecem ou não naquilo que está sendo veiculado.

Na edição posterior à reportagem, "Fora de Padrão" aparece publicada uma matéria intitulada "Boca no Trombone", onde a revista dá voz a uma leitora que foi interpelada pelas afirmações de Priscila Fantin. Diz Júlia Furrer dos Santos, 14 anos:

Adorei a matéria com a atriz Priscila Fantin. Ela não tem um corpo perfeito, de acordo com o padrão das modelos, e mesmo assim é feliz. Sou totalmente contra essa ditadura da beleza, onde só quem tem silicone, frequenta academia e tem cabelos lisos é bonita. (...) Ninguém é pior porque tem coxas grossas mas muita gente se deixa levar por

³⁶ A atriz protagonizou a novela "Esperança" exibida pela Rede Globo onde desempenhou o papel da italiana Maria.

algumas opiniões. Conheço gente magra que toma suco todo o dia, pula refeições, faz dietas malucas para perder peso. Não tem nada demais se cuidar, mas sem exageros. O bonito nas pessoas é o conjunto delas, a proporcionalidade (SANTOS, 2002, p. 64).

Apesar da garota fazer uma crítica a determinadas práticas de emagrecimento, essa crítica ainda está conformada à existência de modelos a inspirar a produção dos corpos adolescentes. A proporcionalidade é uma forma de dimensionar a beleza; proporcionalidade que reconhece no corpo da atriz - o corpo que a *Revista* reconhece estar fora do padrão.

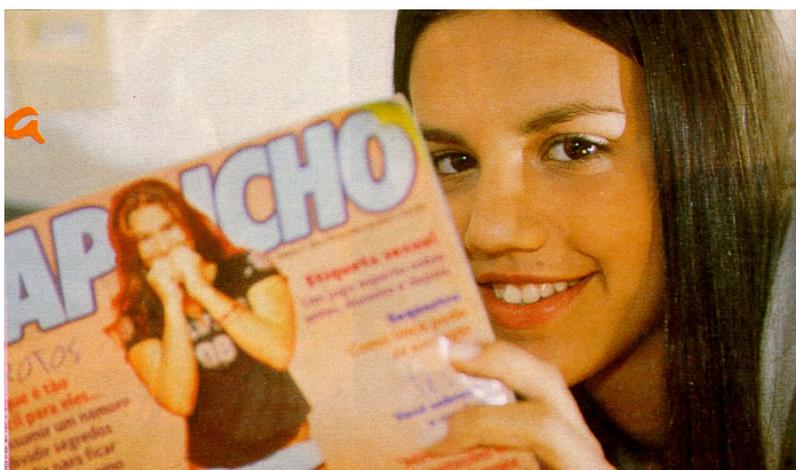


Figura 11 - Capricho n.º 894, 2002, p. 64.

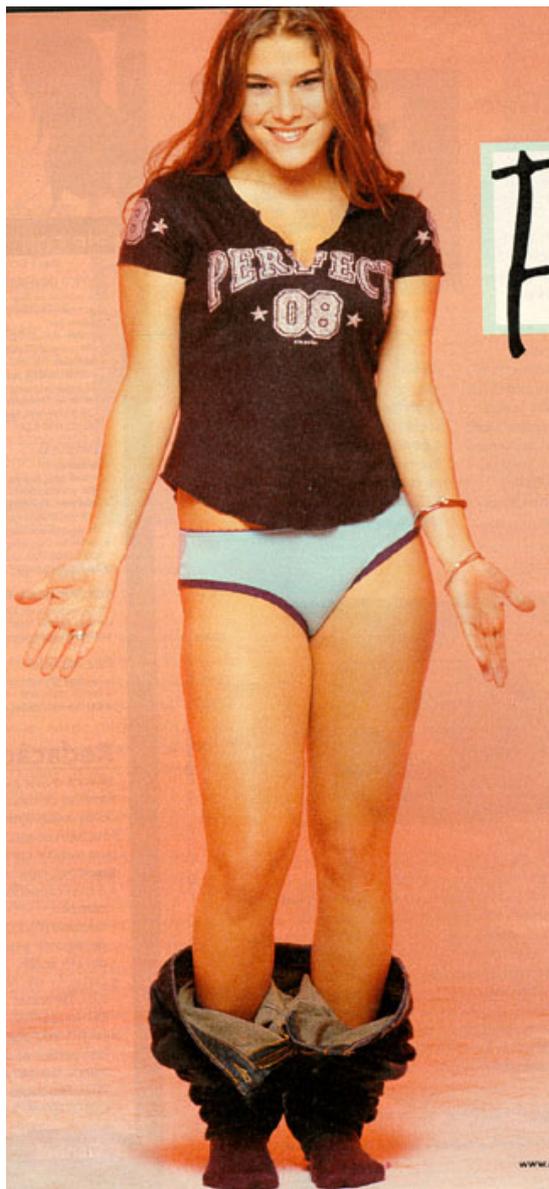


Figura 12 - *Capricho*, n.º 893, 2002, p. 95.

O que dizer, então, dos corpos excessivos, de carnes fartas, não firmes, não harmoniosas se esta é a imagem que se exhibe do que não está consoante à beleza identificada nas páginas da *Revista*? De fato, o corpo obeso fala pelo seu silêncio.

Essa reportagem e tantas outras faz ver que, em diferentes situações, a *Capricho* ensina as meninas a controlarem os usos de seus corpos. Uma delas reside nas informações que divulga e produz acerca da ingestão de alimentos. São dicas que

a incentivam a seguir programas de emagrecimento, a evitar a impulsividade, o desleixo e o excesso de peso. A imagem abaixo é representativa desta questão, afinal, é como uma novidade, que se anuncia esta uma pirâmide "modernizada", visto que inclui alimentos integrais não mencionadas nas pirâmides alimentares tradicionais. Mostra a *Capricho*:

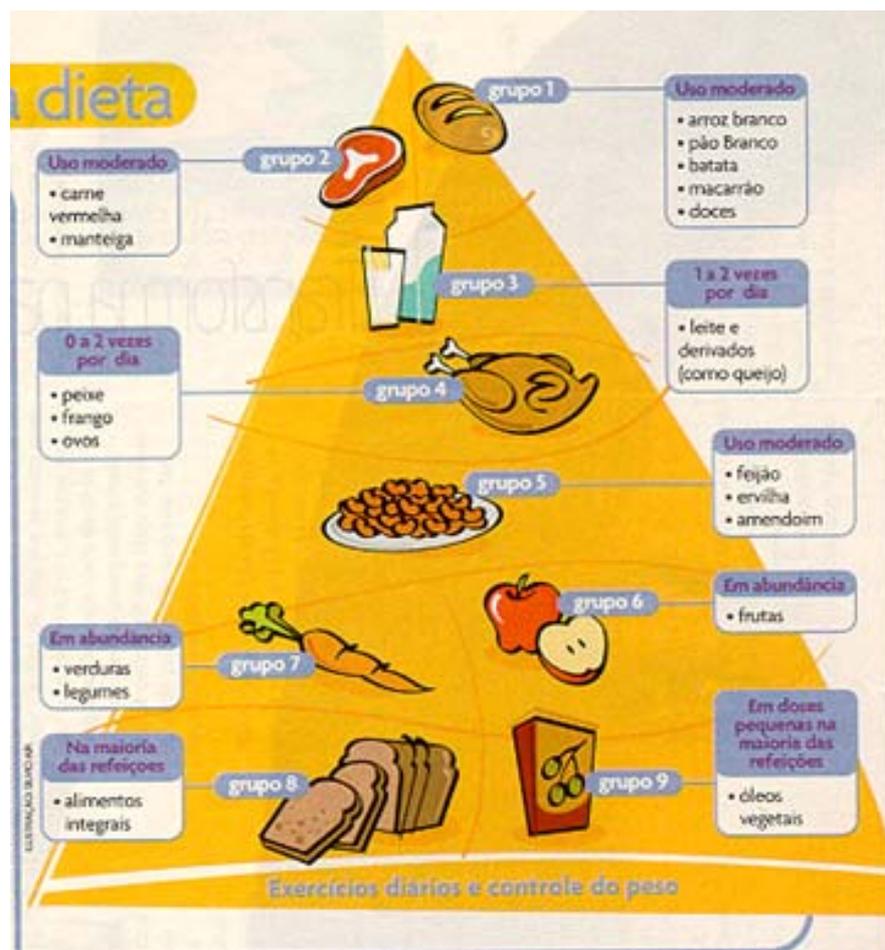


Figura 13 - *Capricho* n.º 870, 2001, p. 62

Ao analisar essa imagem chamo a atenção para as palavras que estão escritas na base da pirâmide: "Exercícios diários e controle do peso". Ou seja, não é só sobre a alimentação que a pirâmide fala. Ela faz referência ao exercício físico e ao governo do corpo. Lembra e faz lembrar que só comer bem não basta, há que cuidar

cotidianamente do peso e para isso se faz imprescindível o exercício de calcular o que comer e o quanto comer.

Outras tantas reportagens fazem referência à nutrição e a diferentes produtos alimentares. Em "Proibidos para Mim", a mensagem dirigida à leitora é a seguinte: se o seu cardápio inclui salgadinhos, chocolates, batatas fritas e refrigerantes, dê um tempo" (CAPRICHOS n.º 893, 2002, p. 81). É hora de ouvir a nutricionista Maria José Macedo, do "Spa Los Álamos", ao explicar o quanto a má alimentação, a poluição e o estresse intoxicam o corpo sobrecarregando os rins, responsáveis pela eliminação das toxinas. A partir deste chamado são sugeridas algumas receitas "simples e rápidas" a serem executadas pela leitora caso queira se manter saudável e bem alimentada. Por fim, utilizando-se de uma frase do escritor Alphonse Daudet (1840-1897) proclama: "A gula começa onde acaba a fome" (Ibid., p. 81).

Em outra reportagem, intitulada, "Volta ao Mundo" a questão que se coloca é a seguinte: comer fora não deve ser sinônimo de exagero. Portanto, atente às recomendações:

Restaurante: italiano **Prefira:** massas ao molho de tomate ou de vegetais e almôndegas **Não exagere:** molhos brancos e gordurosos, com quatro queijos ou romanesca

Restaurante: japonês **Prefira:** sushis, sashimis, sopa missô, yakisoba. **Não exagere:** tempuras. Por serem empanadas, são muito gordurosas.

Restaurante: árabe **Prefira:** quibes, esfihas, caftas, homus, babaganuche (pasta de berinjela). **Não exagere:** as sobremesas costumam ser bombas calóricas (CAPRICHOS n.º 889, 2002, p. 90).

Enfim, todo cuidado é pouco quando o assunto é alimentação. Cabe ressaltar que além de uma seção intitulada "De bem com a balança", a *Capricho* apresenta outra que se chama "Comida". Em ambas, o que geralmente se publica são informações sobre dietas para emagrecer, valoração calórica de diversos produtos alimentares, receitas *lights*, entre outras tantas informações.

É aqui, também, que a indústria alimentícia ganha espaço pois os produtos sobre os quais se medem as calorias são sempre denominados e identificados a partir da empresa que os fabrica. Essa é, também, uma forma de *marketing* que revela ainda, serem estes produtos que as adolescentes consomem. Isto é, mesmo que apareçam contabilizados pela quantidade de calorias que apresentam são os biscoitos, as bolachas, os chocolates aqueles produtos que mais aparecem nestas seções. E também os lançamentos dos produtos da linha *diet e light*, geralmente das mesmas empresas que fabricam os tradicionais farináceos e doces. Ou seja, as mesmas empresas que engordam as garotas são aquelas que oferecem alternativas para seu emagrecimento. São elas que vendem através da *Capricho*. Vendem produtos e também sonhos.

Essa afirmação me remete a pensar que, de uma forma geral, os anúncios veiculados pela mídia acerca de produtos alimentares, ainda que tenhamos a opção *light e diet*, possibilitam a compreensão de que esta é uma sociedade bulímica. Pois, se por um lado a propaganda seduz a todos com belas imagens, estimulando o consumo de diferentes e atrativos produtos alimentares, por outro, os corpos que protagonizam estas mesmas propagandas são sempre belos e em forma. Como afirma o nutricionista francês Jean Trémolieres, a sociedade cria os obesos e não os tolera (Fischler, 1995).

Na *Capricho*, é clara a presença da indústria alimentar, tornada visível para as suas leitoras pelas diferentes formas através das quais se faz a publicidade de diferentes alimentos apresentados, por exemplo, nos anúncios e reportagens que informam e vendem últimas novidades, misturando, portanto, publicidade e informação.³⁷

³⁷ A Danone informa, o iogurte "Corpus" que tem 0% de gordura e elege a atriz Malu Mader para ser sua garota propaganda. Do mesmo modo a Nestlé informa que o Nescau ganhou uma versão *light*, com 44% menos calorias que o tradicional. A Batavo anuncia que o novo Choco Milk agora é feito com leite desnatado. Publicadas, respectivamente, nas edições: n.º 866, de 15 de julho de 2001; n.º 865, de 1º de julho de 2001; n.º 871, de 23 de setembro de 2001. Nestas propagandas exibe-se, também, uma maneira de se relacionar com o alimento, "onde

Há, nas suas páginas, uma tensão entre o estímulo ao consumo e a restrição de alimentos. Disponibiliza grande espaço publicitário para a venda de alimentos, ao mesmo tempo que faz circular discursos de exaltação às dietas, tidas como essenciais no processo de aquisição da boa forma.

Ao folhear, sistematicamente, a *Capricho*, verifiquei uma proliferação de regimes alimentares designados como dietas. São várias as reportagens a oferecer e informar sobre várias formas de emagrecimento. Aliás, é interessante pensar a ressignificação que o termo dieta adquiriu quando relacionado ao emagrecimento. Segundo Luisa Bay, "a medicina define dieta como a quantidade de comida e bebida que uma pessoa ingere diariamente e pode ser, segundo suas características, adequada, hídrica, animal, vegetal, láctea, modular, elementar, hipercalórica, etc." (1997, p.1). Esse não é o sentido atribuído ao termo dieta quando apresentado na *Capricho*. Aqui, ele se equipara à privação de comer e são mesmo muitas: "Dieta da sopa", "Dieta das proteínas", "Dieta higienista", "Dieta básica", "Dieta de modelo", "Dieta do relógio", "Nova Dieta" "Descoberta emagrecedora", "Dietas dos chás", "Dieta das saradas", "Dieta dos shakes", "Dieta Perigosa" e "Dieta do bem".

Enfim, alternativas não faltam. Basta querer perder peso que a *Capricho* poderá ser uma aliada nesse empreendimento. Afinal:

Zelar por uma alimentação saudável e adotar os valores da cultura dietética são condições primordiais na dinâmica do corpo que se mantém em forma, na linha, de acordo com os cânones do momento. Parte da ação publicitária é garantir a circulação dessas informações. Com Lipovetsky (1994: 65), enfatiza, que esse é mais um dos aspectos do imperativo narcísico, assinalado pelo código da elegância, típico da era da felicidade que se supõe viver (COUTO, 2001, p. 48).

Um acontecimento a evidenciar a cultura dietética são os programas de reeducação alimentar que se popularizam e ganham adeptos em alguns estados

calorias devem ser contadas e reguladas, os produtos supostamente naturais são cultuados, as quantidades de vitaminas e proteínas [...] ingeridas na medida ideal" (COUTO, 2001, p. 48).

brasileiros. Na cidade gaúcha de Três Cantos, considerado um dos municípios mais gordos do país pela Abeso (Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade) se constatou que 60% dos 1,6 mil habitantes eram obesos. Razão pela qual, a cidade aderiu ao projeto "Emagrecendo Com Amor Pela Vida", implementado por iniciativa da Prefeitura Municipal e da equipe paulista do "emagrecendo.com.br", onde se anuncia que, em pouco tempo, a população emagreceu quase três toneladas.³⁸

Estas e outras experiências estão, constantemente, a nos educar para olhar a obesidade como prejudicial à saúde e, também, como excessiva se pensarmos na glorificação das representações do corpo atlético e em forma.

Tanto quanto outras revistas, jornais, programas de televisão e de rádio, a *Capricho* impulsiona as leitoras a estarem em constante alerta sobre o corpo e sobre si mesmas, reafirmando que ser saudável, bela e permanecer jovem prescinde de esforço e dedicação. Como bem afirma Cybelle Weinberg (2001, p. 7), há uma mensagem muito clara dirigida aos adolescentes cujo efeito se mostra quase como palavras de ordem do mundo contemporâneo: "seja jovem, seja feliz, seja magro/a, seja bem informado/a, seja alguém de sucesso!"

O excessivo cuidado para com a ingestão de alimentos - hoje matematizados em calorias - se por um lado representa uma preocupação com a saúde, por outro, tem sido um dos elementos a causar distúrbios alimentares tais como a anorexia e a bulimia.

A *Capricho* aborda essa questão, quando, por exemplo, na reportagem "Comendo o Pão que o Diabo Amassou" torna públicas as respostas das leitoras a uma

³⁸ O médico Alfredo Halpern, ex-presidente da Abeso é o responsável científico pelo *site* e criou um plano alimentar individualizado para as pessoas que aderiram ao Projeto. Semanalmente, os moradores procuram a equipe de plantão na cidade para se pesar e conversar com os nutricionistas via Internet ou por telefone. Das 1,3 mil pessoas que se cadastraram no programa, 760 se interessaram em adotar o sistema para perder peso. Dessas 500 conseguiram ser fiéis às recomendações e 170 foram 100% assíduos nas avaliações semanais. Em média reduziram em 8% o Índice de Massa Corporal; o peso médio por pessoa passou de 82,3 para 72,6 quilos e juntos chegaram a emagrecer 2.810 quilos. A próxima meta do projeto, explica a reportagem, será a adoção da prática da atividade física, onde os

enquete que promove cuja questão central é: "Você já fez alguma loucura para perder peso?" Através das inúmeras respostas que chegaram até a redação dá para constatar o quanto é grande a privação das meninas em relação ao comer, muitas vezes apelando para dietas muito radicais e sem qualquer orientação colocando, inclusive, em risco a sua saúde. Vejamos alguns depoimentos: "Além de fumar, deixei de comer. Perdi 8 kg em dois meses. Eu sentia queimação no estômago e pontadas no peito", informa Lívia, 16 anos (CAPRICHOS n.º 856, 2001, p. 37). "Quando eu estava em casa, chegava a tomar uma mistura de água quente com sal, para vomitar tudo o que tinha comido" conta Rita, de 18 anos (Ibid., p. 37). "Fiz a dieta dos treze dias que uma amiga indicou: eu só comia três biscoitos água e sal e um iogurte natural por dia. No sexto dia, desmaiei. Em treze dias, perdi 7 kg. Uma semana depois, havia engordado 10 kg", diz Deborah, de 15 anos (Ibid., p. 38). "Passei duas semanas tomando líquido, quando eu ficava com fome tomava água com suco de limão. Sentia muita falta de mastigar, de comer algo sólido", relata Milena, de 16 anos (Ibid., p. 39). "Cada vez que eu sentia fome, colocava um chiclete na boca e pensava que estava ficando mais bonita", diz Mônica, de 18 anos (Ibid., p. 40).

Esses depoimentos nos levam a perceber que os métodos usados por estas meninas (e muitas outras) para perder peso rapidamente são os mais variados e perigosos. "Quem já fez ou faz esse tipo de dieta, mesmo esporadicamente, tem mais chance de desenvolver um distúrbio alimentar como a anorexia" alerta Táki Cordás, professor-coordenador do Ambulatório de Bulimia e Transtornos Alimentares do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas de São Paulo.³⁹

cadastrados terão planos individuais de exercícios e serão acompanhados por médicos. Reportagem publicada pelo Jornal Zero Hora, no dia 29 de outubro de 2002.

³⁹ Segundo suas informações, em 1992 quando foi criado o Ambulatório havia um novo caso por semana. Em 2001, eram dez novos casos semanais sendo que 90% dos casos de anorexia e 50% dos casos de bulimia começam na adolescência. Geralmente a doença aparece entre os 12 e 13 anos ou entre os 17 e 18 anos. Mesmo com o melhor tratamento podem ser fatais, 10 a 15% dos casos levam a morte (Capricho n.º 856, 2001).

Recentemente a *Revista Capricho* fez uma matéria sobre o corpo anoréxico, onde o enfoque está direcionado para os movimentos pró-anorexia que circulam em sites na Internet. Para muitas das adolescentes que visitam estes sites - em sua grande maioria anoréxicas - a "Ana", como é chamada a Anorexia entre elas, não é uma doença, mas um estilo de vida que valoriza o controle total do que acontece com o corpo. Miss Anna, 24 anos, líder da maior comunidade pró-anorexia do Brasil que conta com 30 adolescentes entre 16 e 19 anos dos quais só três são meninos, diz: "Não admito que a comida me controle. Comecei com Ana aos 16 anos, quando ainda era modelo, foi uma questão de sobrevivência, tinha que ser magra"⁴⁰ (*Capricho* n.º 898, 2002, p. 31).

A fala de Miss Anna identificada, também, nos discursos de outras garotas anoréxicas faz lembrar, como exemplifica Cybelle Weinberg, algumas santas católicas que, em outros tempo, afirmavam ser o controle da fome uma forma de disciplinar a si mesmas. De controlar seu corpo, seu desejo e, assim, ter autonomia. Citando o trabalho do historiador americano Rudolph Bell (1985), que realizou uma pesquisa sobre a vida de 261 mulheres, oficialmente reconhecidas pela Igreja Católica Romana como santas, afirma que 170 delas manifestaram sinais evidentes de anorexia. São exemplares desta afirmação: Clara de Assis, santa do século XIII, que ao fugir de casa se refugiou em um convento onde passava dias sem comer; Catarina de Siena, no século XII, que morreu quando decidiu não mais se alimentar e Santa Wilgenfortis, conhecida como Santa Liberata que, para não se casar com o homem escolhido pelo seu pai, jejuou até perder os contornos femininos e crescer-lhe uma penugem sobre o corpo. Analisa o pesquisador:

⁴⁰ A revista menciona alguns *sites* organizados por anoréxicas ou grupos de pessoas que se identificam com a doença onde é possível encontrar dicas de como esconder o distúrbio, como enganar pais e namorados, como ficar dias sem comer e como se punir caso comam. Destes sites, alguns desaparecem após ficarem um tempo fora do ar visto que suas donas não sobrevivem para mantê-los atualizados (*Capricho* n.º 896, 2002).

Trata-se, no caso, de mulheres que geraram controvérsias e atraíram atenção. Durante anos, e mesmo séculos, depois de suas mortes, elas representaram modelos de coragem, figuras protetoras para os crentes que disputaram a posse de suas relíquias e escutaram, com veneração, os pregadores que falavam de suas atitudes santas (BELL, 1985 apud WEINBERG, 2001, p. 160).

Estas afirmações nos fazem ver que o jejum auto-imposto não é uma invenção do presente. Poderíamos dizer que a autodisciplina e a fome são as mesmas mas os significados a ela atribuídos são completamente diferentes.

Isso nos leva a pensar que, da mesma forma que a santa anoréxica camuflava seu desejo de autonomia utilizando-se de um fervor religioso aprovado culturalmente, nossas jovens anoréxicas poderiam estar usando a moda, que acena como promessa de sucesso para quem exibe sua magreza nas passarelas, para atender a outro tipo de desejo (WEINBERG, 2001, p. 160).

É inegável que a mídia vende a promessa de que ser jovem é ser feliz, e para tal é preciso investir sobre o corpo todo o conhecimento que se possa acessar, em especial para torná-lo destituído de gorduras. Ela é uma grande incentivadora do emagrecimento do corpo, no entanto não pode ser a única responsabilizada pelo aumento dos distúrbios alimentares e nem cabe, aqui, identificar de onde provêm tais distúrbios nem culpabilizar esta ou aquela pessoa, situação ou instância cultural.

Quero ressaltar que, apesar de 80% dos casos de anorexia se iniciar com uma dieta para emagrecer, há que se considerar fatores individuais, biológicos, psicológicos, socioculturais que interatuam entre si tanto para desencadear, quanto para manter a enfermidade. Como exemplo desta afirmação Weinberg (2001, p. 157), relata, a partir de sua experiência profissional, que muitas pacientes que chegam aos ambulatórios são oriundas de diferentes regiões rurais afastadas dos meios de

comunicação, onde o corpo idealizado e veiculado nas revistas, jornais e programas muitas vezes não se faz presente.

No entanto, não há como negar que a mídia exerce um papel muito importante na educação das garotas no que diz respeito ao seu corpo, não porque as ensina a cuidar de si mas porque divulga modelos e representações que são tomados como adequados. Representações às quais acoplam-se diferentes discursos a reforçá-las e fazê-las parecer verdadeiras. Representações estas mutáveis, consoante os tempos, os espaços, os grupos sociais, onde circulam e para quem são endereçadas.

No que diz respeito à alimentação é interessante pensar como o fez a historiadora Mary Douglas, que "os princípios de seleção que orientam o ser humano na escolha de seus recursos alimentares não são de ordem fisiológica, e sim cultural [...]. É a cultura que cria entre os homens o sistema de comunicação referente ao comestível, ao tóxico e à saciedade (DOUGLAS, 1979, apud VINCENT, 1992, p. 314).

É na cultura, portanto, que se produzem os discursos acerca do excesso e do comedimento alimentar. Do corpo desejado ou imaginado e das práticas que em nome dele se operam. Como bem afirma Claude Fischler, as categorias que definem o que é ser magro, gordo ou obeso mais do que biológicas são culturais e variam em diferentes culturas visto que os critérios, as medidas e os limiares não são fixos - ainda que existam algumas tabelas a buscar as generalizações como uma forma de tentar universalizar tais categorias. Para este autor estas categorias são muito mais estáveis do que os conteúdos a elas atribuídos. "Era preciso, sem dúvida, no passado, ser mais gordo do que hoje para ser julgado obeso e bem menos magro para ser considerado magro" (FISCHLER, 1995, p. 79).

Em se tratando da atual tendência lipófoba penso ser pertinente reproduzir o relato de uma escritora americana⁴¹ que foi interpelada pelo discurso da magreza, identificada por ela como sendo a "graça conquistada pelas garotas da atualidade." (HORNBACHER, 1999, p. 12)

Graça essa que a remeteu à anorexia e bulimia cujas graves conseqüências ainda se fazem sentir no seu corpo.

Não vou pôr-me aqui a dizer-vos como foi horroroso, que o meu papa e a minha mamã eram maus e que um puto qualquer me chamou Pote de Banhas na escola primária, porque nada disso é verdade. Não vou repetir, vezes sem conta, como as perturbações alimentares <têm a ver com o controlo>, pois já todos sabemos isso. É um chavão, redutor, categórico, uma maneira simples de pôr as pessoas de quarentena mental e de dizer: pronto. É isso. As perturbações alimentares <têm a ver>: sim, com o controlo, com a história, com a filosofia, com a sociedade, com a singularidade pessoal, com as chatices familiares, com o auto-erotismo, com o mito, com os espelhos, com o amor, com a morte e com o sadomasochismo, com as revistas e com a religião e com o percurso incerto do indivíduo, de olhos vendados, através de um mundo cada vez mais desconhecido. A questão não consiste em saber se as perturbações alimentares são <neuróticas> e indicam uma deficiência mental - mesmo eu teria dificuldade em justificar racionalmente a prática de uma pessoa passar fome ou empanturrar-se de comida só para vomitar o que comeu -, mas sim *porquê* porquê esta falha, o que acionou este interruptor, porquê tantas de nós? Porque se trata de uma escola tão fácil? Porquê agora? Será alguma toxina no ar? Seria alguma aberração da natureza que virou as mulheres contra os seus próprios corpos com uma virulência sem paralelo na história, repentinamente, sem uma causa? O indivíduo não existe fora da sociedade. Há motivos para isso estar a acontecer e estes não residem apenas na mente (HORNbacher, 1999, p. 13).

Ainda que seu sofrimento tenha sido individual a autora se dá conta que o indivíduo não existe fora da cultura. Ele é produto do seu tempo e seu corpo é marcado por esta contingência. O corpo é, portanto, um produto da cultura sendo também o que dele se diz, visto que a linguagem "não apenas expressa relações, poderes e lugares; ela os *institui*" (LOURO, 1999, p, 15) [grifo da autora].

Colocado nesta cultura em posição de inferioridade em relação ao corpo magro, o corpo obeso é constantemente representado como algo que carece de modificação e

⁴¹ Marya Hornbacher escreveu seu livro em 1997 quando tinha 23 anos. Conta que tornou-se bulímica aos 9 anos e anoréxica aos 15. Ao longo de 13 anos seu peso oscilou entre 67,5 e 26 kilos.

de reconfiguração. Identificado como excessivo, demanda cuidados direcionados tanto para sua saúde quanto para seu embelezamento.

Essa representação não aparece apenas na *Capricho* ou em outras revistas femininas ainda que nelas seja recorrente. O temor à obesidade circula em diferentes produtos culturais, inclusive, naqueles onde se identifica ser dominante o discurso científico.

Advogando em favor da construção de "hábitos saudáveis", voltados para a melhoria da qualidade de vida, vários estudos têm sido produzidos na tentativa de apontar como necessários programas educativos direcionados para escolares onde sejam incentivadas a prática de atividade física e o controle alimentar. Vários destes estudos partem do entendimento de que os hábitos incorporados na infância e na adolescência podem influenciar os comportamentos saudáveis na vida adulta e que os hábitos alimentares e de atividade física também podem se relacionar com outros comportamentos de risco, como o consumo elevado de drogas, álcool e fumo (Malina, 1996; Telama et al., 1996; Johnson et al., 1998; Pate et al., apud Guedes e Grondin, 2002).

Essa compreensão, associada ao temor eminente à ampliação de sujeitos com doenças crônico-degenerativas⁴² parece ser um dos fundamentos sobre o qual se apoiam diferentes produções científicas direcionadas para educação de jovens e adultos. Publicações estas que, ao abordarem o tema corpo, atividade física e saúde orientam os sujeitos para a redução do peso corporal, mesmo quando o tema que esteja em pauta não seja exatamente este.

Para exemplificar esta afirmação, incorporo a esta pesquisa, duas publicações orientadas para a educação formal. A primeira delas é o livro didático de Ciências

⁴² Segundo o Centers for Disease Control and Prevention, (Atlanta, Estados Unidos) caso se perpetuem as tendências atualmente observadas com relação ao sedentarismo e ao comportamento alimentar de populações jovens, em 2020, 73% dos adultos deverão apresentar disfunções orgânicas atribuídas à aquisição de hábitos alimentares e de prática de atividade física inadequados. (Centers for Disease Control and Prevention, 1998)

usado na 7ª série do ensino fundamental cujo título é "Nosso Corpo"⁴³, mais especificamente o capítulo que diz respeito aos alimentos e a alimentação equilibrada.

Este livro chama minha atenção pela grande preocupação que demonstra em ensinar maneiras de usar "corretamente" o alimento. Para tanto, ressalta temas como: as propriedades nutricionais dos alimentos, a maneira correta de sua ingestão e o conseqüente aproveitamento pelo organismo, como também, os possíveis transtornos advindos do uso incorreto do alimento.

O texto fala, a princípio, sobre a função dos alimentos identificando-a como sendo a de servir como matéria-prima para a construção do corpo, que cresce e se renova precisando, portanto, de energia. Energia essa que pode ser quantificada isto é, medida em calorias através da unidade quilocaloria (Kcal). Em seguida a essa pequena introdução, o autor nos apresenta uma figura que ilustra três situações distintas nas quais aparecem: na primeira coluna, dividida em três linhas, uma maçã, um sorvete e uma fatia de torta e um hambúrguer onde estão anotados o número de calorias que corresponde a cada alimento; na segunda coluna aparecem imagens de pessoas em três diferentes situações - caminhando, correndo e em repouso (sentada); na terceira coluna, aparece o tempo gasto em minutos e horas para serem gastas as calorias ingeridas em cada linha pelas pessoas nas diferentes situações (caminhando, correndo ou sentada).

O texto indaga o leitor/a: você é capaz de dizer qual das três personagens têm mais chances de engordar se essa situação persistir? E continua afirmando que será fácil responder se buscarmos o seguinte raciocínio: quando a quantidade de caloria consumida por um indivíduo for maior do que a quantidade que ele gasta, seu peso aumenta.

⁴³ Publicado pela editora Ática, foi escrito por Fernando Gewandsznajder, que tem formação em biologia e é também autor de outros livros da mesma editora. Livros estes sobre biologia, programa de saúde, nutrição, sexo e reprodução sendo todos recomendados pelo MEC para serem adotados pelas escolas, se assim o desejarem.



Figuras 13 - Livro "Nosso Corpo", p. 56-57

Comer bem, continua o livro didático, é ter uma dieta equilibrada; é também gastar as calorias ingeridas mantendo, portanto, o organismo em um certo equilíbrio, longe dos excessos e da impulsividade. Quando se refere aos fatores que provocam a obesidade são mencionados: a tendência hereditária para engordar, problemas glandulares, pouca atividade física, alto consumo de gordura e açúcares, entre outros. Por isso, aconselha: quando identificado um ou mais destes sintomas procure um médico para, através de exames especializados, diagnosticar a existência ou não de algum problema glandular. Este profissional deverá indicar uma dieta em que o total de calorias ingeridas seja menor do que as calorias gastas. Ou seja, o cuidado para com o excesso de gorduras é privilegiado nesta publicação bem como a medicalização tanto do diagnóstico como da prevenção e cura: adoçantes, moderadores de apetite e exercício físico são recomendados.

Ao final do capítulo que discute o tema "corpo", o autor reafirma que a obesidade só pode ser tratada com a mudança definitiva nos hábitos alimentares, isto é, com uma reeducação alimentar não sem antes mencionar que "o que queima calorias

é a atividade física" (GEWANDSZNAJDER, 2000, p. 54). E aí as imagens acima revelam importantes significados.

Ou seja, são garotas que estão representadas e não garotos. Se pensarmos no público para o qual o livro se dirige, adolescentes de 12 a 14 anos, podemos imaginar que os meninos, talvez, não se reconheçam nessa exigência. Afinal, não estão lá representados. O discurso do controle calórico parece direcionado para o público feminino o que reforça a idéia de que para as mulheres, a beleza é uma obrigação.

O segundo exemplo que trago para pensar como diferentes pedagogias culturais educam diferentes sujeitos, diz respeito a um livro escrito por um profissional de Educação Física intitulado "Qualidade de vida: um programa prático para um corpo saudável".⁴⁴ Ao discorrer sobre o tema da obesidade, o autor centraliza sua discussão em torno da prática de atividades físicas onde o corpo é representado como uma máquina de combustão, que para regular e produzir energias, necessita manter-se em movimento. O livro apresenta vários gráficos e quantificações (fórmulas matemáticas para calcular massa corpórea, peso ideal, porcentagem de gordura corporal, gasto de calorias por hora em diferentes atividades físicas, gasto calórico por velocidade de determinados exercícios, grupos alimentares, etc.) mas o que chama a atenção são as razões pelas quais indica a prática de atividade física. São elas: 1) o exercício físico consome calorias; 2) o exercício pode suprir o apetite; 3) o exercício pode contrabalançar os efeitos negativos da obesidade; 4) o exercício pode beneficiar o funcionamento psicológico (evita a depressão); 5) o exercício pode minimizar a perda de massa magra (tecido muscular); 6) o exercício pode contrabalançar o declínio metabólico produzido pela dieta (Guisellini, 1996).

Tanto quanto o livro didático destinado aos jovens não menciona o prazer e a alegria que também podem estar vinculados ao ato de se alimentar, esta publicação, oriunda da Educação Física, nunca se refere ao prazer de praticar atividade física. Seja ela qual for: caminhada, esportes coletivo, práticas alternativas, etc. O que se

⁴⁴ Publicado em 1996 por Mauro Guisellini é um livro bastante utilizado nos cursos de graduação em Educação Física.

põe em evidência é a representação do exercício como condicionamento físico onde o que importa é queimar calorias sendo, ainda, o corpo fisicamente condicionado, diga-se magro, representado como o corpo saudável.

Cabe, aqui, lembrar Deborah Lupton, para quem

As atividades de condicionamento físico representam a tentativa dos indivíduos de encontrar os seus 'verdadeiros *eus*', para expor 'a boa forma' e a baixa gordura individual oculta sob as camadas de músculos, para pôr em consonância mente e corpo, para enfrentar com sucesso a natureza aparentemente caótica da vida no final de século XX, através do controle do corpo: 'por meio de ações vitais, racionais e auto-dirigidas, o adepto da boa forma luta para construir uma biografia integral numa época em que os papéis e a moralidade coletiva estão se transformando inconsistente e rapidamente (2000, p. 28-29).

Ao analisar estes dois livros como parte integrante - tanto quanto a *Capricho* - de uma pedagogia cultural que educa sobre os usos do corpo, posso afirmar que esses artefatos culturais estão a ensinar certos modos de ser e certos estilos de vida. Eles também suscitam desejos, e sonhos, forjam olhares sobre si e sobre o outro, afinal, "a educação ocorre numa variedade de locais sociais (...)tais como bibliotecas, TV, filmes, jornais, revistas, brinquedos, anúncios, videogames, livros, esportes, e etc." (STAEINBERG, 1997, p. 102).

Cabe ainda ressaltar que nas duas publicações que agreguei a este texto, a orientação está direcionada para o emagrecimento, para a eliminação da gordura, para extrair do corpo "elementos" que neste "aqui e agora" são representados como os inimigos da saúde e da boa forma.

Pensando no corpo como uma construção histórica, há que perceber que nem sempre foram essas as representações acerca da obesidade. O corpo opulento, no passado e também hoje, em diferentes grupos sociais adquire diferentes representações. A identidade "obesa" incorpora diferentes significados e, a partir

deles, diferentes sujeitos são diferentemente posicionados em diferentes locais. Para Guacira Louro,

É, então, no âmbito da cultura e da história que se definem as identidades sociais (...). Essas múltiplas e distintas identidades constituem os sujeitos, na medida em que são interpelados a partir de diferentes situações, instituições ou agrupamentos sociais. Reconhecer-se numa identidade supõe, pois, responder afirmativamente a sua interpelação e estabelecer um sentido de pertencimento a um grupo social referência. Não há nada de simples ou de estável nisso todo, pois essas múltiplas identidades podem cobrar, ao mesmo tempo, lealdades distintas, divergentes ou até contraditórias. Somos sujeitos de muitas identidades. Essas múltiplas identidades podem ser, também, provisoriamente atraentes e, depois, nos parecerem descartáveis; elas podem ser, então rejeitadas e abandonadas. Somos sujeitos de identidades transitórias e contingentes (LOURO, 1999, p. 12).

Ser obesa, gorda ou magra não é, portanto, algo definido a partir de uma essência biológica ou corporal visto que há diferentes percepções acerca das fronteiras que impõem os limites entre estas identificações. Ainda que biologicamente o corpo seja constituído de gordura e essa tenha funções específica relacionadas, por exemplo, à proteção e ao equilíbrio interno da temperatura corporal, não é sobre isso que se discute. O que está em questão são as significações culturalmente atribuídas ao excesso ou à falta de gordura no corpo, critério a partir do qual são nomeados os corpos como magros e, em sua oposição, gordos. Não apenas nomeados mas hierarquizados, como bem nos ensina a *Capricho*, ao exhibir uns e ocultar outros.

Não só na *Capricho* mas também no livros que citei, mais do que negar a existência da identidade, no caso a identidade "obesa", creio ser fundamental evidenciar que ela não é natural nem mesmo possui uma forma fixa de ser.

A demonização da obesidade e o culto à magreza e a boa forma produzem formas de perceber, olhar e vivenciar o corpo, inclusive no sentido de modificá-lo, colocando e retirando o que cada um entender que lhe falte ou sobre. As escolhas

para esta ou aquela intervenção, são opções, mas estas estão atravessadas por inúmeros discursos, desejos vontades e poderes, que interpelam mais a alguns/mas do que a outros/as e produzem efeitos. Pensando com Foucault:

o domínio e a consciência do seu próprio corpo só puderam ser adquiridos pelo efeito do investimento do corpo pelo poder: a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular, a nudez, a exaltação do belo corpo... De maneira que ao tomar consciência do corpo a partir desses investimentos sobre ele, historicamente homens e mulheres atribuem e reivindicam diferentes significados ao uso do corpo (1992, p. 146).

Penso, então, ser pertinente uma questão: se o corpo gordo, flácido e com celulite desencadeia atitudes negativas por parte das mulheres, a busca de uma esbelteza e firmeza muscular não estariam a contribuir para que através de seu corpo fique marcado seu desejo de apropriar-se de algumas qualidades tais como, a vontade, a autonomia a eficácia e o autodomínio?

Gilles Lipovetsky, ao analisar o *boom* da beleza feminina no século XX tece várias considerações nesse sentido. Para este autor, o culto à beleza e a boa forma não revela práticas opressivas às mulheres. Ao contrário, identifica existir nestas práticas o exercício de controle de si mesma, não como algo imposto pela sociedade disciplinar, mas como uma forma de resistir a ela. Uma das justificativas que utiliza para tal argumento reside no fato de que reconhece que há, hoje, diferentemente de outros tempos, a opção da escolha de adesão ou não aos mecanismos de homogeneização e normalização das aparências. Escolha esta que é individual.

Pois quanto mais se reforçam os imperativos do corpo firme, magro e jovem, mais se afirma a exigência de domínio soberano sobre suas próprias formas; quanto mais se impõe o poder diretor das normas estéticas, mais as mulheres se empenham em responsabilizar-se por si mesmas, em vigiar-se, em tornar-se protagonistas de si próprias; quanto mais se intensificam as prescrições sociais da beleza, mais o corpo depende de uma lógica de *self management* e de

responsabilidade individual LIPOVETSKI, 2000, p. 144) [grifos do autor].

O que parece ser interessante pensar é que as opções talvez não sejam assim tão individuais quanto parecem porque os discursos e as representações que permeiam os "corpos nomeados" estão sempre permeados por relações de poder a partir dos quais são posicionados seja porque adquirem visibilidade, seja porque são silenciados. A opção parece, nesse sentido, estar relacionada aos caminhos usados em direção ao embelezamento, "os caminhos que levam a ela são cada vez mais heterogêneos" (Idem, p. 145) e esta opção acaba por inviabilizar uma questão que me parece ser central: a aceitação incontestada da beleza como um atributo feminino

Pensando na *Revista Capricho* e nas formas através das quais representa os corpos adolescentes é possível afirmar que as opções disponibilizadas às meninas são aquelas que suas páginas oferecem como sendo opções e estas direcionam-se para a escolha das atividades físicas a serem feitas, dos alimentos a serem consumidos ou evitados, das formas de controlar o peso, das tabelas através das quais vai se identificar, dos modelos a inspirar a construção de seu corpo. Não se coloca em questão o imperativo da magreza e o silenciamento do corpo farto é revelador disto. Ou seja, o corpo "obeso", "gordo", "opulento", "fofo" ou qualquer denominação que apresentar não aparece nas suas páginas, no entanto é dele que se fala o tempo todo: o corpo antítese do que se quer afirmar.

SÓ É FEIA QUEM QUER

Na *Capricho*, construir um corpo magro, portador de um estilo atlético, faz parte do processo de embelezamento da adolescente, tanto quanto é constituidora deste processo a sustentação de um *look*: uma imagem individual que representa a atitude da pessoa diante do mundo.

O *look* - imagem instantânea do que se vê pressupõe, para além do corpo trabalhado fisicamente, portanto, destituído de excessos, formas "corretas" de vesti-lo e adorná-lo consoante os *hits* da moda. Pressupõe, sobretudo, cuidado de si e demonstração de amor próprio, visto que saber administrar ganhos e perdas de calorias, malhar, cuidar da pele, enrijecer os músculos, estar na moda, enfim, ter acesso ao corpo que desejar, são práticas representadas não apenas como uma possibilidade de cuidado mas como o próprio cuidado, independente de condições como, por exemplo, de classe, religião, idade, etnia.

Ainda com relação aos cuidados para com o corpo, faz parte das práticas de embelezamento produzidas e reproduzidas pela *Capricho*, a extinção de algumas marcas que, de certa forma, ferem a representação idealizada do corpo liso, esteticamente "em forma". Gorduras, flacidez, rugas, estrias, celulite, manchas e espinhas são representadas como problemas a serem combatidos objetivando tanto seu disfarce como sua extinção.

São inúmeros os textos e imagens orientados para ensinar algumas dicas às garotas de como proceder para eliminar ou disfarçar tais indesejáveis marcas. A reportagem intitulada: "Ninguém é Perfeito...", por exemplo, é uma delas.

Ilustrada com uma foto da modelo Daniela Sarahyba⁴⁵, a discussão abordada por esta reportagem está no que identifica ser um dos denunciadores da "imperfeição": a celulite.

Ao afirmar que Daniela, apesar de seguir os ditames do embelezamento tem, no seu corpo marcas indesejáveis, a *Revista* afirma:

A top passou uma semana à base de grelhados, saladas e carboidratos leves, também caprichou nos abdominais e fez caminhadas. Mesmo com tanto esforço e uma genética generosa ainda sobraram uns furinhos no bumbum. - "Toda mulher tem, eu também tenho mas só aparecem quando caminho", diz a modelo. Se você não tem a sorte de Dani e quer melhorar a aparência da celulite em sete dias, veja o que fazer (CAPRICHOS n.º 867, 2001, p. 50).

Esta reportagem é ilustrativa da ênfase conferida pela *Capricho* ao corpo "perfeito", na medida em que apresenta às garotas possibilidades para corrigir ou minimizar o que identifica como sendo um problema, ou seja, a presença da celulite.

Mesmo destacando que "ninguém é perfeito", título dado à matéria e, estando a própria modelo a afirmar que "toda mulher tem celulite", a *Revista* reforça e lembra a leitora que não é aconselhável se descuidar quando alerta: "Dani tem sorte". Afinal, o prejuízo causado pelos indesejados furinhos não é assim tão grande a ponto de abalar uma representação de beleza cuja fotografia em muito colabora para destacar.

⁴⁵ Segundo a *Capricho*, Daniela foi uma das modelos mais esperadas da Semana Barrashopping de Moda - evento carioca onde são lançadas as novas coleções de verão. Nesta reportagem a modelo revela como se preparou para não fazer feio ao ter que desfilar usando apenas biquíni.



Figura 15 - Capricho n.º 869, 2001, p. 50

A imagem da modelo é produzida de forma a ressaltar seus atributos corporais. O ângulo da fotografia e a pose da modelo convocam o olhar da leitora a identificar neste corpo, mais do que uma boa forma, excessos de sensualidade: o pirulito na boca, o olhar sensual, os cabelos ao vento... Enfim, a imagem é reveladora de uma "invejável" forma física ensinando, ainda, à leitora que por ventura não tenha tanta sorte, que a solução é agir com urgência recorrendo, portanto, a uma série de ensinamentos apresentados como capazes de minimizar este "problema".

Diminua a quantidade de sal na sua alimentação. O sal faz o corpo reter líquidos, o que piora a celulite. Beba muita água (pelo menos 2 litros por dia) para favorecer a eliminação de toxinas. Caminhe, nade ou pedale por pelo menos trinta minutos, todo dia, para favorecer a queima de gorduras. Corte doces, frituras e alimentos gordurosos. Massageie a área com creme anticelulite. Esfolie a região e aplique um creme hidratante bem cremoso (CAPRICHOS n.º 867, 2001, p. 50).

Além destas recomendações, a *Revista* faz referência clara ao controle da alimentação e à prática de atividade física quando, acrescenta, junto da foto, a seguinte afirmação: "Doce, só para fazer a foto. Uma semana antes de desfilar, Daniela caprichou na malhação e fez dieta" (Ibid, p. 50). Ou seja, para apresentar tal resultado seguiu aquilo que se representa como sendo caminho mais adequado rumo à perfeição.

Exemplos como este nos levam, outra vez, à mesma afirmação: neste e em outros textos que falam sobre a beleza e sobre o que é ser uma mulher bonita, as garotas estão sendo educadas a entender, desde cedo, que a construção da identidade feminina passa, necessariamente, pelo investimento corporal, traduzido nos diferentes cuidados que deve ter na conquista da beleza. E mais, deverá fazer parte de sua rotina o investimento de energia, de tempo e de dinheiro em técnicas direcionadas para cuidados com o seu corpo e com o seu bem estar.

Mensagens como estas atravessam o nosso cotidiano repetidamente através de vários discursos sendo que, muitas vezes, nem mesmo nos damos conta que essas representações nos foram e continuam sendo ensinadas, visto que parecem ser "naturais". Como também parece ser natural, na produção do corpo belo, um árduo esforço direcionado, para apagar alguns sinais denunciadores de falta de cuidado ou reveladores de alguns "excessos".

Em "Fim das linhas", a *Capricho* tematiza outro "problema" a ser tratado: as estrias, argumentando ser na adolescência que elas aparecem sendo, portanto, este o momento considerado como o mais adequado para combatê-las, mesmo que custe caro e que exija alguns pequenos sacrifícios: "Você terá que se dedicar bastante ao tratamento e conviver com coceira, ardor e casquinhas" (TATINI, 2001, p. 109).

Ao recomendar diferentes métodos para tratar o problema "daquelas linhas irregulares, vermelhas ou esbranquiçadas que deixam a pele cheia de depressões" (Ibid., , p. 109), a *Capricho* dá voz a quem já experimentou alguns tratamentos tais como mesoterapia (injeções em toda a extensão da estria), *peelings* químicos (aplicação de ácidos em alta concentração), *cromopeeling* (utiliza pigmentos para

disfarçar o esbranquiçado da estria) e *laser* (mais utilizado para estrias jovens). Relatam as garotas: "Fui fazer mesoterapia mas desisti na terceira sessão porque não agüentei a dor, mesmo usando pomada anestésica", afirma Ana Jorge Leite, de 15 anos (Ibid., p. 110). A dor também aparece na fala de Thaís Carvalho Chaves, 18 anos: "Estou na quinta sessão de mesoterapia,⁴⁶ as estrias já estão menos profundas. É muito dolorido e fica roxo até o dia seguinte, mas acho que compensa o sacrifício" (Ibid., p. 111).

Em nenhum momento a *Revista* relativiza o sacrifício ou coloca em questão a necessidade ou não de passar por eles em nome do "alisamento do corpo". As falas das garotas reforçam a naturalização do combate às marcas tidas como estranhas a este corpo que afirma ser belo e impermeável. Como bem diz a responsável pela matéria, "se você está pensando em fazer um tratamento, a persistência é fundamental. Os resultados só aparecem depois de três meses, no mínimo (...) e não têm resultados iguais em todas as pessoas" (TATINI, 2001, p. 111).

Em outra reportagem também é possível identificar a tentativa de apagar outras manifestações que são constitutivas do corpo. O problema a ser combatido situa-se ao aparecimento indesejado de espinhas - uma das características biológicas do corpo adolescente dada as várias transformações hormonais que nele acontecem.

Com o título "Exterminadores de espinhas", a matéria anuncia: "uma única espinha é capaz de arruinar sua noite" (SCHIBUOLA e TATINI, 2001, p. 36). Solidária ao sentimento de inferioridade que o despontar de uma espinha provoca nas adolescentes, a *Capricho* convida quatro garotas que já passaram pelo "drama de não sair de casa por causa das espinhas", para testar alguns produtos indicados para atenuar tal problema (corretivos, secativos, secativos com corretivos e adesivos secativos). Após testarem esses diferentes produtos as adolescentes expõem os resultados que perceberam em seus corpos, aprovando-os ou não.

⁴⁶ Segundo informações da própria revista cada sessão de mesoterapia custava, naquele período, R\$ 600,00.

Não interessa, aqui, se as garotas aprovaram ou não os produtos testados. O que mobiliza minha atenção é o fato da matéria não relativizar o que identifica como sendo um "problema" (espinhas, celulite e estrias). Fala-se delas como se fossem estrangeiras ao corpo e essa maneira de dizer sobre essas marcas faz ver que sob a moral da boa forma, o corpo sarado e liso "mesmo sem roupas, está decentemente vestido" (GOLDENBERG, 2002, p. 29).

Além dessa questão, outra parece ser relevante: a reportagem (e outras que anunciam determinados produtos a vencer a feiura) não traz praticamente nenhuma outra informação que não seja a dos produtos disponíveis no mercado, quem os fabrica e o seus preços.

A indústria do embelezamento apropriando-se, dos sentimentos vivenciados pelas garotas expande seus conhecimentos e, também, as divisas advindas da venda destes produtos. Sentimentos esses que são criados e tornados verdadeiros de uma forma tão expressiva pela *Capricho* e por outros artefatos culturais que as garotas vivem um drama real ao perceber, por exemplo, uma protuberância em seu rosto, sentindo-se diminuídas na sua aparência. Lembremos aqui que, a linguagem produz efeitos de realidade, ela não apenas nomeia ou reflete o que vivemos mas produz esse vivido (Silva, 2000b; Meyer, 2000). E o produzido, aqui, remete a um sentimento de baixa auto-estima e falta confiança por parte de algumas garotas que, ao serem interpeladas pelo discurso do "corpo liso", sentem-se de certa forma desapontadas por apresentar no corpo sinais que, diga-se em "alto e bom som", o constituem.

Uma estria, uma espinha, uma ruga, a indesejável celulite passam a ser alvo de uma verdadeira batalha que, acima de tudo, garante a expansão comercial de determinados produtos e serviços dirigidos especificamente para esse fim. Ou seja, para a aquisição de um "corpo publicitário" porque exibido destituído de qualquer "imperfeição".⁴⁷

⁴⁷ Ao me referir a expressão "corpo publicitário" quero dizer que este corpo que se exhibe na *Capricho* além de ser um produto da publicidade é também resultante das técnicas de fotografia, iluminação e computação gráfica. O corpo que vê não é corpo de quem é

"Batalha Final" é o título de uma matéria que tem por objetivo apresentar mais uma solução para outros "problemas" enfrentados pelas leitoras no que se remete ao seu embelezamento. Agora são os cabelos o alvo do ataque. A reportagem parte da seguinte afirmação: "Você já fez escova, já cortou o cabelo, rezou para São Brás, o padroeiro dos cabeleireiros. Ainda brigando com o cabelo? Aprenda a usar os **finalizadores**, as armas mais potentes desta guerra insana" (SCHIBUOLA e TATINI, 2001, p. 61) [grifo das autoras].

Com uma produção que, simbolicamente nos remete a uma situação de guerra, a matéria exhibe fotos das modelos onde é possível reconhecer algumas semelhanças com soldados no campo de batalha: a maquiagem aplicada aos seus rostos simula sujeira, as roupas usadas lembram uniformes militares tais como jaquetas e coletes de tecido camuflado. Os acessórios imitam instrumentos utilizados pelo Exército: granada, binóculos, walkie-talks, etc. Dentro desta montagem "bélica" destacam-se os cabelos brilhantes, sedosos e bem arrumados das modelos, exemplares únicos vitoriosos nessa batalha.

De forma didática o texto é taxativo: está na hora de "aprender a usar os finalizadores, as armas mais potentes desta guerra" (Ibid., p. 54). A partir desta declaração, a *Revista* apresenta à leitora um arsenal químico destinado à eliminação do inimigo: são diferentes marcas de *musse, gel, gloss, spray, cera, pomada, antifrizz*. Cada "arma" é mostrada tendo como referência suas principais características e sua eficiência, bem como o seu preço, a empresa distribuidora e o endereço onde pode ser facilmente encontrado, diga-se comprado.

fotografado mas uma montagem produzida através de diferentes técnicas onde muitos de seus excessos, marcas e sinais são ocultados.

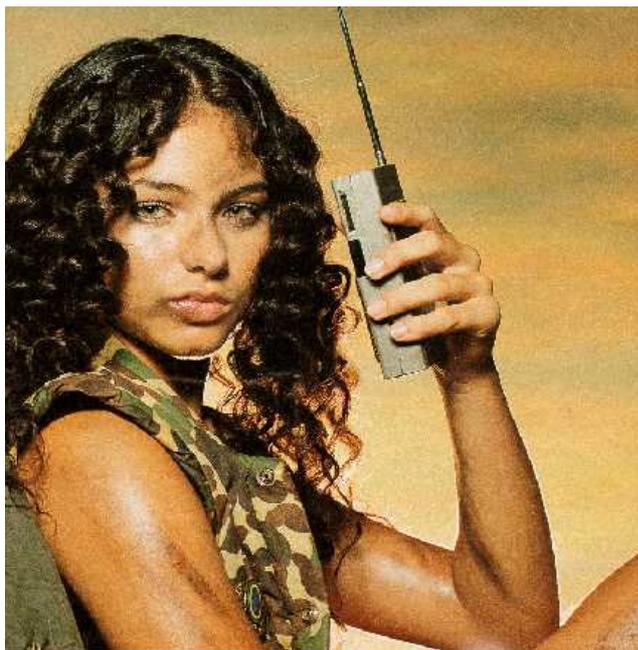


Figura 16 - Capricho n.º 855, 2001, p. 50

Os heróis a participarem da batalha tem nome, endereço e preço. Mais do que uma matéria sobre cabelos o que se está a veicular é um guia de compras, elemento essencial à manutenção da indústria do embelezamento que aposta na construção de um corpo sem marcas, sem cicatrizes - o corpo publicitário, esculpido pela mão de maquiadores, fotógrafos, iluminadores, produtores de moda e *designs* gráficos. Um corpo reconhecido até por por Cindy Crawford, um de seus expoentes contemporâneos, quando afirma: "Antes de passar pelo menos duas horas com o maquiador e o cabeleireiro, nem eu pareço com a Cindy Crawford" (2001, p. 72).

Poderíamos pensar, aqui, no que Beatriz Sarlo (1997) denomina de "estética publicitária". Ou seja, uma estética que não está direcionada apenas para a venda de determinados produtos mas é uma forma de ensinar determinados valores, sentimentos, prazeres, angústias a partir da centralidade do consumo, criando um modo publicitário de falar, de vestir, de pensar e, porque não dizer, de construir o corpo. Ou seja, investe-se aqui na construção de um discurso publicitário que, entre outras características, busca interpelar o sujeito como se esse fosse único e para o qual está a se dizer algo ou a se vender algo. Para Rosa Fischer,

Ágeis, precisos e sintéticos esses produtos nos fazem sentir a nós mesmos contemplados, em questão de segundos, através de cada imagem ou palavra dirigida, seja, por exemplo, ao cuidado que devemos ter com nossos dentes [com a pele, com o cabelo, com a celulite, com a estria], com nossos pés, com nossa casa, nossos filhos, nosso salário seja a um tipo de beleza que devemos cultivar em nosso corpo e assim por diante. Em outras palavras, a publicidade e seus produtos sintetizariam um modo de ser em que o poder, como bem analisou, Michel Foucault, se faz, ao mesmo tempo totalizante e individualizador (FISCHER, 2001b, p. 3).

Ao olhar a *Capricho* podemos identificar que o disciplinamento do corpo passa também pelo discurso publicitário que, reiteradamente, veicula formas de ser, de sentir e de viver os cuidados com o corpo, em especial, através da prática de atividades físicas, da realização de dietas e investimento para com a beleza e com a moda. Práticas estas que aparecem como ações que regulam o tempo e direcionam a energia dos corpos femininos em prol da realização do corpo belo que já não basta ser sarado e magro mas que exige, também, ausência de rugas, protuberâncias, linhas, sinais. Um corpo do qual se destitui características de sua humanidade. Um corpo que, "ao buscar incessantemente a sua originalidade, apaga-se no coletivo desta busca, pois esta se transforma em regra" (NOVAES, 1997 apud DEL PRIORI, 2000, p. 91).

Regra esta estabelecida por cada cultura e que, de certa forma, serve como um espelho a projetar imagens-reflexos. Imagens que não são sempre as mesmas pois tanto quanto são transitórias as identidades de cada pessoa são também as formas de seu corpo. Quer dizer: mesmo que hoje seja central a preocupação com a aparência, as intervenções no corpo para torná-lo belo, são preocupações que acompanham o ser humano por todo o seu processo civilizatório. As tatuagens, adereços e pinturas corporais dos chamados "povos primitivos" e mais contemporaneamente os medicamentos, os cosméticos, a ginástica, as cirurgias plástica, o uso disseminado de tatuagens e *piercings* são demonstrativos dessa afirmação.

Isso nos leva a perceber, como o faz Chris Schilling (1997), que o corpo é um projeto. Mais especificamente: pode ser projetado, conquistado. Como projeto o corpo exige contínuos investimentos: "próteses, pinturas, aromas, adornos, roupas, tatuagens, implantes, cosméticos." (LOURO, 2001, p. 91) Investimentos direcionados, também para a aquisição e manutenção da saúde, da boa forma e da beleza.

O corpo também não é mais uma intimação a uma identidade intangível, ou seja, uma encarnação irredutível do sujeito, ou seu estar no mundo. Hoje o corpo é uma construção, um terminal, um objeto transitório e manipulável, suscetível a muitas aparências (LE BRETON, 2001, p. 21).

Fazer do corpo um projeto exige vigilância. Razão pela qual, a leitora não pode descansar, deve estar sempre atenta e sempre investindo na sua beleza. Ou seja, já "não há mais um momento especial para se fazer bela já que todos os momentos devem ser conjugados com o trabalho sobre si mesmo de conquista da beleza e de prevenção da feiura" (SANT'ANNA, 1995, p. 130). Para a mulher, beleza, necessariamente, implica dedicação, em especial neste tempo presente onde a aparência revela a identidade.

Ao falar sobre a grande e crescente necessidade que se instala no final do século XX e início do século XXI, em relação à exposição dos corpos e da maneira como a publicidade e o consumo investem nas imagens corporais, Denise Sant'Anna afirma que hoje tal necessidade "torna-se proporcional à vontade de criar para si um corpo inteiramente pronto para ser filmado, fotografado, em suma, visto e admirado" (2002, p.106). Um corpo a circular em função de um "totalitarismo fotogênico", para o qual a beleza e a moda são temas que se destacam e se confundem. Como bem podemos observar nas páginas da *Capricho*.

Essa afirmação me remete a pensar no que diz Gilles Lipovetsky (2000), ao afirmar que a democratização do conceito de "belo sexo"⁴⁸, a partir do século XX,

⁴⁸ Para o autor o sexo feminino é designado de "belo sexo" em função da relação histórica que se construiu acerca da beleza e da feminilidade, diferentemente do construído para o sexo

conta não só com a produção industrial em grande escala dos produtos de beleza, como também, com um novo sistema de comunicação e promoção das normas estéticas: a imprensa e a mídia.

Em função do desenvolvimento da cultura industrial e midiática é que produtos e práticas de embelezamento, passam a ser acessíveis a um número cada vez maior de mulheres. Essa crescente difusão dos cuidados para com o rosto e com o corpo, assim como das normas e imagens estéticas do feminino, chegam ao cotidiano de um grande número de mulheres, o que por certo constitui mudanças na história do seu embelezamento. Nessa sentido, a imprensa feminina passa a se firmar e ganhar relevância. Destaca-se por divulgar e propagar a excelência das técnicas e cuidados estéticos doravante imprescindíveis à mulher moderna. As revistas femininas trazem, portanto,

uma nova retórica que conjuga beleza e consumo, adota um tom eufórico ou humorístico, uma linguagem direta e dinâmica, por vezes próxima do apelo publicitário. Ao que se acrescenta um trabalho de encenação dos discursos, uma apresentação estética do texto e das imagens que distinguem a imprensa feminina das outras publicações. Nesta, tanto o conteúdo redacional como a forma exaltam a beleza, tanto as mensagens como as imagens reforçam a definição do feminino como gênero destinado à beleza (LIPOVETSKY, 2000, p. 155).

Nesta estética publicitária já não são apenas os poetas e médicos a falar da beleza da mulher, quer seja em prosa e verso, evidenciando a beleza imaculada ou sublimando amores e desejos; idealizando a perfeição ou aconselhando sobre a importância da higiene e dos remédios que curam e embelezam. Outras vezes foram se agregando às páginas das revistas endereçadas à mulher, ao mesmo tempo que foram, também, se profissionalizando, sendo a esteticista uma das primeiras a inferir conhecimentos sobre a pele, a maquiagem e os produtos de beleza. Hoje temos um leque extenso e variado de profissionais que estão presentes nestes periódicos,

masculino e sua relação com a virilidade. Para ele o "belo sexo" é "um fenômeno inteiramente histórico, uma instituição social, um 'construído' cuja origem não remonta a muito além da aurora dos tempos modernos" (LIPOVETSKI, 1997, p. 102).

fazendo circular as informações e os conhecimentos que guiarão a leitora no caminho do cultivo à beleza.

Educar as mulheres a agir de determinado modo e não de outro, ensinar a se comparar e emitir julgamentos sobre seus atos, a testar seus desejos, e seus gostos; enfim, ensinar as leitoras a se acostumarem com as constantes intervenções e modificações no corpo, apropriando-se dele e o recriando, reproduzindo e interagindo com o universo presente das constantes inovações é uma das tarefas da *Capricho*. Ela ensina, também, o quanto é fundamental exercitar o autocontrole e a automodificação quando o objetivo é adequar seu corpo às representações de beleza que para ele se constroem. Nas palavras da pesquisadora feminista Susan Bordo:

por meio de disciplinas rigorosas e reguladoras sobre a dieta, a maquiagem e o vestuário - princípios organizadores centrais do tempo e espaço nos dias de muitas mulheres - somos convertidas em pessoas menos orientadas para o social e centradas na automodificação. Induzidas por essas disciplinas, continuamos a memorizar em nossos corpos e sentimentos a convicção de carência e insuficiência e achar que nunca somos suficientemente boas (BORDO, 1997, p. 20).

As representações de beleza que circulam na *Capricho* valorizam, em sua grande maioria, uma idéia de que as mulheres sentem uma insatisfação permanente com o seu corpo e por isso devem aprender a investir sobre os cuidados que lhe proporcione a beleza necessária para atender a um padrão cujo objetivo é, entre outros, a atratividade sexual. Das muitas vozes que falam na *Revista*, podemos dizer que há um entendimento no sentido de que é necessário estar atenta à beleza, à saúde e à moda. E, por estar enredada nessa teia de cuidados constantes para consigo e investindo sua energia nessas vivências, está se dizendo, a todo tempo, da imperfeição e de incompletude do corpo feminino. Para Mônica Schpun, "o caráter normativo desses textos encontra-se, antes, em seu esforço de dissuadir toda tentativa de construção de identidade que não obedeça às determinações corporais do trabalho sobre a beleza" (1997, p. 90).

Uma das formas de compensar esta incompletude parece residir na constante busca do aperfeiçoamento do corpo, atitude que, de certa forma, exige da mulher uma atenção às novidades apresentadas em função de novas tecnologias. Em se tratando de beleza feminina, hoje são outras as exigências do que as existentes, por exemplo, há cinquenta anos atrás. E também outros são os recursos disponíveis bem como as condições de acessibilidade a eles.

A maquiagem, por exemplo, evoluiu do antigo pó compacto aos atuais e requintados pós translúcidos e bases que se constituem como uma fina película aderente à pele: a maquiagem invisível. Os cremes produzidos pela moderna cosmetologia são sempre novidades no mercado e os de última geração anunciam-se como cada vez mais eficientes porque desenvolvidos com novos componentes, tais como vitaminas A, E e C, ácido de frutas e retinol, entre tantas outras substâncias, cujas propriedades são proteger, esfoliar, nutrir e firmar a pele prevenindo o surgimento de rugas e outros sintomas de envelhecimento.

Acentua-se, também, o uso de vitaminas e suplementos alimentares para eliminar os radicais livres do organismo e, assim, retardar o processo de envelhecimento celular, isto é, prolongar e manter a aparente jovialidade e beleza. O uso destas vitaminas entra em voga com as descobertas da medicina ortomolecular e aumenta com os avanços dos estudos da genética. Como relata e, ao mesmo tempo, promete Akira Gena, presidente da Shiseido Corporation⁴⁹:

O século XX foi o século do desenvolvimento tecnológico e científico da beleza. Foi marcado por descobertas cosméticas formidáveis e se encerra deixando entrever novos valores que vão se desenvolver nos anos futuros. As mulheres não serão apenas belas e alegres, mas terão uma energia comparável à do sol (GENA apud JAZDZEWSKI, 2000, p. 282).

⁴⁹ Fundada em 1872, no Japão, é uma das mais conhecidas indústrias de cosméticos com produtos à venda em mais de 60 países.

O Brasil é hoje um dos grandes mercados mundiais consumidores de cosméticos, "movimentando cerca de 5 bilhões de dólares ao ano" (SILVA, 2001c, p.3), tendo nas revistas femininas um dos grandes veículos de divulgação das novas técnicas e dos novos produtos destinados ao embelezamento.

A última novidade apresentada, em relação aos produtos para o combate às gorduras localizadas, mais especificamente na barriga, cintura e quadril é a injeção Lipostabil⁵⁰ cujo sucesso está na capacidade que tem de, em pouco tempo, dissolver gorduras. Em reportagem publicada na revista "Isto É" no mês de novembro de 2002, algumas atrizes revelam a satisfação com o resultado das aplicações: "Optei pelo Lipostabil porque o resultado é super-rápido. Adorei", diz Fernanda Leme (2002, p. 55). Rita Guedes, que perdeu três centímetros de cintura com as aplicações revela entusiasmada: "Tinha uma cena que eu ficava nua debaixo do lençol e eu queria estar segura na peça" (Ibid., p. 56). Enfim, é a rapidez dos resultados o fator preponderante na escolha do produto, assim como a utilização de técnicas que possam promover a transformação quase imediata do corpo. Não importa o quanto pode ser prejudicial para a sua saúde e mesmo para seu corpo visto que são incertos seus efeitos colaterais. Se o visual é o que importa, o seu entorno é quase um detalhe.

Tanto essas práticas, como também a preocupação em seguir uma dieta alimentar balanceada e o desenvolvimento de atividades físicas objetivando esculpir o corpo, vão se tornando quase uma norma social, traduzidos em cuidados que toda mulher deve ter, independente da idade. Como veicula a *Capricho* em um anúncio sobre

⁵⁰ Lipostabil ou fosfatidilcolina é um remédio desenvolvido inicialmente para tratar de problemas pulmonares e reduzir os níveis de colesterol no sangue. Segundo o dermatologista Walter G. Peixe, membro da Academia Internacional de Dermatologia Cosmética, ainda não se sabe por qual via será eliminada essa gordura retirada de locais indesejáveis, uma vez que há dúvidas se poderá causar efeito tóxico a longo prazo, visto que o remédio é para uso médico e ainda não foi aprovado por órgãos de controle de medicamentos como, por exemplo, o FDA (Food and Drugs Administration). Para a médica especialista em medicina estética, Luciana Macedo, não existem estudos que demonstrem a eficácia do Lipostabil com o passar do tempo e o mais perigoso são as megadoses. Apesar de emitir essa opinião a médica afirma que, quando o verão se aproxima faz até 50 aplicações por semana em seu consultório sendo que 20% a 30% dos clientes são homens. Revista Isto É, n.º 173, 25 de novembro de 2002.

a nova linha de *lingerie* "Bee Dees", da Triumph, "para meninas que já são mulheres, e mulheres que nunca vão deixar de ser meninas" (*Capricho*, n.º 888, 2002, p.46).

Cabe a seguinte questão: Será que o conteúdo deste comercial, isto é, do que ele "fala", já não é o que está presente no imaginário das mulheres desse nosso tempo? Quer dizer, será que não somos convidadas a permanecer na adolescência quando o assunto é beleza? Não serão os valores da juventude aqueles que balizam o ideal de beleza considerado para todas as mulheres?

Pouca tensão há a esse respeito. Mesmo que a *Capricho* se dirija para um público adolescente, não há referências à singularidade de cada idade ou mesmo geração. A experiência vivida não parece ter significado algum, visto que o que frequentemente encontramos é um universo discursivo sobre o prolongamento da juventude como um mito a ser perseguido. Como se essa fosse a fórmula da eterna felicidade. E para tal não faltam orientações.

Essa constatação me remete a compreender a idade não como um dado biológico mas, fundamentalmente, o que dela se representa e os significados culturais e sociais a ela vinculados. Afinal, a idade como tempo vivido pelo corpo, para além de ter uma dimensão biológica, cronologicamente ordenada, tem também uma dimensão social ligada ao que, nesses tempo e nessa cultura, se pensa ser, por exemplo, uma mulher jovem. Portanto, "reconhecer essa dimensão biológica do tempo vivido pelo corpo, pouco ou quase nada diz sobre os muitos sentidos que damos ao fato de ter essa ou outra idade (Veiga-Neto, 2002), visto que, ao longo de nossa existência, vivenciamos diferentes processos através dos quais aprendemos a ter essa ou aquela idade. Um deles pode ser observado através das pedagogias colocadas em curso pelos diferentes produtos da mídia, inclusive pela *Capricho*.

Assim, tanto nesta revista como em diferentes produções culturais há uma oferta irresistível de serviços disponíveis no mercado cuja função está orientada para a concretização deste desejo: o da eterna juventude, representada independente da faixa etária na qual se situa a mulher para a qual estas produções são direcionadas. Cabe ressaltar que estas diversas orientações produzem efeitos, construindo e

reforçando "verdades" acerca da jovialidade, da beleza e da boa forma. Com isso saem ganhando, além do mercado das academias e dos cosméticos⁵¹, o da alimentação e o das cirurgias plásticas que se encontram em grande expansão.⁵²

Como exemplo da popularização de alguns serviços de tratamento e cirurgias de rejuvenescimento e das estratégias através das quais se pretende vendê-los recorro a alguns anúncios publicitários de clínicas de cirurgia plástica, veiculados nas três revistas especializadas que hoje circulam no Brasil: "Plástica e Beleza", "Corpo e Plástica" e "Plástica e Você". Nestas revistas é possível encontrar sentenças tais como: "Formas perfeitas ao alcance de todos", "Tenha um corpo irresistível", "As idades da plástica: nunca é cedo ou tarde demais", "Mulheres que são loucas por bisturi", "Beleza, harmonia, sensibilidade. Conceitos ligados à arte, manejados por quem entende do que faz." Aqui é possível pensar que a publicidade nos ensina como se comportar na sociedade de consumo, afinal, "é preciso parecer-se com o mundo de imagens dos anúncios para ver-se classificado dentro das normas sociais, reconhecido conforme, integrado, real" (TOSCANI, 2002, p. 167).

Estratégias como estas vão desenhando modelos, impondo critérios, construindo gostos e, também, normalidades visto que o que é representado como normal é o que está incluído na regra, no modelo, no padrão. O que está fora, portanto, carece de cuidados, correções. É o outro, o desvio e, por essa razão, por vezes excluído de

⁵¹ "A auto-estima dos brasileiros vem garantindo há seis anos uma expansão média de 20% do setor industrial de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal. O crescimento da área, cujas vendas anuais já passam de R\$ 7,5 bilhões, é quatro vezes mais veloz que o resto do setor produtivo. Revista Época, 21/05/2001.

⁵² "De acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), em 2000, 350 mil pessoas se submeteram a pelo menos um procedimento com finalidade estética, isto é, em cada grupo de 100 mil habitantes, 207 pessoas foram operadas em 2000. Os Estados Unidos, tradicionais líderes do *ranking*, registraram 185 operados por 100 mil habitantes. Nos países europeus, como Inglaterra e Alemanha, a média foi de 40 pacientes operados por 100 mil - um quinto da brasileira (Veja, 17/01/2001). Em 2001, foram 360 mil procedimentos, 70% realizadas em mulheres. Do total de cirurgias plásticas realizadas, a SBCP afirma que 14% foram em adolescentes. Jornal Zero Hora, 29 de março de 2003. O alto índice de cirurgias plásticas realizadas no Brasil foi matéria da revista "Time" (Latin American Edition, 9/7/2001) que exibiu Carla Perez na capa, ilustrando a matéria "The Plastic Surgery Craze" (Goldenberg, 2002).

determinados lugares sociais. Como, por exemplo, nas revistas femininas que não se cansam de exibir determinados corpos enquanto outros sequer beiram suas páginas.

Ainda que seja bastante difundida como uma forma de "correção do corpo", vale ressaltar que a cirurgia plástica também tem uma história e que, apesar de hoje permitir múltiplas intervenções no corpo (rinoplastia, rejuvenescimento, implantes de silicone, *liftings*, entre outras), sua origem não esteve ligada ao embelezamento mas às cirurgias reparadoras que se tornaram publicamente aceitas, nos Estados Unidos, a partir de sua ampla utilização em soldados feridos na guerra. Segundo a historiadora Elizabeth Haiken, foram, basicamente, duas as razões através das quais as cirurgias cosméticas conquistaram, também, a aceitação pública: 1) a crença na existência de um vínculo estreito entre auto-estima⁵³ e aparência física; e 2) a crença de que a aparência tem valor de mercado. Há, portanto, um deslocamento de significados, ou talvez, a transposição de um grupo social para outro, tendo como pano de fundo a lógica econômica do mercado e a moral da boa forma. Continua Haiken:

A cirurgia plástica praticada em soldados feridos poderia, assim, justificar-se pelo argumentos de que tal operação lhes permitiria encontrar trabalho e sustentar-se, realizando um bem público. De forma similar, as atuais operações cosméticas podem ser justificadas com argumentos econômicos de que a boa aparência torna as pessoas mais competitivas nos mercados de trabalho ou casamento (HAIKEN, 1977 apud EDMONDS, 2002, p. 112).

Essa talvez possa ser uma das razões pelas quais, a *Capricho*, ao falar sobre os truques para disfarçar alguns defeitos lembra, recorrendo aos dados da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, que "das 350 mil operações plásticas realizadas no ano de 2000, 45.500 foram em jovens. O número de meninas que optou pela cirurgia cresceu de 5% em 1994 para 13% em 2000 (CAPRICHOS n.º, 887, 2001, p. 58). Importa menos saber as razões pelas quais estas meninas recorreram à cirurgia do

⁵³ O cirurgião plástico Ivo Pitanguy acredita que o objetivo da cirurgia plástica é a harmonização do corpo com o espírito visando estabelecer um equilíbrio interno que permita ao

que perceber que está aqui, em ação, a idéia da automodificação do corpo, inclusive adolescente, como uma forma de ser e se perceber mulher.

Ao fazer uma análise acerca da representação de corpo que se torna de, certa forma hegemônica, no nosso tempo não podemos deixar de pensar nas circunstâncias através das quais vai se configurando o que chamamos ou imaginamos ser "um modelo de corpo ideal". Ou melhor, ao culto à imagem de um corpo belo e saudável.

Como venho, reiteiramente afirmando, vivemos, hoje, um tempo onde a imagem adquiriu grande importância, invadindo nosso cotidiano, construindo significados e alterando nossos modos de vida. Vários fatores contribuíram para tal como, por exemplo, a invenção da fotografia e do espelho.

A fotografia, ao possibilitar a fixação de imagens, acrescentou novas dimensões no caminho da descoberta de si e do olhar a si mesmo. Os corpos que até então eram representados através da pintura e do desenho começaram a ser exibidos tal qual são, reais, sem traços imaginários. Instauraram-se novas possibilidades de educar o olhar ao mesmo tempo que se instituíram novos processos de afirmação e identificação de cada indivíduo uma vez que novas ferramentas lhe foram fornecidas em direção ao seu processo de auto-conhecimento. Para o historiador, Alain Corbin, o surgimento do espelho tal como hoje o conhecemos e que data do século XIX, possibilitou novos conhecimentos acerca de si próprio. A partir deste momento, diz o autor, foi possível "olhar para si, contemplar a imagem do corpo onde (...) a beleza desenha para si uma nova silhueta. O espelho de corpo inteiro autorizará o afloramento da estética do esbelto e guiará o nutricionismo por novos rumos" (1992, p. 423).

A *Capricho* tem por prática orientar suas leitoras também a olharem para seu corpo e compará-lo a modelos de corpos publicados em suas páginas de moda, desencadeando um processo de investigação para identificar qual é o seu tipo de corpo e o que fazer para vesti-lo de maneira correta a valorizar ou disfarçar os

paciente reencontrar-se, reestruturar-se, para que se sinta em harmonia com sua própria imagem e com o universo que o cerca. Revista Isto É, n.º 173, 25 de novembro de 2002.

pontos fortes ou fracos. De maneira direta e com a autoridade de quem conhece o assunto em questão diz: "Ao espelho, urgente! Com a ajuda da fita métrica aprenda a medir e a definir qual é o formato do seu corpo" (CAPRICHOS n.º 873, 2001, p. 4). Ou seja, há a clara alusão de que não basta só olhar-se no espelho, mas que é importante investigar suas medidas, comparar e, sobretudo, certificar-se quanto ao tipo que corresponde e, então, recorrer às soluções oferecidas pela *Revista* para otimizar a aparência.

Essas informações, entre outras, são significadas como formas de gerenciamento do corpo, como já referi anteriormente, adquirindo grande visibilidade na cultura contemporânea porque constantemente presentes no nosso cotidiano. No ano de 2001, por exemplo, duas importantes revistas brasileiras (dada a sua circulação) publicaram edições especiais abordando temas como estes. A "Revista Isto É" e a "Revista Veja" lançaram, respectivamente, nos meses de setembro/outubro e dezembro as edições "Saúde da Mulher" e "Mulher". Ambas trouxeram dentre as suas matérias, informações sobre beleza e *fitness*, cirurgia plástica, alimentação, vida moderna e envelhecimento.

Para além de informar, essas reportagens ensinavam seus/as leitores/as a buscarem o bem estar físico e emocional, cuidando da forma física através de práticas corporais que iam do exercício à cirurgia de correção. Orientavam sobre a alimentação, no sentido da busca de uma dieta balanceada, assim como propagavam o prolongamento da juventude através da mudança de hábitos de vida e tratamentos medicinais.

Refletindo sobre todas as recomendações e, porque não pensar, exigências conferidas ao feminino e, em especial, sobre a representação que divulgam da beleza como um atributo que lhe parece ser inerente, cuja busca demanda uma constante peregrinação, Naomi Wolf é bastante contundente ao afirmar que, quando tornada uma obrigação, a beleza provoca dor. Dói,

Seja porque não estimula as mulheres a perceber que seus corpos são valiosos não pelo que de belo neles se pode observar mas simplesmente

porque elas estão neles. Seja porque faz com que interiorizem uma mensagem que afirma como mais importante não o seu desejo pelo outro mas o desejo de ser desejada. Dói, enfim, porque traz em si uma relação hierárquica de poderes e saberes, tanto porque interioriza vontades e ações que são alheias a quem a carrega, como porque o faz ao ponto em que essa hierarquia, muitas vezes, não seja percebida nem reconhecida fazendo das mulheres supervisoras, como são os homens, de sua própria feminilidade (WOLF, 1992, p. 364).

É evidente que as mulheres não são simples receptáculos a sucumbir diante dos ditames da cultura ou ainda dos cânones de beleza. Elas não são meros objetos a incorporar os padrões corporais a elas endereçados. "Elas interagem com esses padrões, apreendendo de diferentes maneiras as representações de beleza e feminilidade eleitas para o seu tempo, reconhecendo-se nelas ou não, assumindo-as ou não" (GOELLNER, 2000, p. 135). Isto é, os discursos produzidos e veiculados acerca da beleza feminina interpelam a umas e a outras não.

Ter um corpo saudável, magro, bonito e adornado pela moda, parece ser profundamente prazeroso para as mulheres. Saber que é possível fazer pequenas concessões alimentares e, por conseguinte, continuar persistindo no controle de suas medidas e administrando suas atividades físicas. Ou quando se é magra, sem que se tenha que fazer grandes esforços, podendo então desfrutar de algumas vantagens, como por exemplo, ter acesso fácil às numerações de roupas das diferentes coleções, ser elogiada e considerada exemplo de beleza e dedicação ao corpo, o que vem atribuir-lhe grande prazer e também poder. É sobre esse prazer que Gilles Lipovetsky fala ao se referir a uma das mudanças de padrões e estilos de beleza. "A beleza vampiresca cedeu o passo a um hino estético, nada mais que estético, ao feminino, à sedução, ao prazer narcísico de ser bela, saber disso e dar-se a ver" (2000, p. 179).

Dar-se a ver é construir, também um *look* pessoal. *Look* este expresso através do corpo tornado belo incluindo nesta representação a exigência de que, ao exhibir-se, ele precisa estar na moda. Ou seja, consoante as recomendações apregoadas por esta *Revista* que é publicada quinzenalmente de forma a estar nas mãos das leitoras três

dias após ter sido concluída a sua editoração. Quer dizer, estar na moda é estar também ciente das últimas novidades sendo, portanto, usuária das mesmas.

Uma das autoridades a falar da moda e também do *look* é, sem dúvida, a figura da *top model*, excelência a inspirar parte dos sonhos e dos desejos adolescentes. Na *Capricho*, a presença das *top models* não se limita a mostrar fotografias onde desfilam as roupas que estão na moda. Elas estão em diferentes lugares da *Revista*: nas seções denominadas "Estilo", "Vida de Modelo", "Top", "Gente", entre outras, e delas se fala tudo: de onde vieram, como surgiram, os concursos que participaram, que estilo representam, quanto ganham, onde moram, quem namoram, as marcas e os preço das roupas que usam...

Em uma das edições de final de ano, a *Capricho* brinda suas leitoras com uma matéria extensa, intitulada "O sonho de ser Gisele"⁵⁴: 580 mil meninas querem virar top!" (CAPRICHOS n.º 877, 2001, p. 110).

Além da reportagem fazer grande referência à mais famosa *top model* brasileira da atualidade ela faz referência ao sonho de ser Gisele. Sonho este cada dia mais comum para milhares de adolescentes e que parece, de certa forma, se aproximar das histórias e dos contos de fadas. Estas meninas adolescentes sonham com a "possibilidade de ascensão financeira atrelada à idealização da carreira de modelo, cuja visibilidade dos corpos cria a ilusão de subir para os mais altos patamares sociais" (GOMES, 2000, p. 213).

A concorrência por uma vaga de modelo fala deste sonho. Basta olharmos o número de garotas inscritas nas principais agências brasileiras de modelos e o compararmos ao número de contratos efetivados. Segundo a *Capricho*, em 2001, na agência Elite, das 40 mil candidatas que se apresentaram somente 30 foram contratadas. Na Ford foram 240 mil candidatas para 30 contratações. Já a Mega, apesar de não ter feito concurso, recebeu 300 mil inscrições e contratou 24 modelos. Segundo o dono da agência Marilyn "o concurso é uma forma democrática de descobrir até aquela menina que está enfiada no mato" (CASTRO, 2001, p. 114). Ou

⁵⁴ Referência a modelo Gisele Bündchen.

seja, é uma forma de transformar o seu sonho em realidade - ou melhor - em trabalho, visto que tão logo são contratadas, as garotas encontram uma rotina que exige dedicação, persistência e esforço. Além de uma série de cuidados com o corpo, delas depende também o sucesso de sua carreira o que implica muita vontade de trabalhar. Estas garotas vão precisar de "sorte, bons contatos com produtores de moda, estilistas, fotógrafos e revistas e apoio da agência, que investe mais na carreira de umas que de outras" (CASTRO, 2001, p. 110).

Schynaider, 14 anos, revelada no "Dakota Elite Model Look 2001", concurso promovido pela agência Elite, fala acerca de sua entrada para o mundo da moda, relatando um de seus dias de trabalho.

Hoje fiz um teste para um desfile, prova de roupa de outro, dei entrevista para o programa É Show da Adriane Galisteu, estes compromissos aconteceram na agência; depois fui para outra prova de roupa e agora estou aqui nesta entrevista e seção de fotos da Capricho (CAPRICHIO, n.º 893, 2002, p. 28).

Cabe ressaltar: as agências apenas agendam os compromissos para as meninas que se responsabilizam em se deslocar até o local para, assim, cumpri-los. Sobre os cachês, esta modelo diz que já ganhou até R\$ 3 mil em um dia, e reconhece "é muito dinheiro, um assalariado ganha R\$ 200 por mês" (CAETANO, 2002, p. 36).

As cifras são um dos atrativos a despertar o sonho adolescente e sobre elas a *Capricho* faz várias referências. Ao se referir ao mundo *fashion*, revela os salários de algumas *tops* brasileiras que ganharam, por exemplo, no ano de 2001, entre R\$ 120 mil a R\$ 15,3 milhões. Mas alerta: este não é o salário de qualquer modelo. "O salário de uma modelo considerada média pode chegar a R\$ 5 mil e R\$ 6 mil por mês (CASTRO, 2001, p. 113).

Vale lembrar que foi a partir da década de noventa que apareceram as *supermodels*, primeira referência ao que hoje entendemos por *top model*. Como bem disse Linda Evangelista, em uma frase que se tornou famosa em todo o mundo: não saio da cama por menos de US\$ 10 mil. Além de Linda, as modelos Chisty Turlington,

Naomi Campbell, Cindy Crawford e Claudia Schiffer personificam as mulheres mais glamourosas, desejadas e invejadas do mundo e ocupam no imaginário da mídia e do público um lugar antes reservado às estrelas de Hollywood (Palomino, 2002).

Esta consagrada criação do universo da moda, da fotografia e da publicidade, chegou para conquistar e seduzir as mulheres consumidoras de moda, pois são elas o seu público primeiro, afirma Gilles Lipovetsky. Este universo consagra um ideal estético de corpo feminino que vem se configurando a partir desse momento e da sua relação com a consagração midiática. "A apoteose das top models vem coroar um ideal de beleza física de agora em diante fora de alcance para a maioria, da mesma maneira que um sonho cada vez mais insistente de juventude eterna (1997, p. 181).

Sonho este acalentado pela *Capricho* quando, de forma permanente, exibe em suas páginas este tipo de beleza. Estou falando da presença das *top models*, legitimadas como representantes de um ideal de beleza e em torno das quais giram inúmeras matérias sobre roupa, maquiagem, cabelo, estilo e comportamento. Exemplar desta presença é a cobertura que a *Revista* fez do "São Paulo Fashion Week", grande evento da moda brasileira onde são apresentados inúmeros desfiles e onde os estilistas lançam suas coleções. Além da cobertura do evento em si, transformou em reportagem de moda, algumas matérias que produziu acerca do universo privado das modelos, onde ressaltou o estilo das suas roupas antes dos desfiles e o seu jeito de se comportar durante a produção dos mesmos.

Enfim, desta maneira e de tantas outras, a *Capricho* acaba por produzir uma certa "glamourização" ao jeito *top de ser*, cuja ênfase é conferida a partir da exibição das brasileiras que são tornadas sinônimo de sucesso, de beleza e de exuberância. Para Erica Palomino, todo o espaço hoje dedicado às profissionais da moda brasileira na mídia, inclusive internacional, é bastante recente e tem relação direta com o sucesso, primeiro, da modelo Shirley Mallman e, depois, de Gisele Bündchen.

De repente Gisele estava em todo lugar. Conquistou o mundo com sua espontaneidade, seus traços de princesa e de garota comum, seu jeito

de moleque e de sex symbol magra e gostosa. Gisele operou uma revolução no padrão estético vigente - na moda e fora dele. Com seios fartos e quadril estreito mas arredondado, transformou-se na modelo que todos os estilistas queriam usar, na mulher que todas as outras queriam ser, naquela que todos os homens queriam ter.(...) Tornou-se a namoradinha que o Brasil deu para o mundo. O corpo brasileiro passou a ser o objeto de desejo do planeta. Em julho de 1999, a Vogue decretava o retorno às curvas, festejando a beleza das brasileiras. Assim fizeram carreira outras meninas, como Ana Claudia, Caroline Ribeiro, Isabelli Fontana, Fernanda Tavares, Mariana Weickert e Talytha (PALOMINO, 2002, p. 88).

Gisele não escapa às páginas da *Capricho*. Sua presença pode ser encontradas nos editoriais, nas seções que tematizam beleza e moda, na publicidade de alguns produtos entre outros, reafirmando sua importância para a consolidação do Brasil no mundo da moda. Em uma extensa reportagem questiona: Por que o tempo passa e Gisele continua sendo a mais *top* das *tops*? Em seguida comenta: sua imagem de garota-propaganda da rede de lojas C&A, elevou em 20% as vendas de seus produtos.

Segundo a *Capricho*, em um desfile da temporada de moda de 2001, para a famosa marca americana de *lingerie*, "Victoria's Secret", Gisele foi a *top* mais importante a desfilar. "Vestindo um espartilho bordado de pedras e usando uma leve minisaiinha, Gisele parecia vir de outro mundo [do mundo dos sonhos, das fadas], com azinhas de borboleta brilhante!" (CASTRO, 2001, p. 108).

A visibilidade conferida à Gisele invoca, embora de maneira não muito clara, a relação entre realização na carreira de modelo e a concretização do sonho da Cinderela, personagem presente no imaginário das garotas. Digo isso porque percebo na Revista certa tensão em relação ao *glamour* do mundo *fashion*, representado como algo onírico, mágico e o cotidiano árduo de trabalho das modelos que conseguem alcançar o topo e serem consideradas as melhores.

Eis o que relata Mônica Monteiro, a agente de Gisele Bundchen no Brasil: "fico lembrando daquela menina de 15 anos, super esforçada, ela é uma profissional, cumpre horários, representa seu papel e ... vende roupas! Quando fizer 25 anos ela quer parar com os desfiles, casar, ter três filhos, vir morar no Brasil (2001, p. 108).

Ao que acrescentaria: e assim, realizar seu sonho de Cinderela! Afinal,

Todas as imagens corporizam um modo de ver. Mesmo uma fotografia. As fotografias não são, como muitas vezes se pensa, um mero registro mecânico. Sempre que olhamos uma fotografia tomamos consciência, mesmo que vagamente, de que o fotógrafo selecionou aquela vista de entre uma infinidade de outras vistas possíveis. Isto é verdade mesmo para o mais banal instantâneo de família. O modo de ver do fotógrafo reflete-se na sua escolha do tema. O modo de ver do pintor reconstitui-se através das marcas que deixa na tela ou no papel. Todavia, embora todas as imagens corporizem um modo de ver, a nossa percepção e a nossa apreciação de uma imagem dependem também do nosso próprio modo de ver (1972, p. 14).

E esse próprio modo de ver é produzido, inclusive, não apenas por cada pessoa mas pelo que, neste tempo, é possível ver. Isto é, daquilo que é tornado visível, do que tem lugar, do que aparece. Esse modo de ver se constroeu, na *Capricho*, a partir do que a *Revista* permite ver. Confere existência, espaço, distinção. O que inclui.

Mesmo que as *top models* sejam exibidas tendo como referência seu sucesso profissional, a *Capricho* se utiliza de outra estratégia para contar da vida destas garotas, misto de sonho e realidade. Na seção "Estilo" relata como várias delas são fora das passarelas, como se apresentam na "vida real".

Gisele, por exemplo, é identificada como tendo um estilo despojado. "A top é desencanada, faz o estilo largadona" (CAPRICHOS n.º 863, 2001, p. 85), como bem tenta fazer ver uma foto que publica da modelo onde aparece vestindo calça *jeans* e segurando uma jaqueta surrada.



Figura 17 - Capricho n.º 877, 2001



Figura 18 - Capricho n.º 863, 2001, p. 65

A matéria informa, também, que para a leitora adotar este estilo basta investir na compra de blusas, cintos, brincos e bolsas já que emoldurando os quatro cantos da página estão, em destaque, imagens de peças que compõem o *look* "largadona": blusas, jaquetas, cintos, brincos e, ao lado de cada peça, o nome da marca e do preço que custa.⁵⁵

A beleza das *tops* é, também, uma beleza funcional que promove a venda das marcas e, com ela, a ilusória possibilidade de que este é um modelo de felicidade, poder e beleza. Sobre a questão da importância das marcas na atual sociedade de consumo é pertinente lembrar o que Naomi Klein diz a respeito do significado que as

⁵⁵ Outras *tops* aparecem em outras edições da *Capricho* revelando seu estilo e, ao mesmo tempo, vendendo os produtos que o compõe: a *top* Jeísa Chiminazzo faz o estilo "chique"; Mariana Weickert, estilo "vintagens"; Isabeli Fontana, estilo "rok'n rol"; Mariana Dias, estilo "punk moderna"; Mayana Moura, estilo "underground"; Marcelle Bittar, estilo "brechós", entre outras. Estas reportagens foram publicadas nas edições: n.º 855, de 11 de fevereiro de 2001 e n.º 867, de 29 de julho de 2001.

marcas vêm adquirindo, ao reinventarem a si mesmas, como esponjas culturais que vão absorvendo e metamorfoseando tudo a sua volta.

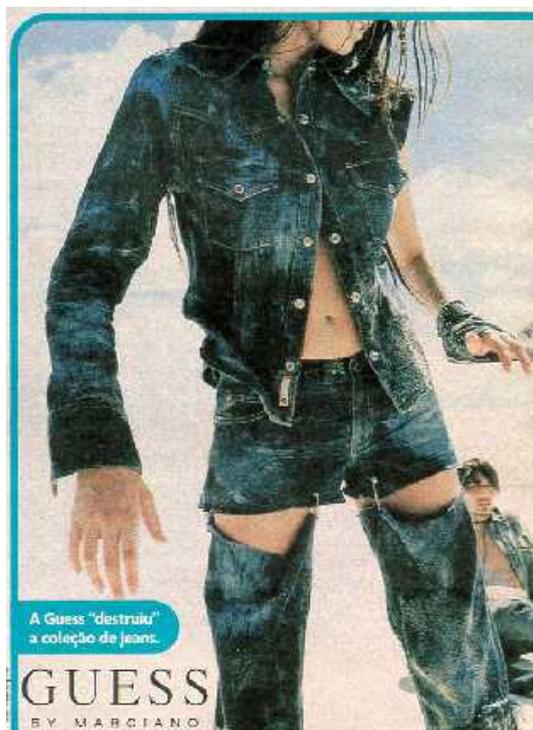


Figura 18 - Capricho n.º 877, 2001, p. 97

As marcas traduzem-se também em uma marca da *Capricho* visto que, tanto quanto pode, está a divulgá-las, vendê-las, fazê-las circular. Não só nos já conhecidos e tradicionais anúncios publicitários, mas elas se misturam aos editoriais, às reportagens de forma que

Cada vez mais, contudo, as corporações não apenas pedem aos editores e produtores que se tornem suas agências de publicidade de *facto* bolando formas de divulgar seus produtos em artigos e fotografias, elas também pedem às revistas que se tornem suas verdadeiras agências de publicidade, ajudando-as a criar as peças publicitárias publicadas em suas páginas (KLEIN, 2002, p.65) [grifo da autora].

Ou seja, as revistas começam a se parecer cada vez mais com catálogos de venda (Ibid., p. 65). É aqui situo mais uma das características que vislumbro na análise que faço da *Capricho*, pois olhando para seus editoriais de moda e reportagens, identifico nas suas páginas uma crescente presença de produtos e de indicação para a sua venda

Em uma matéria intitulada "Como você vai para a escola?", a *Revista* exhibe meninas de diferentes regiões da cidade de São Paulo que vão à escola por meio de diferentes meios de transportes: de perua, de ônibus, de metrô, de bicicleta, a pé, com motorista particular, etc. No entanto, evidencia que, apesar de apresentarem estas diferenças, "todas têm uma coisa em comum: andam na moda" (YOSHIDA, 2001, p. 45). Isto é, a preocupação em estar na moda é de todas, é um elemento que remete a pertencer a um grupo, seja ele qual for. Razão pela qual, por ocasião do início das aulas, dedica uma matéria especialmente para orientar as garotas quanto ao estilo apropriado para tal rotina: "as estampas de números, as letras inspiradas nos moletons das universidades americanas e as mangas de outra cor, fazem a moda "college". Invista nelas" (Ibid., p. 50).

É constante o chamado às garotas para que tenham um estilo tanto que, a cada nova edição, a *Capricho* estampa em suas páginas, novos lançamentos referentes aos produtos de seus anunciantes e daquelas empresas que compram seus espaços garantindo, inclusive, a própria sobrevivência da revista.

Ao falar sobre a importância dos acessórios, objetos que complementam a roupa na construção do *look*, tais como bolsas, cintos, bijuterias entre outros, a *Capricho* lembra a sua leitora que "não é porque você é obrigada a usar uniforme que precisa esquecer seu estilo ao ir na escola" (Ibid., p. 51) e completa com a afirmação do *designer* de jóias Robert Morris: "roupas sem acessórios são como sexo sem orgasmo" (YOSHIDA, 2002, p. 60).

Razão pela qual, exhibe imagens de várias estudantes que são fotografadas em seus uniformes escolares, onde aparecem destacados os acessórios que a matéria sugere: faixas, brincos, pulseiras, tamancos, tênis, bolsas, braceletes, chapéus,

gargantilhas, óculos, anéis e meias. Faz ver, através de textos e imagens como estas, que a menina moderna deve, sim, estar sempre atenta em relação a sua aparência, não importa se esteja na academia, na praia, no *shopping* ou na escola. O importante é demonstrar que está decidida a manter e atualizar seu estilo. Para tanto, se encarrega de mantê-la sempre bem informada, na medida em que sempre indica o que e onde comprar. Nesse sentido podemos pensar que "a publicidade não é meramente um conjunto de imagens competindo umas com as outras; é uma linguagem ela própria, que sempre está sendo usada para fazer a mesma proposição, vender" (BERGER, 1972, p. 133). Publicidade e consumo, portanto, estabelecem uma cumplicidade neste tempo onde a juventude e o culto ao corpo são imperativos, promovem novas necessidades e criam desejos voltados para a adaptação às constantes novidades que, de certa forma, são sempre temporárias porque sempre substituídas por outras.

Uma forma de apresentar as novidades está direcionada para a apresentação do que a televisão mostra como sendo atual em termos de moda; exibição esta que se dá, fundamentalmente através das personagens das telenovelas e das apresentadoras de programas de auditório. A novela "Um Anjo Caiu do Céu"⁵⁶, por exemplo, inspirou inúmeras matérias sobre a novela e seu mundo *fashion*.

Em algumas delas mostrou os/as personagens que compuseram o núcleo da moda na novela deixando margem, muitas vezes, a uma certa confusão entre estilo da/o personagem, e da/o atriz/ator. No entanto, não é essa "mistura" entre a vida do personagem e da/o profissional que me chama a atenção, uma vez que essa relação já está estabelecida como regra nos meios de comunicação. Nesse momento busco encontrar as vozes que estão a construir o significado de estilo, esta parece ser a questão central quando *Capricho* fala da moda.

⁵⁶ Novela da Rede Globo que esteve no ar durante o ano de 2001 trazendo para a sua trama personagens relacionadas ao universo das Faculdades de Moda. *Capricho* n.º 858, de 25 de março de 2001.

"Nos armários da mãe e da avó": Helena Verhagen e Joana Imparato elegem como peças-chave do guarda roupa, saias longas, calças boca-de-sino, pantalonas, blusas coloridas e sandálias confortáveis. Estou sempre transformando roupas; a idéia é vestir bem, com muito estilo e gastando pouco, diz Joana. "Gosto do estilo *hippie*. E não gasto muito dinheiro, quando vou para a Europa compro nas lojas de departamento, são legais e baratas adoro!" diz Helena. (Ibid, p. 46)

"Patricinhas, mas fashion: Cynthia Ribeiro e Leticia Merlo rejeitam o rótulo de patricinhas "talvez até por serem garotas simples e simpáticas, nada a ver com o estereótipo do nariz empinado que o título carrega" (Ibid, p. 48), mas no quesito "estilo" não há como negar: elas usam muito dourado nos acessórios, tecidos fluídos, saltos, roupas bem femininas e têm um certo ar de madame. Adoro fazer roupas, pensar em detalhes, mexo em todas as peças que compro, faço bordadinhos, mudo o decote, o comprimento, coloco florzinhas, conta Cynthia. Já Letícia diz: "não ligo para marcas, mas se gostar compro" (Ibid, p. 48).

"A moda das ruas": Juliana Sedola, Tatiana Putti e Patrícia Monta estão montando uma coleção para a conclusão do curso, cuja escolha é o estilo *streetwear*: são roupas coloridas, confortáveis, boas para usar a toda hora, explica Juliana. Tatiana assim se refere: "quando entrei para a Faculdade, eu me perguntava o que estava fazendo no meio de tanta futilidade. Hoje percebo que moda é muito mais do que aparência, tem a ver com bem-estar, auto-estima e personalidade. A roupa transmite o que a pessoa é" (Ibid, p. 49). "Quem acha que moda é para quem não quer fazer nada se engana, eu já fiz comércio exterior e aqui tenho que me dedicar muito mais," diz Patrícia.

Breclolentas: Lúcia Osso é uma garota com cara dos anos 20, cabelo *chanel*, sobrancelha superfina, pele branca, Talita Franceschin tem um visual trabalhado dentro de um estilo "retrô". "Sempre gostei de comprar roupa em *brechó* porque a

roupa não vem seca, crua, ela tem história, além disso, você encontra peças únicas a um preço bem acessível." Compro muito em brechós, mas também em lojas de departamento, combino para ficar diferente dos outros" diz Lúcia (Ibid, p. 49).

Os depoimentos das estudantes de moda, os diferentes estilos que identificamos pertencer a cada *top model* e outras tantas matérias sobre moda publicadas na *Capricho* e em outras revistas femininas, estão a dizer que, hoje, as tendências da moda se alargaram. Cada um faz o que quer com sua imagem. No entanto, apesar de tal liberdade há a exigência de se construir um *look* que, além de refletir uma atitude provoque no outro um modo de ver a pessoa que o sustenta e, assim, seja tornada visível, presente, percebida.

O *look* ao mesmo tempo que é individual está imerso no que se produz e se vende no tempo onde ele se exhibe. Na década de noventa, o historiador Ted Polhemus (2002), criou o conceito de "supermercado de estilos", cuja idéia básica está centrada na afirmação de que qualquer indivíduo pode dispor de qualquer estilo, como se este estivesse em latas de sopa nas prateleiras do supermercado. Pensando assim pode usar o estilo *hippie* em uma noite, o *punk* em outra e etc. visto que há uma infinidade de possibilidades de misturar informações bem como a liberdade de expressar, através das roupas, diferentes pertencimentos.

Esta "liberdade" direcionou o olhar de alguns estilistas para a exaltação da juventude representada, na moda, como uma exigência em ser jovem, vestir como o jovem, e sentir-se jovem. Relacionada, ainda, com a idéia da individualização do estilo cabe citar a customização⁵⁷, entendida como a "subversão total do que se entende por tendência, já que as peças podem ser, rabiscadas, furadas, alfinetadas" (PALOMINO, 2002, p. 48). Customização esta que não passou ao largo da indústria da moda que, atenta aos movimentos dos jovens que começam a trabalhar suas roupas, alterando, bordando, desfiando, tingindo, cortando tornando seu "look" único, incorporou esse movimento resignificando-o. Essa "tendência" pode ser verificada, na

⁵⁷ Originária da expressão inglesa "custom made", que significa feito sob medida. Ou de acordo com as necessidades de quem vai comprá-la (Palomino, 2002).

Capricho, no espaço que confere à moda que vem das ruas; moda esta que passa a influenciar as passarelas e as revistas de moda e também em algumas reportagens onde ensina as garotas a "customizar".

A estilista Carla Fincato, da grife Carlota Joaquina, ao falar à *Capricho* sobre como seria a sua coleção de 2002 explicitava claramente essa referência: "as garotas vão poder cortar, pregar *buttons* e criar efeitos diferentes nas roupas, a coleção inteira terá a cara de que foi feita por mim. (...) O que está mudando na moda é que cada pessoa deve achar o que combina com ela" (2001 p. 69). Esta mesma tendência é citada por outro estilista, Alexandre Herchcovitch, quando declara: "a ditadura da moda acabou, a silhueta é indefinida, só o conceito do *look* é forte" (898, 2002, p. 85).

Ainda com relação ao *look* individual é pertinente recorrer às afirmações do cabelereiro e maquiador Carlos Carrasco, um dos mais requisitados nos desfiles de moda:

o importante é ter estilo próprio, não entrar no que aparece na TV, a pessoa tem que procurar o que dá certo para ela, a sobrancelha grossa igual a da Jade⁵⁸ na novela, pode ser usada se ficar bem em você, por mais esquisito o corte ou a cor da maquiagem que fizer, ela tem de se olhar no espelho e dizer: essa sou eu" (CAPRICHOS n.º 884, 2002, p. 85).

Enfim, as vozes aqui autorizadas a falar sobre moda evidenciam certa aproximação quando definem o que venha a ser o "estilo" e a força que este conceito vem adquirindo na atualidade. Através destas vozes a *Revista* ensina a leitora que esta deve empenhar-se em construir seu "estilo" para que, assim se sinta melhor nesse tempo onde a moda muda a cada estação e com ela novas tendências aparecem e desaparecem.

Na matéria intitulada "Calçadas", a *Capricho* faz uma homenagem aos transeuntes das cidades de São Paulo e Nova York, presenteando sua leitora com um

mural de imagens como se fosse uma grande colagem de cores, estampas, tecidos, idéias. "Em cada pessoa, um jeito. Um cabelo, um tom. Um detalhe. E o melhor: você pode adaptar detalhes e até roubar uma ou outra boa idéia, por que não? Copiar da rua não é crime" (CASTRO, 2002 p. 64). E não é mesmo, desde que, como afirmaram todas as vozes anteriores, você se sinta bem no estilo que decidir sustentar.

O estilista Fause Hatén cuja grife é reconhecida no circuito de moda europeu, ao dedicar-se a coleções mais "populares" para uma grande loja de departamentos - a Loja Riachuelo - ao descrever sobre seu processo de criação declara prestar muita atenção no que circula nas ruas, especialmente as roupas dos *skatistas*. Menciona, ainda, que não gosta de seguir regras pois entende que "não existe essa de moda que sai da cabeça do estilista; o estilista deve ser uma grande antena parabólica que traduz o que vê nas ruas (...) as pessoas têm de ser felizes não importa o que os estilistas dizem" (CAPRICHOS n.º 904, 2002, p. 79).

Analisando estes e outros depoimentos publicados na *Capricho*, é possível perceber a menção a um sentimento que clama pela felicidade, atribuindo-a ao bem estar consigo e ao aceitar-se. Ao mesmo tempo, isto é bastante paradoxal, na medida em que são essas vozes, personagens do cenário de criadores, que alimentam o que a indústria da moda transforma em bens de consumo: mercadorias que sustentam um mercado que se renova a cada estação e vive da invenção e reinvenção do novo. Reforçam, ainda, a representação de que ser feliz é sentir-se bem com seu corpo, sua pele, seus cabelos. É sentir-se bem com a roupa que veste, com o estilo que adota, com o *look* que sustenta. Não seria, pois, essa a regra?

Não estou dizendo que os estilistas são algozes, mas eles fazem moda para ser consumida, essa é uma questão a ser amplamente considerada. Vejamos a afirmação de Paulo Borges⁵⁹ em entrevista à *Capricho*: "Nos próximos cinco anos temos que

⁵⁸ Referência à personagem da novela "O Clone", exibida pela Rede Globo e representada pela atriz Giovana Antonelli.

⁵⁹ É o organizador da São Paulo Fashion Week, grande evento de moda que acontece em duas edições ao ano (uma de verão e outra de inverno) Evento já incluído no calendário internacional da moda.

defender uma fatia no mercado internacional, mas para isso precisamos olhar para o mercado brasileiro, a classe C, que é a maior, e que não está sendo bem atendida" (CASTRO, 2002, p. 73).

Ou seja, há uma preocupação premente na conquista de mercado, na ampliação das vendas, na consolidação das marcas, em especial, na economia globalizada, a partir da qual se estabeleceu uma mudança em relação à maneira como se apresentam as marcas e sua inserção no mercado internacional da moda. "A marca não é um produto, mas uma atitude, um conjunto de valores, uma expressão, um conceito" (KLEIN, 2002, p. 47). O que acabamos de ouvir nas vozes trazidas pela *Capricho* são conceitos, valores, expressões dirigidas às leitoras para que se sintam valorizadas, felizes, que vejam-se únicas e de bem com a vida. Que tenham "estilo": um estilo a ser construído pelo consumo das marcas que a *Revista* apresenta, divulga e vende.

E a *Capricho* é apenas uma dentre as tantas revistas femininas que estão a veicular e disponibilizar às leitoras os produtos da moda, especificamente dirigido às adolescentes. Neste sentido, posso afirmar que os estilos estão à venda em imagens, disponibilizados de tal maneira que cada um o tome ao seu modo, resignificando-o e, a partir dele, compondo novas maneiras de ser e estar no mundo. Penso aqui com John Berger que, ao falar do efeito causado pela câmera quando incide sobre uma imagem e a reproduz, destruindo a sua singularidade, diz: "resulta que o seu significado se modifica ou, mais exatamente, se multiplica e fragmenta em muitos significados" (BERGER, 1972, p. 23).

Naomi Klein em seu livro "Logo", ao discutir o *marketing* e o universo das marcas e das corporações multinacionais, faz uma análise acerca das estratégias através das quais as grandes corporações planejam campanhas globais de *marketing* objetivando vender o conceito de "mercado adolescente global", definido como sendo

um caleidoscópio de faces multiétnicas fundindo-se umas nas outras: tranças rastafári, cabelo cor-de-rosa, tintura de henna, piercing e tatuagens, algumas bandeiras nacionais, lampejos de sinais de trânsito estrangeiros, letreiros em cantonês e árabe e uma pitada de palavras em inglês, tudo sobre camadas de sampling de música eletrônica.

Nacionalidade, linguagem, etnia, religião e política são reduzidas a seus acessórios mais coloridos e exóticos, convergindo para nos garantir, como fez o presidente da Diesel, Renzo Rosso, que nunca há 'um nós e eles, mas simplesmente um imenso nós' (KLEIN, 2002, p. 144).

A *Capricho* também traz para suas páginas esse conceito de "mercado adolescente global" e uma das formas através das quais vende as marcas das grandes corporações é conferindo espaço a alguns grandes eventos que misturam *shows*, dança e moda. Eventos estes que se tornam bastante frequentes na cultura jovem⁶⁰. O "Skol Beats Festival Eletronika"⁶¹, evento patrocinado por uma grande marca de cerveja com grande inserção no universo jovem, rendeu a matéria "Tribo Eletrônica", onde diferentes meninas foram fotografadas revelando suas roupas e seus estilos (CAPRICHOS n.º 862, 2001, p. 42). Outro evento que ganhou destaque na matéria "Festival de Estilo", foi o "Millenium Rap", organizado em São Paulo, para receber o "International Hip Hop Fashion Tour", desfile que reuniu sete marcas que fazem o estilo dos *rappers* americanos, como Dr. Dre e Eminem. Neste evento, entre um e outro *show* de música, aconteceram desfiles de moda contemplando diferentes marcas. O Brasil, diz a *Capricho*, foi um dos países a sediar o evento, que "já passou por Tóquio e segue para Paris, Londres e Amsterdã" (CAPRICHOS n.º 854, 2001, p. 98).

Vale ressaltar: as marcas quando patrocinam eventos estão comprando o cenário e ali se instalam como participantes. Ocupam outros espaços que passam, também, a ser comercializados como, por exemplo, o palco onde dividem espaço com os artistas que lá se apresentam. As marcas, ao venderem a si mesmas, vendem também os artistas. Por outro lado, muitos artistas também criam e vendem "suas" marcas. São as estrelas da própria grife

⁶⁰ Para ilustrar essa afirmação faço referência a um evento que aconteceu em Porto Alegre nos dias 11 e 12 de abril de 2003. O "Coca-Cola Viberzone" foi realizado no Jockey Club e entre os vários *shows* de diferentes bandas de música houve demonstração de esportes radicais, *e-music*, oficinas de grafite, percussão e moda.

(...) os estilistas de moda, as empresas de calçados de corrida, o mercado de mídia, personagens de desenho animado e celebridades de todos os tipos são mais ou menos o mesmo negócio: o negócio de fazer o marketing de suas marcas. [...] Em uma época em que as pessoas são marcas e as marcas são cultura (KLEIN, 2002, p.83).

Essa afirmação possibilita pensar na freqüente exposição que algumas personalidades nacionais têm nas páginas da *Capricho*, muitas delas apresentando e também representando diferentes marcas publicitárias. A cantora Sandy e seu irmão Júnior, por exemplo, são jovens que têm seu nomes estampados em diversos produtos; Gisele Bündchen divulga sua própria coleção de calçados, e a própria *Capricho* lançou, em 2001, uma linha de *lingerie* destinada especificamente para o público adolescente. Enfim, exemplos não faltam mas o que desejo evidenciar é o quanto esses profissionais do entretenimento, aliados aos fabricantes, estão incorporando novas funções. Seus nomes não apenas divulgam marcas mas são também a própria marca a criar um estilo de vida jovem, alegre e feliz.

Por fim, a *Revista Capricho*, aqui analisada como um produto da mídia dirigida ao público adolescente, tem um papel importante e um compromisso com sua leitora no que se refere a sua permanente atualização a respeito dos novos lançamentos de produtos da cosmética, de roupas e de acessórios. Além de apresentá-los, fornece informações sobre o uso correto dos mesmos, de forma a evitar possíveis deslizes. Esse serviço que a *Revista* oferece à sua leitora, a partir da prescrição de receitas lembra a função de educar atitudes e estimular práticas. Isso pode ser observado através do modo pelo qual diz o que a garota deve fazer, o que deve usar. O que "cai" bem para seu tipo físico, convidando-a, ainda, para participar da testagem de determinados produtos.

Ao operar desta forma, a *Capricho* se coloca como um guia, e como tal veicula orientações para dirigir as ações dos sujeitos de forma a padronizá-las. Aliás, é

⁶¹ Evento realizado em São Paulo onde foram apresentadas novas tendências musicais cujo público reunido apresentava, segundo a Revista, os mais diferentes estilos.

interessante observar que a *Revista* freqüentemente publica encartes com o nome de "Guias⁶²". Estes pequenos guias apresentados como brindes para sua leitora, sintetizam orientações bem específicas e práticas a serem colocadas em ação de forma rápida e sem muitas elaborações.

Um deles, o *Guia da Beleza*, na sua primeira página anuncia: "Guarde este guia com você. Ele é um manual de sobrevivência: traz dicas e cuidados que podem ser úteis a qualquer momento" (CAPRICHOS, 875, 2001, p. 01). Logo em seguida, suas páginas são preenchidas com muitas ilustrações e pequenos textos a recomendar os tipos de maquiagem, de cabelos, de tinturas e de sobrancelhas a serem usados por garotas que apresentam diferentes formatos de rosto (tipo oval, redondo, quadrado, retângulo, triângulo e coração).

Como um guia, apresenta para cada rosto uma única forma de embelezá-lo afirmando o que deve ser usado e o que não deve ser usado. Afinal, diz a *Revista* "o rosto reflete sua personalidade, é uma marca registrada. Para encontrar suas qualidades (e elas existem, tenha certeza disso) você precisa conhecer seu rosto muitíssimo bem." (Ibid., p. 05) Aqui poderíamos pensar no quanto a aparência diz sobre a personalidade e sobre a identidade de cada uma pois é no biológico do corpo (rosto) que se encontram marcas a dizer da personalidade da garota. Personalidade esta que já contém em si formas específicas de ser e de se comportar tanto quanto, para cada formato de rosto, se proclama um determinado tipo de cuidado.

Já o *Guia da Moda*, abre suas páginas com uma frase da estilista Coco Chanel: "A moda sai de moda, o estilo nunca" (2001, p. 03). No entanto, o que espera a leitora nas pequenas páginas que se seguem é uma série de classificação do corpo quanto seu tipo físico, identificado como "oval", "oito", "retângulo", "triângulo invertido" e "pêra." Após essa identificação, a publicação prossegue apresentando o que chama de grandes soluções, para disfarçar a barriga saliente, o tornozelo grosso, a falta de bumbum, o bumbum saliente, os seios pequenos, os seios grandes, os ombros caídos, os ombros largos, a falta de cintura, as pernas curtas, a perna longa. Feito o

⁶² Guia de Beleza, Guia de Moda, Guia de Signos.

mapeamento anatômico, o guia se direciona para as dicas sobre o que cada garota pode usar e o que não pode usar, o que disfarça e o que evidencia o "defeito".

Exemplos como estes acabam por produzir um olhar sobre o corpo feminino onde a forma anatômica de determinadas partes, quando não identificadas consoantes as representações do que seja "belo" são vistas como "anomalias". Estas partes parecem ser escrutinadas de forma a fazer com que as mulheres, de uma forma geral, possuam uma certa frustração com seus corpos visto que, senão todas, praticamente todas, têm em si algo diferente do que o corpo publicitário mostra e vende. O que se representa como defeito, nada mais é do que o humano que habita cada corpo, sua materialidade, sua conformação anatômica, muitas vezes modificada em função de critérios estéticos construídos a partir de padrões até impossíveis de realizar. Essa insatisfação, de certo modo, parece enredar a mulher nas teias da beleza cujo permanência nessa rede se dá não pelo "fato da mulher desejar cuidar de si e da sua aparência mas, porque as representações que este mito cria (...) faz com que ela se sinta invisível ou incorreta se não atingir os padrões estipulados para seu tempo." (GOELLNER, 2001, p. 56)

Enredada no mito do embelezamento feminino, a *Capricho*, ao mesmo tempo que faz circular representações de beleza, que transgridem os modelos instituídos estimulando a invenção do estilo próprio e único, veicula, também, outras representações conferindo grande visibilidade ao que se convencionou chamar de um corpo bem delineado, ou seja, harmônico nas suas medidas cujas desarmonias necessitam de conserto e disfarce. Um corpo comum não porque encontrado na maioria das adolescentes para quem fala mas porque moldado de forma a apagar diferentes individualidades. Um corpo cuja beleza está, sobretudo, na aparência do que, de forma imediata, se vê. Um corpo que ao ser visto, sustenta um *look*. O *look* produzido pelas páginas da *Capricho* e para o qual a garota deve investir diferenciados esforços seja na aquisição de um jeito atlético e saudável de ser, seja na valorização da magreza e, ainda, na composição de um estilo baseado nos *hits* da moda.

VÍDEO

(India. Arie/Carlos Broady/Reginald Harris)
CD Acustic Soul

Às vezes depilo as pernas, às vezes não
Às vezes penteio o cabelo, às vezes não
Dependendo de como o vento sopra até pinto as
Unhas do pé
Depende apenas se isso faz bem para minha alma

Não sou a garota comum do seu vídeo
E não vou me produzir como uma supermodel
Mas aprendi a me amar incondicionalmente
Porque sou uma rainha

Não sou a garota comum do seu vídeo
Meu valor não é determinado pelo preço de minhas
roupas
Não importa o que estiver vestindo serei sempre
India. Arie

Quando olho no espelho e a única ali sou eu
Cada sarda do meu rosto está onde deveria
E sei que meu criador não cometeu erros comigo
Meus pés, minhas coxas, meus lábios, meus olhos, amo
tudo o que vejo

Sou menos mulher se não usar meia-calça?
Minha mãe disse que uma mulher não é o que ela
veste mas o que ela sabe...
Mas já tirei minha conclusão, é tudo uma ilusão
Confusão é o nome do jogo
Uma idéia errada, uma enorme decepção
Alguma coisa tem que mudar

Não se ofenda é tudo opinião minha
Nada do que eu digo é lei
É uma confissão sincera
De uma lição de vida

Fui enviada para dividir isso com todos vocês
Então junte-se a mim se você se encaixar
Vá em frente e brilhe
Limpe sua mente
Agora é a hora
Coloque o sal na prateleira
Vá em frente e se ame
Porque tudo vai ficar bem

Fique com seu drink da moda e seus casacos de pele
caros
Não preciso de nada disso para me divertir
Fique com seus carros caros e seu caviar
Só preciso do meu violão
Fique com meu cristal e sua pistola
Prefiro Ter um lindo pequeno pedaço de cristal
Não preciso do seu silicone, prefiro o meu próprio
O que Deus me deu está ótimo

Capricho n.º 882, 24 de fevereiro de 2002, p.7

AS OUTRAS DA *CAPRICHÔ*

"Meninas infiltradas" é o nome de uma reportagem que a *Capricho* publica no ano de 2001 apresentando algumas garotas que praticam atividades comumente tidas como pertencentes ao universo dos meninos: jogar *rugbi*, andar de *skate*, tocar bateria em banda de *hardcore*, lutar judô, jogar xadrez e jogar *game* de computador em rede.

Ainda que seja questionável a designação e a localização de determinadas atividades para um e outro sexo, o que quero discutir é a maneira através da qual a *Capricho* exhibe os corpos adolescentes femininos que, de certa forma, escapam às suas próprias orientações. Ou seja, apesar de enfatizar o culto à beleza, à atividade física e à moda através da produção e veiculação de reportagens, imagens, propagandas, testes, guias de compras, etc., é necessário afirmar que, nas suas páginas, circulam também outros corpos adolescentes, representados, não raras vezes, como "diferentes" ou "fora de padrão".

Ao consultar o significado da palavra "infiltrar" no Dicionário Básico da Língua Portuguesa, me deparei com a seguinte afirmação: penetrar através dos interstícios, introduzir-se pouco a pouco, introduzir lentamente" (1988, p. 316). Significado este plenamente compatível com a visibilidade que a *Capricho* confere às "garotas infiltradas" e a algumas outras que não foram mencionadas nesta reportagem mas que figuram na revista algumas vezes com maior visibilidade outras vezes apenas ilustrando uma ou outra afirmação.

Pensando na *Capricho* como uma instância a produzir poder e representações sobre os corpos, é pertinente afirmar que ela exerce uma pedagogia que localiza as garotas em determinados lugares, que mostra como seu corpo é ou pode vir a ser. Mostra de tal maneira que efeitos de realidade advém destas exhibições porque as

garotas identificam-se ou não com estas representações, reagem a elas, não no sentido de resistir (ainda que essa seja uma possibilidade); reagem porque respondem a elas, de um ou outro jeito.

Aqui falo na positividade do poder que investe os corpos. Falo não de um julgamento moral acerca do que é positivo ou negativo. Falo, antes de produção de sentidos, significados, identidades, visto que a *Capricho*, ao representar, descrever, nomear, classificar os corpos está também a produzi-los visto que a linguagem não apenas reflete a realidade mas a constitui traduzindo-se, ainda, no meio através do qual atribuímos sentidos ao mundo e a nós mesmos.

É através da linguagem que representações, identidades e poder se relacionam de forma intrínseca. É, portanto, por meio da linguagem que se diz dos corpos e, no caso da *Capricho*, do corpo adolescente feminino considerado, a partir das representações que cria, como sendo o corpo belo, saudável e jovem.

Ao falar sobre a beleza, por exemplo, a *Revista* concede espaços ao que chama de "outras belezas", ou seja, a beleza da sua leitora. A reportagem "Bonitas como você" permite essa análise pois faz "um elogio à beleza que não está nas passarelas, não está na tevê nem nas páginas da maior parte das revistas (bom, na nossa está)" (SCHIBUOLA, 2001, p. 57).

Apesar de se referir à beleza "comum", é pertinente reproduzir alguns fragmentos das falas de algumas das garotas que são chamadas a dizer sobre sua beleza, representadas, aqui, como as "outras" porque não são identificadas com os modelos de beleza que a *Revista* elege para ilustrar suas páginas, exaltar e exhibir. A beleza aqui referida é outra não porque coloca em tensão as fronteiras entre a beleza/feiura mas porque é a beleza relativizada em algumas das representações que a própria revista produz. Diria, ainda, relativizada na quantidade e qualidade dos investimentos das garotas nas práticas de embelezamento. Vejamos: Rebecka Von Edelsheim, 18 anos, diz:

quando a gente vê uma modelo na rua, sem maquiagem, sem nada, se decepciona. Nos desfiles, nas revistas, elas são tão produzidas que criam um padrão de beleza irreal, (...) não me encaixo nesse padrão. Sou baixinha, não sou magra.(...) Conheço muita menina que mesmo sem ser tão bonita, está sempre rodeada por meninos (Ibid., p. 57).

Paula Nasser dos Santos, 15 anos, identifica-se como *punk*.

Tenho o cabelo raspado nas laterais, tipo moicano, e quatro tatuagens espalhadas pelo corpo. Já pinteí meu cabelo de rosa, vermelho, loiro. Tenho os olhos bonitos, com formato amendoado, e cílios compridos. Acho que meu estilo é bonito e marcante, mas algumas pessoas tem preconceito com as roupas e penteados que eu uso. Não fico triste. O mais importante é que eu esteja bem comigo mesma (Ibid., p. 57).

Já Miki Shimosakai, 22 anos, declara saber que não tem uma beleza padrão.

Nunca ninguém me disse 'hossa como você é linda.' Mas muitos já me disseram 'você é tão diferente.' Gosto disso. Hoje, existe uma distância muito grande entre a realidade e o padrão de beleza que a gente vê. As pessoas ficam infelizes porque acreditam que têm que ser magras, altas e perfeitas. Quando alguém começa a se privar das coisas boas por causa do corpo, da imagem, alguma coisa não está legal na cabeça (Ibid., p. 58).

Já Alzilene Dias de Queiroz, 20 anos,

toda mulher é, na essência, bonita. E pode se aperfeiçoar. Sempre gostei do meu rosto e do meu corpo (...) faço manicure e pedicure toda semana, faço limpeza de pele, me cuido. Uma mulher se achando feia, procurando defeitos isso sim é que feio. Só ando com gente pra cima que se valoriza (Ibid., p. 59).

Creio ser importante ressaltar nestes depoimentos o quanto as garotas são interpeladas pelas representações de corpo produzidas pela *Capricho*, ou seja, da beleza como uma "essência" do feminino, pois ainda que elas mencionem não se identificar com determinados padrões, estão o tempo todo reafirmando os cuidados que tomam, os estilos que adotam, a reação que causam nos meninos.

Isso nos leva a perceber que a *Capricho*, quando autoriza os vozes a falar ou a se tornarem presentes nas suas páginas, estas vozes estão interpeladas pelas representações que ela mesma cria. Ou seja, elas não põem à prova o que a *Revista* insiste em afirmar. Antes, as reforçam.

Temos que considerar que o fato de circularem diferentes e distintas representações sobre corpo nas suas páginas não significa afirmar que a *Capricho* concede espaços às diferenças, porque as diferenças que privilegia nada mais são do que aquelas que permite privilegiar, ou ainda, nomear como "diferentes". Assim posso afirmar que o que se apresenta como diferente é o diferente da *Capricho*. Ou seja, aquilo que ela assim representa. Portanto, ao definir a identidade, a *Capricho* produz a diferença através de um processo cultural, que não está dado à priori, a partir de uma suposta essência do que seja ser, por exemplo, bonito e feio, gordo e magro, masculino e feminino, saudável e doente. Nas palavras de Tomaz Tadeu da Silva: "a diferença e, portanto, a identidade, não é um produto da natureza: ela é produzida no interior de práticas de significação, em que os significados são contestados, negociados, transformados" (1999b, p. 25).

É possível pensar, ainda, que "reconhecer-se numa identidade supõe, pois, responder afirmativamente a uma interpelação e estabelecer um sentido de pertença a um grupo social de referência" (LOURO, 2000, p. 63). Pertencimento este que podemos observar em vários depoimentos onde a *Capricho* concede espaço (dá voz) a algumas garotas que ela identifica como sendo "as diferentes", ou ainda "as outras".

As "outras" da *Capricho*, por fim, chamam minha atenção, porque são garotas que a *Revista* dá visibilidade ao entendê-las como transgressoras à afirmação de uma suposta essência feminina. Aliás, as representações de corpo que privilegia falam desta essência na medida em que a beleza é apresentada como um atributo feminino para o qual a menina deve dedicar tempo, dinheiro e energia. Preservar a feminilidade faz parte de um conjunto de recomendações que a *Revista* desenha ao mesmo tempo que está já incorporada nas representações de corpo que produz e reproduz.

Nesse sentido, posso afirmar que a *Capricho* constrói uma identidade de gênero segundo a qual as garotas são identificadas (e se identificam) pois raramente desnaturaliza-se o que se afirma pertencer a um ou a outro sexo. Cabe lembrar que nos construímos como mulher e como homem através de diferentes processos educativos a serem colocados em ação através de diferentes instituições educativas: na família, na escola, no grupo de amigos, no trabalho, nos lugares que freqüentamos, nos filmes que vemos, nas músicas que ouvimos, nos livros e revistas.

A *Capricho* é, portanto, um local a constituir garotas e garotos. A dizer o que é apropriado ou não fazer, comer, praticar, namorar, vestir, ser, parecer. Ou seja, a produzir formas de ser masculino e de ser feminina. Formas também de produzir o corpo cuja aparência imediata deve dizer de um ou outro sexo. Afinal, num tempo onde o corpo é o lugar da identidade sua aparência é o local primeiro da inspeção e também do controle.

E aí, a reportagem meninas infiltradas é exemplar dessa relação entre meninos e meninas, em especial se pensarmos na finalização da matéria onde a voz a dizer é a voz masculina. Isto é, os meninos opinam sobre as "diferentes" as "fora de padrão", as "infiltradas" e assim se referem:

Não namoraria uma menina que faz atividades assim, Não combina com mulher. Imagine uma garota delicada jogando rúgbi! Eu prefiro as mais recatadas" Roberto Saad, 19 anos

Acho legal desde que não percam a feminilidade na hora de se vestir. Quando elas exageram demais no esporte, acabam virando mulher macho. Pedro Bueno, 17 anos.

É legal a menina fazer o que gosta, mas prefiro as patricinhas. Em geral as meninas que praticam atividades masculinas são desleixadas, falam palavrão. Isso não faz o meu estilo". Thiago Rodrigues, 18 anos.

Ou seja, as "outras" sobre as quais se referem os meninos são as "outras" que a *Capricho* identifica como diferentes ao serem comparadas com a identidade

feminina que constantemente constrói. Parte desta identificação está ancorada no que concebe como sendo feminilidade, o que atribui para cada sexo, o que produz acerca deles. E aqui poderíamos iniciar uma fecunda e ampla reflexão sobre gênero e sexualidade visto que a *Revista* está a dizer sobre esses temas o tempo todo. Tanto diz que, por observá-los, posso afirmar que a *Capricho* é uma revista a ensinar as meninas o exercício da feminilidade. Não de qualquer feminilidade mas aquela que a conforma a um jeito comportado, saudável, moderno e jovem de ser. Uma feminilidade que implica um constante cuidado de si, da aparência de seu corpo, do exercício da sua sexualidade tendo como central não a sua autonomia mas, fundamentalmente, a conquista amorosa. A *Capricho* ensina a menina a ser para o outro, e esse outro é sempre representado pela figura masculina: o eterno príncipe cujo beijo vai despertá-la do sono profundo e, por fim trazê-la à existência.

E aqui findo meu caminhar afirmando estar certa de que ele prossegue repleto de outros e novos horizontes....

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Helena. Jump Fit. In: **Capricho** n.º 888, 19 de maio de 2002.

ANDRADE, Sandra dos S. **Uma boa forma de ser feliz: representações de corpo feminino na revista Boa Forma**. Porto Alegre: UFRGS, 2002. 141f. Dissertação (Mestrado em Educação) Programa de Pós-Graduação em Educação. Faculdade de Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. **Pantalla total**. Barcelona: Anagrama, 2000.

BAY, Luisa. Prólogo. In: HERCOVICI, Cecile R. **A escravidão das dietas: um guia para reconhecer e enfrentar os transtornos alimentares**. Porto Alegre: Artes médicas, 1997.

BERGER, John. **Modos de Ver**. Lisboa: Edições 70, 1972.

BORDO, Susan R. O corpo e a reprodução da feminidade: uma apropriação feminista de Foucault. In: JAGGAR, Alison M e BORDO, Susan R. **Gênero, corpo, conhecimento**. Rio de Janeiro: Record/Rosa dos Tempos, 1997.

BITTONI, Dulcília H. S. **Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 854, 28 de janeiro, 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 855, 11 de fevereiro, 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 856, 25 de fevereiro, 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 857, 11 de março, 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril n.º 858, 25 de março de 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 861, 03 de junho, 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 862, 18 de junho, 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 863, 03 de junho, 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 864, 19 de junho, 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 865, 1º de julho de 2001.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 866, 15 de julho de 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril n.º 867 29 de julho de 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora Abril, n.º 870, 09 de setembro de 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora Abril, n.º 871, 23 de setembro de 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora Abril, n.º 873, 21 de outubro de 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora Abril, n.º 874, 04 de novembro de 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora Abril, n.º 875, 17 de novembro de 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora Abril, n.º 876, 02 de dezembro, 2001

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril, n.º 877, 16 de dezembro, 2001

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril n.º 878, 30 de dezembro de 2001.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril, n.º 881, 10 de fevereiro, 2002.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril, n.º 882, 24 de fevereiro, 2002.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril, n.º 883, 10 de março, 2002.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril n.º 884, 24 de março de 2002.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 887, 05 de maio de 2002.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 888, 19 de maio de 2002.

CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.º 889, 2 de junho de 2002.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril n.º 891, 30 de junho de 2002.

CAPRICHOS, São Paulo: Editora: Abril n.º 892, 14 de julho de 2002.

CAPRICO, São Paulo: Editora: Abril n.º 893, 28 de julho de 2002.

CAPRICO, São Paulo: Editora: Abril n.º 895, 25 de agosto de 2002.

CAPRICO, São Paulo: Editora: Abril n.º 896, 08 de setembro de 2002.

CAPRICO, São Paulo: Editora: Abril n.º 898, 06 de outubro de 2002.

CAPRICO, São Paulo: Editora: Abril n.º 904, 29 de dezembro de 2002.

CARVALHO, Yara Maria de. **O Mito da Atividade Física e Saúde**. São Paulo: Hucitec, 1995.

CARY, Nelson et al. Estudos culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz T. da. (org.) **Alienígenas em sala de aula**. Petrópolis: Vozes, 1995

CASTRO, Eliana. Quero ser Gisele. **Capricho**. São Paulo: Editora Abril, n.º 877, p. 112-113, 16 de dezembro, 2001.

CAETANO, Nana. Sempre na moda. **Capricho**. São Paulo: Editora Abril, n.º 867 p. 82-87, 29 de julho, 2001.

_____. O pulo da gata. **Capricho**. São Paulo: Editora Abril, n.º 893 p. 26-30, 28 de julho, 2002.

CENTERS FOR DISEASE CONTROL AND PREVENTION. **Youth risk behavior surveillance** - United States, 1997. Atlanta: U. S. Department for Disease Control and Prevention, v. 47 (SS-3), 1998

CECCIM, Ricardo Burg. Saúde e doença: reflexão para a educação da saúde. In: MEYER, Dagmar E. Estermann, (Org.) **Saúde e Sexualidade na Escola**. Porto Alegre: Mediação, 1998.

CHANEL, Coco. Moda. **Capricho**. São Paulo: Editora Abril, n.º 887, p. 01, 05 de maio, 2002

CORAZZA, Sandra Mara. Labirintos da pesquisa, diante dos ferrolhos. In COSTA, Mariza V. (Org.) **Caminhos Investigativos: novos olhares na pesquisa em educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

CORBIN, Alain. Bastidores. In: PERROT, Michele, (Org.) **História da vida privada: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. Vol.4. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

COURTINE, Jean-Jacques. Os Stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In: SANT' ANNA, Denise B., (Org.) **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

COUTO, Edvaldo S. **O homem satélite: estética e mutações do corpo na sociedade tecnológica**. Ijuí: Editora Unijuí, 2000.

_____. Gilles Lipovetski: estética corporal e protecionismo técnico nas culturas higienista e desportiva. In: GRANDO, José Carlos, (Org.) **A (des)construção do corpo**. Blumenau: Edifurb, 2001

CRAWFORD, Cindy. 2001. São Paulo: Editora: Abril n.º 878, p. 34, 30 de dezembro, 2001

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico Nova Fronteira da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

DEL PRIORI, Mary Lucy. A história do corpo e a Nova História: uma autópsia. **Revista da USP**, n.º 23, São Paulo, 1994.

_____. **De corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

DEVIDE, Fabiano P. Educação Física, Qualidade de Vida e Saúde: campos de intercessão e reflexões sobre a intervenção. **Revista Movimento**. Porto Alegre, v. 8, n.º 2, p. 77-84. maio/agosto 2002.

DUNCAN, Margaret C. Sports photographs and sexual difference: images of women and men in the 1984 and 1988 Olympic Games. **Sociology of Sport Journal**, Champaign, v. 7, n.º 1, p. 22-42, mai/apr. 1990.

EDMONDS, Alexander. No universo da beleza: notas de campo sobre cirurgia plástica no Rio de Janeiro. In: GOLDENBERG, Mirian, (Org.) **Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FISCHER, Rosa M. Bueno. **Adolescência em discurso - mídia e produção da subjetividade**. Porto Alegre: UFRGS, 1996. 297f. Tese (Doutorado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação. Faculdade de Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

_____. **Educação, subjetividade e cultura nos espaços das tecnologias de comunicação e informação.** Texto apresentado na mesa redonda "Tecnologias da Educação" durante o Seminário Nacional da Secretaria Municipal de Educação, Porto Alegre, em maio de 2001a.

_____. **Televisão & Educação - Fruir e pensar a TV.** Belo Horizonte: Autêntica, 2001b.

FISCHLER Claude, **Obeso benigno e obeso maligno.** In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi, (Org.) **Políticas do Corpo.** São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder.** Rio de Janeiro: Graal, 1992

_____. **Arqueologia do saber.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

_____. **História da sexualidade 1 - vontade de saber.** Rio de Janeiro: Graal, 1998.

FRAGA, Alex Branco. **Corpo, identidade e bom-mocismo: cotidiano de uma adolescência bem comportada.** Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2000.

_____. **Evangelho do agito: uma forma de ativar o corpo e regular a vida.** Porto Alegre: UFRGS, 2002. Projeto de tese (Doutorado em Educação) - Programa de Pós-graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

GEWANDSZNAJDER, Fernando. **Nosso Corpo.** São Paulo: Editora Ática, 2000.

GIROUX, Henry A. Praticando estudos culturais nas faculdades de educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu, (Org.) **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos Estudos Culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

GIROUX, Henry A. & MCLAREN, Peter L. Por uma pedagogia crítica da representação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da MOREIRA, Antônio Flávio, (Org.) **Territórios Contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais**. Petrópolis: Vozes, 1995.

GOELLNER, Silvana V. **Bela, maternal e feminina, imagens da mulher na Revista Educação Physica**. Campinas: UNICAMP, 1999. 187f. Tese (Doutorado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação. Faculdade de Educação. Universidade Estadual de Campinas.

_____. Mulheres em movimento: imagens femininas na Revista Educação Physica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p 77-94, jul/dez. 2000.

_____. Corpo Erotizado, Corpo Banalizado: representações da mulher na mídia televisiva. In: III ENCONTRO ENFOQUES FEMINISTAS E AS TRADIÇÕES DISCIPLINARES. 2001. Niterói. **Anais do III encontro Enfoques Feministas e as Tradições Disciplinares**. Niterói: UFF, 2001. p. 13-15.

GOLDENBERG, Mirian, (org.) **Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GOMES, Paola B. M. B. **Princesas: produção de subjetividade feminina no imaginário do consumo**. Porto Alegre: UFRGS, 2002. 165f. Dissertação (Mestrado em Educação) Programa de Pós-Graduação em Educação. Faculdade de Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.

GUEDES, Dartagnan P. e GRONDIN, Lina M. V. Percepção de hábitos saudáveis por adolescentes: associação com indicadores alimentares, prática de atividade física e controle de peso corporal. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. Campinas, v. 24, n. 1, p. 23-45, set. 2002.

GUISELLINI, Mauro. **Qualidade de vida: um programa prático para um corpo saudável**. São Paulo: Editora Gente, 1996.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

HARTMANN-TEWS, Ilse e RULOFS, Bettina. Media. In: CHRISTENSEN, Kren et alii. (Orgs.) **International Encyclopedia of women and sports**. New York: Macmillan Reference, 2001.

HIGONNET, Anne. Mulheres, imagens e representações. In: DUBY, Georges e PERROT, Michelle, (Orgs.) **História das mulheres. O século XX**. Porto: Edições Afrontamento; São Paulo: EBRADIL, 1991

HORNbacher, Marya, **O outro lado do espelho: autobiografia de uma anoréctica e bulímica**. Lisboa: Gradica, 1999.

JAZDZEWSKI, Catherine. Os cosméticos. In: FAUX, Dorothy S. et alii. **Beleza do Século**. Rio de Janeiro. Cosac & Naify Edições, 2000.

KALIL, Glória. **Chic: um guia básico de moda e estilo**. São Paulo: Editora SENAC, 1997.

KELLNER, Douglas. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: In: SILVA, Tomaz Tadeu, (Org.) **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos Estudos Culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

KLEIN, Naomi. **Sem Logo: A tirania das marcas em um planeta vendido**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

LE BRETON, David. Entrevista a Valéria Lamego. **Veredas**. Rio de Janeiro, n.º 63, p. 20-23, mar. 2001.

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

LOURO, Guacira Lopes. (org.) **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

_____. **Currículo, Gênero e Sexualidade**. Porto: Porto Editora, 2000.

LUPTON, Deborah, **Corpos, prazeres e práticas do eu**. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p 15-48, jul/dez. 2000.

LUZ, Mabel T. Políticas de descentralização e cidadania: novas práticas em saúde no Brasil atual. In: PINHEIRO, Roseni e MATTOS, Ruben Araújo de. (org.) **Os sentidos da integralidade na atenção e no cuidado à saúde**. Rio de Janeiro: UERJ; ABRASCO, 2001.

MALYSSE, Stéphane. Em busca do (H)alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, Mirian, (org.) **Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

McROBBIE, Ângela. Pós-marxismo e estudos culturais. In: SILVA, Thomas Tadeu, (Org.) **Alienígenas na sala de aula: um introdução aos estudos culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 1995.

MEYER Dagmar E. E. *Gênero e saúde: indagações a partir do pós-estruturalismo e dos estudos culturais*. **Revista de Ciências da Saúde**, Florianópolis, vol. 17, n.º 1, p. 13-32, jan/jun. 1988.

_____. Educação em saúde e prescrição de "formas de ser e de habitar": uma relação a ser ressignificada na contemporaneidade. In: FONSECA, Tânia M. G e FRANCISCO, Deise J. **Formas de ser e de habitar na contemporaneidade**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2000.

MIRA, Maria Celeste. Constituição e segmentação do mercado de revista no Brasil: o caso da Editora Abril. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/xxx-ci/gt22/GT2207> Acesso em 12 setembro de 2002.

MIRANDA, Simone. (capricho.abril@atleitor.com.br). **Capricho - Atendimento ao Leitor**. 21 fev 2002. Enviado às 12h25min. Mensagem para Márcia Luiza Machado Figueira (marfig@zaz.com.br)

NUNES, Clarice. Os desafios da pesquisa histórica. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DO ESPORTE, LAZER E EDUCAÇÃO FÍSICA. 1996. **Coletânea do IV Encontro Nacional de História do Esporte, Lazer e Educação Física**. Belo Horizonte: UFMG/EEF, 1996.

PALOMINO, Erika. **A moda - Folha explica**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PINTO, Celi R. J. **Com a palavra o Senhor Presidente José Sarney ou como entender os meandros da linguagem do poder.** São Paulo: HUCITEC, 1989.

PIRKKO, Makula. Aerobics. In: . In: CHRISTENSEN, Kren et alii., (Orgs.) **International Encyclopedia of women and sports.** New York:Macmillan Reference, 2001

REICHTER, Gustavo. Neste ano, eu quero.... perder uns quilinhos. Conquiste o corpo que você desejou quando fez suas promessas no réveillon. **Capricho.** São Paulo: Editora Abril, n.º 854, p. 40-42, 28 de janeiro, 2001.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. (Org.) **Políticas do Corpo.** São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

_____. Descobrir o corpo: uma história sem fim. **Educação e Realidade,** Porto Alegre, v. 25, n. 2, p 49-58, jul/dez. 2000.

_____. **Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea.** São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

_____. Transformações do corpo: controle de si e uso dos prazeres. In RAGO, Margareth et alii, (Orgs.) **Imagens de Foucault e Deleuze ressonâncias nietzschianas,** Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

SANTIN, Silvino. **A biomecânica entre a vida e a máquina: um acesso filosófico.** Ijuí: Editora Unijuí, 2000.

SANTOS, Júlia F. No trambone. **Capricho,** São Paulo: Editora: Abril n.º 893, 28 de julho de 2002.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. Rio de Janeiro; Editora da UFRJ, 2000.

SCHIBUOLA, Tatiana. Qual destas meninas está no peso ideal?. **Capricho**, São Paulo, Editora Abril, n.º 865, 01 de junho, 2001.

_____. Garotas de Ferro. **Capricho**, São Paulo, Editora Abril, n.º 892, 14 de julho, 2002a.

_____. Fora de Padrão. **Capricho**, São Paulo, Editora Abril, n.º 892, 14 de julho, 2002b.

SCHIBUOLA, Tatiana e TATINI, Giuliana. Exterminadores de espinhas. **Capricho**. São Paulo: Editora Abril, n.º 855, 11 de fevereiro, 2001.

SCHPUN, Mônica R. **Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20**. São Paulo: Editora SENAC/Boitempo Editorial, 1999.

SENNET, Richard. **Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Rio de Janeiro: Record, 1997

SILVA, Ana Márcia. **Corpo, Ciência e mercado: reflexões acerca da gestação de um novo arquétipo da felicidade**. Campinas: Autores Associados: Florianópolis: Editora da UFSC, 2001a.

SILVA, Ana Márcia. Corpo e diversidade cultural. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. Campinas, v. 23, n. 1, p. 87-98, set. 2001b.

_____. **O corpo do mundo: algumas reflexões acerca da expectativa de corpo atual.** In: GRANDO, José Carlos, (Org.) **A (des)construção do corpo.** Blumenau: Edifurb, 2001c.

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.) **O que é, afinal, estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 1999a.

_____. **O currículo como fetiche: a poética e a política do texto curricular.** Belo Horizonte: Autêntica, 1999b.

_____. **Teoria cultural e educação: um vocabulário crítico.** Belo Horizonte: Autêntica, 2000a.

_____. **A produção social da identidade e da diferença.** In: _____. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais.** Petrópolis: Vozes, 2000b.

SOARES, Carmen L. **Imagens da educação no corpo.** Campinas: Autores Associados, 1999.

STEINBERG, Shirley. **Kindercultura: a construção da infância pelas grandes corporações.** In: SILVA, Luiz Heron et al, (Orgs.) **Identidade social e a construção do conhecimento.** Porto Alegre: Secretaria Municipal de Educação, 1997.

SCHPUN, Monica Raisa . **Beleza em jogo. Cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20.** São Paulo: Editora Senac, 1997.

TATINI, Giuliana. **Fim das linhas. Capricho.** São Paulo: Editora Abril, n.º 857, 11 de março, 2001.

TOSCANI, Olivieiro. **A publicidade é um cadáver que nos sorri**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

VAZ, Alexandre. Do culto à performance: esporte, corpo e rendimento. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. Campinas, v. 21, n. 1, p. 100-107, set. 1999.

VEIGA-NETO, Alfredo. As idades do corpo: (material)idades, (divers)idades, (corporal)idades, (ident)idades.... In: GARCIA, Regina Leite, (Org.). **O Corpo que fala dentro e fora da escola**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

VIEIRA, Adriane e SOUZA, Jorge Luiz de. A moralidade implícita no ideal de verticalidade da postura corporal. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. Campinas, v. 23, n. 3, p. 134-151, set. 2002.

VIGARELLO, Georges. **O limpo e o sujo**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

VINCENT, Gérard. O corpo e o enigma sexual. In: ARIÈS, Philippe e DUBY, Georges, (Orgs.) **História da vida privada: da Primeira Guerra a nossos dias** Vol.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

WEINBERG, Cybelle. Introdução - Adolescer no mundo atual. In: _____. **Geração delivery: Adolescer no mundo atual**. São Paulo: Sá Editora, 2001.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da, (Org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

WOLF, Naomi, **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

YOSHIDA, Adriana. Como você vai para a escola? **Capricho**. São Paulo: Editora Abril, n.º 856, 25 de fevereiro, 2001.

_____, Acessórios nota 10. **Capricho**. São Paulo: Editora Abril, n.º 895, 25 de agosto, 2002.