

UM OLHAR EM FACE À DITADURA DA BELEZA A PARTIR DOS ENUNCIADOS DAS REVISTAS FEMININAS DIETA JÁ E CORPO A CORPO

Jéssica Gleyce dos Reis Felix
(UEPB/PIBIC)
gleyce_jes@hotmail.com

Co-autora: Renata Kelly Cavalcante Vitorino
(UEPB/PIBIC)
nata.com@bol.com.br

Orientadora: Profa. Dra. Edna Maria Nóbrega Araújo

Na contemporaneidade, alcançar os exigentes padrões de beleza extremamente disseminados pelos dispositivos midiáticos parece ser quase uma determinação, nesse contexto a existência de um sem-fim de meios disponibilizados para o conseguimento do corpo ideal corrobora com a “obsessão” de variados públicos, são exercícios, dietas milagrosas que prometem diminuir a silhueta em poucos dias, remédios e até intervenções cirúrgicas; a maioria deles atrelados ao discurso da saúde.

Em todos os momentos somos bombardeados com modelos e tendências a serem seguidos, e para tal são nos oferecidas uma gama de possibilidades aos mais variados preços, pensados para atingir as diversas camadas da população: é a chamada democratização da beleza. No decorrer deste artigo, resultante direto do projeto de pesquisa ainda em desenvolvimento “HISTÓRIAS DO CORPO E DA BELEZA NO BRASIL: A PARTIR DOS ENUNCIADOS DAS REVISTAS FEMININAS” analisaremos de que maneira os discursos incessantemente repetidos por tais publicações (neste caso específico os das revistas Dieta Já e Corpo a Corpo) constroem a idéia de que o alcance da felicidade está intimamente ligado à conquista de um corpo tido como “belo”; e de como o mesmo, pode ser adquirido quase que instantaneamente a depender do esforço do indivíduo, conseguir isso é também alcançar o sucesso.

A mulher está cada vez mais sendo convocada “a se fazer bela”. Se fazer bela pelo simples deleite de ser bonita sempre, em todos os espaços, independente do horário ou idade, e esta obrigatoriedade não pode ser silenciada e seguida à risca, merece pois, ser debatida e questionada. Alguns outros aspectos inerentes a discussão far-se-ão presentes, sob esta perspectiva pensar o conceito de corpo, beleza e refletir

acerca da capacidade de persuasão da mídia torna-se imprescindível. Estar no padrão midiático difundido do belo, do magro, do jovem, adotar as técnicas sugeridas que são expostas como indispensáveis e acessíveis produz um fenômeno crescente de culto ao corpo, e toda essa temática está fomentando recentes inquietações entre diferentes profissionais inclusive historiadores, que discutem o tempo presente.

A busca de modelar o próprio corpo na contemporaneidade é determinada pela realização de diversas técnicas corporais justificada por nossa sociedade, e está centrada dentro de um movimento social mais amplo, que vem se acirrando na nossa sociedade, ou seja, patrocinamos a idéia de corpo como sinônimo do culto à boa forma física, fazendo com que as pessoas em especial o publico feminino que não se sintam dentro desse padrão, busque disciplinar seus corpos em favor da sua construção como belo perante a sociedade.

Sob a perspectiva supracitada, torna-se imprescindível historicizar e questionar as variadas significações conferidas ao corpo e concomitantemente aos cânones da beleza feminina que no decurso da história sofreu infindas transformações, além de ampla notoriedade no universo midiático, um aspecto que pontuaremos brevemente em nossa discussão.

Pensar a historia do homem é também pensar a historia de seus corpos, estes são aqui entendidos na perspectiva de Goellner (2003) como “mutantes e mutáveis”, constructos que transcendem o orgânico são e estão suscetíveis as mais diversificadas intervenções; do “espartilho à la Ninon” de 1810, que tinha por função comprimir os corpos femininos que se presumiam flácidos, ao silicone para turbinar o ego e o apetite sexual/visual de outrem; já que como afirma Bourdieu (1999) o corpo feminino é o “corpo para o olhar do outro”, e a nossa sociedade contemporânea torna o corpo feminino como corpo para o espetáculo, hoje o corpo tem uma valorização como nunca o teve antes.

Regidos por um discurso homogeneizante os corpos femininos são construídos e reinventados cotidianamente, principalmente a partir do século XX no qual inicia-se essa tendência ao emagrecimento como paradigma ideal de beleza figura ainda como “carro-chefe” do ser belo contemporâneo expresso na afirmação foucaultiana: “Fique nu..., mas seja magro, bonito, bronzeado!” (FOUCAULT, 2008, p. 147), tudo isso

impulsionado principalmente pelo processo de massificação das mídias; fundamentado ora pela estética propriamente dita e ora por uma pseudo-preocupação com a saúde, o culto ao corpo e a falta de limites para o alcançá-lo, além de instaurar no cotidiano dos sujeitos uma espécie de dicotomia: insatisfação/possibilidade, também corrobora o surgimento de distúrbios que ameaçam e em muitos casos ceifam a vida destes “Narcisos”.

Incentivadas pela possibilidade de conquista, construção e manutenção do corpo perfeito, instituída nos discursos da mídia e dos meios de comunicação em geral que com seu discurso arraiga a valorização do consumo da boa aparência e do visual como sendo imprescindível, cresce exponencialmente o número de pessoas que entram na corrida desenfreada pelo mito da beleza e juventude eterna, tal questão situa-se no cerne de nossas inquietações e são reflexos direto de uma realidade:

Com a supremacia da imagem na vida do homem moderno, nossa época continua a instaurar a tirania da perfeição física. Hoje todos querem ser sadios, magros jovens. Grassa uma verdadeira lipofobia. Todos parecem querer participar da sinfonia do corpo magnífico, quase atualizando as intolerantes teses dos nazistas. (DEL PRIORI, 2001; 20)

A partir de nosso objeto de pesquisa, à saber, as revistas femininas *Dieta Já* ¹, *Corpo a corpo* ², procuramos cartografar não exclusivamente as diretrizes e parâmetros do “ser belo” contemporâneo, mas também as intencionalidades implícitas e explícitas na lógica de mercado na qual o corpo, em especial o feminino passa a figurar como personagem principal. Nesse contexto, os periódicos femininos: *Dietas Já e Corpo a corpo* apresentam como veículos para a manutenção das imagens estereotipadas que figuram no imaginário das mulheres como o ideal; tais publicações criam a perspectivas de que junto com a perda de peso, com a tonificação dos músculos e o rejuvenescimento da pele por exemplo, a vida das pessoas pode transformar-se bruscamente e a felicidade em plenitude será alcançada.

Marcadas por estratégias que concernem na associação da imagem do corpo aos mais variados produtos e marcas, as publicações a que nos referimos são aqui entendidas como ferramentas de ação da cultura midiática capazes de ressignificar

conceitos como beleza e feiúra e normatizar práticas, modos de agir, vestir e nos dias atuais com maior amplitude até alimentar.

Diária e incansavelmente somos bombardeados por imagens de mulheres jovens, magras, belas, amadas e bem sucedidas, sinônimos da felicidade, encontram seu “merecido” lugar de destaque social; na passarela, nos palcos, na “telinha”, nas capas da revistas, nos mais variados segmentos midiáticos o que se nota é imposição desse padrão como única via de alcance da felicidade plena supracitada.

Há uma infinidade de possibilidades oferecidas por essas publicações para o alcance dos corpos esbeltos, sarados, sequinhos, do bumbum durinho, das pernas torneadas e da “pele de pêssego”, estas por sua vez, acabam apontando caminhos (por vezes tortuosos) para o alcance de tal objetivo, um deles é através das dietas, Segundo Andrade (2010) a palavra “dieta” no sentido de emagrecimento e auto-disciplina começa a ser utilizada por volta de 1920; sendo a mesma introjetada no dia-a-dia das pessoas e fortalecendo as idéia de disciplina, correção, normatização e homogeneidade dos corpos. Chegou-se ao fim dos tempos em que fome resultava na ingestão do alimento apetecido, agora contam-se cuidadosamente as calorias, e as poucas que conseguem percorrer seus caminhos naturais são expulsas dos organismos dos sujeitos que introjetam a culpa de ter cedido a tentação de saciar-se.

. Dieta dos carboidratos

Emagreça com energia

Quem disse que para perder peso os pães e as massas devem sair do seu cardápio? Nada disso. Eles podem fazer parte de suas refeições e ajudar você a emagrecer até 5 quilos em um mês com muita energia

Se todas as dietas que você já tentou até hoje proibiam os carboidratos, e isso só fez você desistir no meio do caminho, aí vai uma boa notícia: é possível, sim, emagrecer comendo pão, batata e massa. Ficar esse tipo de alimento é que não dá: ele fornece a maior parte da energia que você precisa para se movimentar, trabalhar, viver. Só não vale abusar. A recomendação diária é de 50% a 60% do valor calórico total da dieta- num cardápio de 1.200 calorias, 600 a 720 devem vir deles. Outra dica é evitar dois ou três tipos numa mesma refeição. Batata e macarrão, por exemplo, é overdose. Isso faz

o corpo metabolizar tudo com dificuldade, aumentando as chances de armazenar os excessos e transformá-los em gordura.

Também recuse os carboidratos com muita gordura. Além do alto valor calórico, é uma combinação que gera compulsão. Quer ver: você consegue comer só um ou dois palitinhos de bata-frita? Pois é, eles nunca são suficiente para matar sua fome. Mas uma pequena porção de batata cozida é capaz de deixá-la satisfeita bem mais rápido. Agora, veja as fontes de carboidrato que... você pode comer tranqüila

- Frutas: maçã, banana, manga, uva, abacaxi e figo.
- Leguminosas: lentilha, feijão, ervilha, soja e grão-de-bico.
- Cereais: milho, arroz, trigo, aveia, gérmen de trigo e cevada.
- Tubérculos: batata, mandioquinha, inhame, cará, cenoura e beterraba.
- Massas: pães integrais, macarrão sem molhos gordurosos, torta com pouca margarina e outros recheios gordurosos, manteiga ou óleo.

Dieta dos carboidratos, In: **DIETA JÁ**; nº16; p. 26; janeiro, 1998.

Como afirma Del Priori (2001) “A feiúra é universal, onipresente”; todavia, nos dias atuais não se constitui mais de uma barreira intransponível ‘só é feio quem quer’, ditado que se presenifica nas práticas cotidianas de culto ao corpo e perseguição da beleza, necessita de atenção.

Em suma, é notório que a exaltação e obrigação no alcance dos exigentes padrões de beleza na contemporaneidade encontram-se em níveis talvez nunca imaginados, ignorar os discursos norteadores de práticas intervencionistas veiculadas pela mídia impressa nas revistas de circulação nacional *Dieta Já e Corpo a corpo* não se constitui de uma opção; já que toda essa busca desenfreada está gerado distúrbios como a anorexia, bulimia, vigorexia entre tantos outros. Assim sendo, entendemos que toda e qualquer inquietação que vise e/ou origine a análise e problematização acerca dos danos causados pelo culto demasiado do corpo e do papel destas publicações na produção dos sentidos, se constituem como valiosa contribuição cultural, social e histórica.

Notas

¹ - Criada pela editora Símbolo a revista atualmente faz parte das publicações da Editora Escala, com uma periodicidade mensal, destina-se a mulheres que desejam

mudanças de hábito alimentares e emagrecimento rápido. Seus focos são: Dieta, fitness, nutrição, saúde e beleza.

² - Criada pela editora Símbolo a revista atualmente faz parte das publicações da Editora Escala; segundo a descrição feita em seu site, na mesma a leitora encontrará informações para ter um visual mais bonito e saudável, um corpo mais torneado, além de dicas sobre moda, pele e cabelo.

Referência Bibliográfica

ANDRADE, Sandra dos Santos. **Mídia impressa e educação de corpos femininos**. IN: Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação; Vozes, 2010; pp. 108-121

AZEVEDO, S. N. **Em busca do corpo perfeito: Um estudo do narcisismo**. Curitiba: Centro Reichiano, 2007. Disponível em: www.centroreichiano.com.br/artigos.htm. Acesso em: 12/09/2011.

BOURDIEU, P. A. **Dominação Masculina**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1999

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a Corpo com a Mulher**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

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

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

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos**. São Paulo: Thomsom, 2005.

GOELLNER, Silvana Vilodre. **A produção cultural do corpo**. IN: Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação; Vozes, 2010; pp.28-40

VASCONCELOS, Naumi A. de. **Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia**. In: Revista mal-estar e subjetividade. Fortaleza mar. 2004 pp. 65 – 93. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/271/27140104.pdf>. Acesso em: 12/09/2011.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro. 2006.

