

ARTIGO COMPLETO

VEJA O CORPO: A ÉTICA DA ESTÉTICA NA VEJA SEE THE BODY: THE ETHICS OF AESTHETICS IN VEJA

Jéssica Ferreira Andrade¹; Georgino Jorge de Souza Neto²

Data de Submissão: 20/02/2018 Data de Publicação: 21/11/2018

Como Citar: ANDRADE, Jéssica Ferreira; SOUZA NETO, Georgino Jorge de. VEJA O CORPO: A ÉTICA DA ESTÉTICA NA VEJA. **RENEF**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 23-44, dez. 2019. ISSN 2526-8007. Disponível em: <<http://www.renef.unimontes.br/index.php/renef/article/view/199>>. Acesso em:

E-mail: jessicaandrade-1@hotmail.com

RESUMO

Historicamente o corpo tem sido mostrado de várias formas e em qualquer conjuntura pode ser tomado como importante recurso para nos auxiliar a compreender e expressar a construção e as características da organização social e vice-versa. O corpo é referência central e dotado de relevância social, levantando investigações sobre esse fenômeno que, especificadamente, é objeto de estudo da Educação Física, sendo um espaço proficiente em que os sentidos e as concepções do mesmo vêm sendo discutidos e refletidos. Por meio de um estudo documental, apresento uma análise das imagens e/ou produções corporais estampadas na Revista VEJA, no período de Janeiro de 1990 a Julho de 2015, que buscou analisar o corpo a partir da sua esportivização; descrever de que maneira se produz um corpo a partir das práticas alimentares; pensar o corpo idealizado pelo viés das múltiplas intervenções. O estudo contou com 1043 revistas, sendo (n=29), o que correspondeu ao volume da produção sobre o tema abordado.

Palavras-chave: Corpo, Estética, Veja.

ABSTRACT

The body has been shown historically in several ways and in any situation it can be taken as an important resource to help us understand and express the construction and the characteristics of the social organization and vice-versa. The body is the main reference and it's endowed with social relevance eliciting researches about this phenomena that is, specifically, an study object on Physical Education, being a proficient place where its senses and conceptions has been discussed and thought about. Through a documental study, I present an image analysis and /or body productions stamped on VEJA magazine, from January 1990 to July 2015, which sought to analyze the body from its sportivization; describe how a body is produced

1 - Acadêmica do curso de bacharelado em Educação Física da Unimontes, MG;

2 - Professor Titular do Departamento de Educação Física da Unimontes, MG, Brasil.

from eating practices; think in a body idealized by the bias of several interventions. The study counted with 1043 magazines, being (n=29), the one that corresponds to the output volume about the theme discussed.

Key words: Body, Aesthetics, Veja.

INTRODUÇÃO

Compreendemos o corpo enquanto território da humanidade, símbolo da existência e materialidade da vida. Ele revela experiências, sentimentos, memórias e movimentos que o constituem enquanto elemento único e coletivo, singular e plural. Ao ser marcado pelos valores e pelas relações sociais, o corpo é influenciado pelo contexto cultural em que está inserido.

Segundo Porter e Vigarello (2008), o corpo humano não é apenas uma figura central da representação clássica, e sim seu próprio alicerce. Território construído por liberdades e interdições, revelador de sociedades, o corpo é a primeira forma de visibilidade humana, aponta Soares (2006). Para as sociedades antigas, era preciso sintonizar o corpo com forças sobrenaturais, e a necessidade do “hoje”, é sintonizar os corpos com os objetos tecnológicos e de consumo.

Sendo assim, a forma de apropriação do corpo, perpassa pelas definições que se obtêm a partir dos outros e também das mídias - rádio, televisão, revistas e internet, e, embora essas construções não estejam submetidas apenas às imposições midiáticas, elas, assim como as demais experiências pelas quais as pessoas passam, influem na sua formação; onde a aparência é o foco, o corpo se traduz nos símbolos contemporâneos de valorização: consumismo, juventude, liberdade, magreza e músculos proeminentes e definidos.

Tudo isso comprova que o corpo é referência central e dotado de relevância social, levantando investigações sobre esse fenômeno que, especificadamente, é objeto de estudo da Educação Física.

A mídia alcançou um lugar dominante no dia-a-dia da nossa vida. Ela cria demandas, orienta os costumes e hábitos da civilização, de maneira até então nunca vista. Atualmente a mídia pode ser considerada como um dos fatores envolvidos na construção de identidade das pessoas. A busca da imagem corporal é um dos fenômenos mais impressionantes na sociedade atual, visto que os modelos de

referência, quase inatingíveis, distantes da realidade da maioria das pessoas que determinam e influenciam os padrões de belezas a serem seguidos.

Assim, a busca por uma história do corpo constitui uma procedência e é, sobretudo, um chamado para a compreensão da ação recíproca entre o meio social e a condição humana. Historicamente o corpo tem sido mostrado de várias formas e em qualquer conjuntura pode ser tomado como importante recurso para nos auxiliar a compreender e expressar a construção e as características da organização social e vice-versa.

Compreendemos que a Educação Física continua sendo um espaço proficiente em que os sentidos e as concepções do corpo vêm sendo discutidos e refletidos.

A VEJA é uma revista de distribuição semanal brasileira, publicada pela Editora Abril, criada em 1968 pelo jornalista Roberto Civita, a revista trata de temas variados de abrangência nacional e global. Juntas, as plataformas da VEJA contam com uma audiência de 12 milhões de pessoas. São 9,3 milhões de leitores na versão impressa, 150 mil na versão digital, 2,5 milhões de visitantes únicos no portal Veja.com.

Este estudo tem como objetivo, analisar as imagens e/ou produções corporais estampadas na revista VEJA, no período de Janeiro de 1990 a Julho de 2015. Tendo como objetivos específicos, analisar o corpo a partir da sua esportivização; descrever de que maneira se produz um corpo a partir das práticas alimentares; pensar o corpo idealizado pelo viés das múltiplas intervenções.

REFLEXÕES SOBRE O CORPO

Levanta e corre

Sant'Anna (2002) cita três investimentos simultâneos e que estão totalmente relacionados e propagados pela mídia: o primeiro deles aplica-se à atlética, que diz respeito à ginástica e a prática de atividades físicas destinadas a modificar as linhas e formas corporais.

No caso do esporte, constrói-se um personagem fictício, transformando-o em referencial para o telespectador. O processo de articulação de significados torna o discurso midiático um importante elemento de produção e reprodução de cultura em nossa sociedade (GASTALDO, 2007).

O herói (com grande potencial para se transformar em mito) - ainda mais em um período (passagem do século XX para o XXI onde acontece a transição para a modernidade, marcado pela ressignificação dos corpos) caracterizado pela exigência do comportamento politicamente correto - pode ser representado por um personagem idealizado pela sociedade, que busca transpor obstáculos sem medir as dificuldades, retornando à sua pátria com a meta alcançada e proporcionando benefícios positivos para a comunidade (GASTALDO; GUEDES, 2006).

O corpo e o esporte entram numa maquinaria de poder que aprimora cada vez mais a arte da normatização, da distribuição de papéis, da composição das forças da organização e do controle das ações. A crescente prática do esporte, desenvolvida em lugares específicos, como nos clubes, nas escolas e nas universidades, ajudou para que essa expressão da cultura fosse sendo regulamentada sob a intervenção do Estado que, por sua vez, passou a assumir a organização esportiva com a criação de políticas. É importante ressaltar também que o crescimento do esporte não teve um caráter de neutralidade, mas de sentidos e significados políticos e ideológicos, de uma determinada estrutura social que produz uma visão de mundo e de sociedade sob a lógica da manutenção e perpetuação das relações capitalistas (MAGALHÃES, 2005 *apud* CASTELLANI, 1988).

O futebol, por exemplo, como elemento da cultura globalizada, gradativamente está se transformando em espetáculo (RIBEIRO, 2007), fenômeno amplo que não se restringe somente à prática competitiva, mas também a mudanças no espaço físico, marketing, e associação com os meios de comunicação em massa, como o rádio, os jornais, revistas e principalmente a televisão (PRONI, 2000).

O fenômeno mercadológico investe, sobretudo, na compra da imagem pessoal dos atletas, principalmente os que são no momento considerados os heróis – conceito defendido por Rubio (2001), como a soma de fatores intrínsecos e extrínsecos que contribuem para criação de personagens. Os principais fatores são: as conquistas, a convocação regular em selecionados, a popularidade, a presença na mídia, entre outros que variam menos ou mais de acordo com a modalidade. Relacionadas à imagem do atleta ou das equipes, as campanhas publicitárias tornam-se um negócio vantajoso.

Diante da transformação do futebol em espetáculo global, com o amalgamento cada vez mais sólido com a mídia, a chamada cultura popular (GASTALDO, 2002) concebe o atleta como mito (GASTALDO; GUEDES, 2006).

Os atletas, figuras vivas, representantes de nações, reconhecidas potências futebolísticas, nas imagens demonstram força, habilidade e garra.

Assim, como afirma RUBIO:

Não é por acaso que os mitos representados no esporte são sobretudo de natureza heróica. Os feitos realizados por atletas, considerados quase sobre humanos para grande parcela da população, somados ao tipo de vida regrada a que são submetidos contribui para que essa imagem se sedimente (RUBIO, 2001, p. 99).

Tratando-se de um esporte-espetáculo, tendo a mídia como fator preponderante para este fenômeno, o futebol transforma os seus principais “atores”, os atletas, em mitos que, pela carga simbólica, ajudam a promover diversas campanhas publicitárias.

Segundo Torero (2003), a mídia vem se transformando no padrão do esporte, fazendo com que o mesmo se torne cada vez mais refém da sua estrutura; no entanto, a mídia é que deveria ser dependente das práticas esportivas e seus produtos. O mesmo autor ainda aponta que o esporte espetacularizado se torna um convite para a assistência televisiva, limitando e restringindo a prática de esporte.

Outra expressão da “atlética”, além do esporte, é o que padronizamos chamar de “fitness”. Neste caso, “fitness” representa uma marca da sociedade contemporânea, pela grande produção de serviços e produtos. Muito tem sido dito a respeito dos benefícios que a atividade física poderia provocar a saúde.

A beleza passa a ser significada como saúde e, assim, os indivíduos vão sendo oprimidos na busca do modelo que os tornem “saudáveis” (SUDO, 2007). Esse vínculo entre saúde e beleza, fica bem explícito no uso do termo: “sarado”, um adjetivo que deriva do verbo “sara”, ou seja, “recobrar a saúde” ou “curar uma ferida”, mas que foi ressignificado para “corpo modelado” ou “corpo musculoso”.

Courtine (1995) cita o músculo - espetáculo, que deixou de ser privilégio de um sexo e o signo esmagador de sua dominação sobre o outro, mencionando sobre as práticas do *body - building* (construção do corpo) que tendem a se generalizar, assim a potência anatômica se exhibe como um espetáculo permanente. Dessa forma, o *body - builder* não anda; ele conduz seu corpo exibido- o como objeto imponente, constituindo,

assim, uma das manifestações mais espetaculares de uma cultura da aparência do corpo.

Mas ele não é simples espetáculo: ele é sustentado por uma indústria, um mercado e um conjunto de práticas de massa.

As práticas e as representações do corpo na sociedade de consumo de massa são, assim, atravessadas por estratégias multiformes da regulação dos fluxos, das matérias, das energias a incorporar, a canalizar, a eliminar. Nas sociedades ocidentais, a cultura contemporânea do corpo é inteiramente dominada pelo ciclo de absorção e da eliminação, a autodisciplina da transpiração, o gasto compulsivo de energia, de matérias, de bens acumulados, são os usos em espelho, de incorporação de alimentação e etc.

Desse modo, a Educação Física deveria servir para formar, criticamente, o sujeito em seu processo de aprendizado, de conscientização e de aquisição de conhecimentos e experiências para a vida, respeitando as diferenças, o próprio corpo e o corpo do outro. Os esportes e as ginásticas são vistos como parte da construção de seu corpo e da personalidade.

Engole e cospe

O corpo não se manifesta apenas como veículo da aparência, mas, antes como lugar de sedução, fascínio e criação de “normas” estéticas. A imagem do corpo resulta tanto da experiência motora como pelos desejos, prazeres e sonhos. Além disso, a cultura de consumo mobiliza o corpo rumo a alguns hábitos.

Na era industrial, o corpo era disciplinado como instrumento de produção, na sociedade pós-industrial percebe-se o corpo do cidadão, consumidor, é atravessado por uma incessante produção de serviços e desejos. O corpo é hoje, ao mesmo tempo, consumidor e objeto de consumo, aborda Palma (2001).

Contudo, diante deste cenário, redescobri-lo escreve um movimento que permite resignificá-lo como um potente marcador social da contemporaneidade, cita Gonçalves e Azevedo (2007).

As mídias definem e refletem, a todo o momento, lugares e espaços que influenciam os indivíduos, apontando para a formação de imagens nem sempre condizentes com uma imagem corporal já por eles construída (FROIS *et al.*, 2011).

Em todos os períodos históricos há modelos desejados e seguidos pela sociedade, repleto de contradições. Segundo Trinca (2008), o destaque é a busca por um corpo perfeito e ao mesmo tempo em que notabiliza o corpo como local de felicidade, de representação da identidade social, o encaminha para um processo inútil permeado pela lógica da mercadoria.

Sant'Anna (2002) aborda, sobre o segundo investimento, que refere-se à alimentação, ou dietética, a necessidade de conhecer e controlar minuciosamente calorias, proteínas, vitaminas presente e ausentes em cada alimento ingerido.

Segundo Pinto (1995), a sociedade, que ensina o corpo, dita suas leis, estabelece ou reconhece diferenças quanto a idade, a hierarquia social, dentre outras. As cicatrizes mostram que o corpo, continuamente, vem aprendendo a obedecer ou desobedecer, a reproduzir ou a recriar diferentes valores, usos, normas e etc.

Com a era industrial, o corpo incorpora os reflexos do trabalho pesado, inscrevendo-se no contexto de uma nova administração da vida social. A alimentação e a atividade física, embora ainda incorporem a moralidade, passam a adotar o discurso da cientificidade (SANTOS *et al.*, 2009). O corpo será, então, convocado a cumprir as novas exigências surgidas em novos contextos sociais, econômicos, políticos e culturais (SABINO, 2004).

A obsessão com a aparência pode ser percebida pela expansão das academias, pelo surgimento dos novos exercícios e das “dietas inovadoras” e, ainda, pela disseminação das cirurgias plásticas e pelo consumo de substâncias químicas de variada natureza (SABINO, 2004).

O controle do peso corporal constitui importante preocupação para a sociedade atual o objetivo fundamental de um programa de emagrecimento deverá ser a obtenção de um equilíbrio energético negativo que pode ocorrer através de três formas: por reduções na ingestão calórica; por elevações na demanda energética, e pela combinação de ambas, orientação dietética e atividade física (GUEDES, 2002).

O corpo desejado torna-se então virtual, objeto de consumo e moldável através do recurso ao conhecimento científico e às novas tecnologias. O modelo de corpo preconizado como ideal é praticamente impossível de alcançar.

Estica e puxa

Segundo Fontes (2006), a história da palavra corpo, coloca em evidência o semantismo de “matéria” que a impregna em suas remotas origens; um corpo pertence ao mundo sensível, ocupa uma extensão no espaço, tem um peso e seria, sem o sopro espiritual, passivo e inerte. O corpo surge num jogo semântico de alma, consciência e espírito.

O corpo é um espaço que possui seus desdobramentos, este corpo físico material, pode ser tocado, sentido, contemplado (VIGARELLO, 2008).

No que se refere ao corpo humano, são incontáveis os caminhos e numerosas formas de abordagem; há sempre novas maneiras de conhecer o corpo, assim como possibilidades inéditas de estranhá-lo, cita Sant’Anna (2006). Ele perpassa por território biológico, simbólico, talvez seja o mais belo traço da memória da vida. O corpo de um indivíduo pode revelar diversos traços de sua subjetividade e de sua fisiologia, mas, ao mesmo tempo, escondê-los.

Ainda segundo Sant’Anna (2006), o corpo é finito, sujeito as transformações nem sempre desejáveis ou previsíveis, mudam se o peso, suas formas, e em certos momentos podem parecer familiar e em outros, desconhecido e abstrato. Da religião à ciência, por diferentes disciplinas, há a vontade de manter o próprio corpo sobre controle, caracterizando a história de inúmeras culturas.

Falar da história do corpo equivale a olhar tudo o que cerca o indivíduo e o contextualiza. Na história do corpo revela-se o universo cultural, religioso, econômico e social. A história do corpo é a história da própria vida humana (CORBIN, 2008).

O terceiro tipo de investimento, segundo Sant’Anna (2002), diz respeito à cosmética, a todo investimento no embelezamento físico e no bem estar que conta, sobretudo, com produtos de beleza e higiene, visto que a higiene se tornou uma importante pedagogia de controle dos corpos.

No mundo atual, construir um modelo do corpo está associado ao sucesso, traduzido pela conquista de melhores posições sociais e profissionais. Para Marzano (2004), ter um corpo perfeito deixou de ser uma dádiva da natureza e passou a ser responsabilidade do próprio indivíduo.

A aparência do corpo é vinculada à personalidade do indivíduo e, daí, o julgamento moral das pessoas passaria, primeiramente, pela aprovação do modelo. Assim, busca-se um “modelo ideal” que nos insere em uma norma.

Para Soares (2004), “a virtude e os valores humanos vão sendo resumidos a centímetros de bíceps, de cinturas, de coxas, de nádegas sob um custo extraordinário, envolvendo exercícios e o suporte de um arsenal de drogas e de cirurgias”. O ideal contemporâneo é de um corpo eternamente jovem, enxuto e construído por meio de dietas, exercícios físicos e cirurgias estéticas (MARZANO, 2004).

A insistência em associar a feminilidade á beleza não é nova. As formas de problematizar as aparências, os modos de conceber e de produzir o embelezamento, não cessam de ser modificados. É na repetição insistente das regras de elegância e de higiene, é na minúcia enfadonha dos cuidados que visam as unhas, a pele, os olhos e os cabelos, que percebemos como se fortalece a cultura do espaço íntimo, na qual o corpo feminino merece um lugar de destaque. Os produtos de beleza, segundo a publicidade, poderiam influenciar diretamente o psiquismo de cada mulher, tornando-a não somente bela como também mais feliz e satisfeita com ela mesma (SANT’ANNA, 1995).

A cosmética abrange um universo amplo, desde as cirurgias plásticas, como aumento das mamas (melhora não somente o tamanho como também a forma e aparência das mamas por meio de implantes mamários de silicone ou de solução salina), mamoplastia (cirurgia de redução da mama), lipoaspiração (removendo as áreas de gordura indesejada), entre outras. Procedimentos não cirúrgicos, como aplicação de Toxina Botulínica (é um produto utilizado na cirurgia estética para corrigir linhas de expressão no rosto que incomodam), rejuvenescimento da pele (melhora a aparência e textura da pele), bem como, produtos de beleza (higiene pessoal, maquiagem e cremes).

Embora a dietética, a atlética e a cosmética não sejam novidades da época atual, elas foram uma tríade que hoje adquiriu aspectos originais e inéditos: foram, por exemplo, transformadas numa megaindústria cada vez mais acoplada àquela do lazer e perpassa pelas referências da vulgarização científica, assim como pelas influências do marketing e da mídia. (SANT’ANNA, 2002)

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa documental, em que os dados empíricos tratados foram as imagens da Revista Veja. A amostra da pesquisa contou com 29 revistas, o que equivale a 3% do total de 1043 revistas publicadas no período estudado (1990 – 2015), a escolha do período se deu em função de uma viragem nas relações e usos do corpo, com o desenvolvimento acentuado das técnicas de cirurgia plástica, de suplementos alimentares e de uma ressignificação da noção de fitness.

Todo este processo parece ser demarcado entre o início dos anos 90, seguindo século XXI adentro com mais potência ainda. 2015 é o ano final em função da data em que o estudo foi realizado. Sobre os procedimentos de coleta de dados, a busca das imagens foi feita através do acervo digital da VEJA. A análise das imagens foi realizada através da eleição de três categorias: *atletica*, *dietética* e *cosmética*. As categorias elencadas surgiram a partir da leitura e estudo de textos e livros da autora Denise Bernuzzi de Sant’Anna, que procura compreender as múltiplas relações de corpo, estética e poder na sociedade contemporânea.

ENQUADRANDO O CORPO: ANÁLISE E DISCUSSÃO

A história da Revista Veja começou em 1968, criada pelo Roberto Civita, a revista trata de temas variados de abrangência nacional e global. Entre os temas tratados com frequência estão questões políticas, econômicas, e culturais. Desde então, seu crescimento no mercado editorial elevou os padrões de qualidade das publicações do País. Guiando-se pelo interesse da opinião pública, sempre contribuiu para pautar os grandes debates da sociedade, por isso, hoje, é um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação. Assim, a análise das capas da foi feita no período de 1990 a Julho de 2015.

Se tratando das categorias, a *Atlética*, apresentou 7 imagens na perspectiva da nossa análise categorial (o que equivale a 24 %), com produções relacionadas a ginástica/fitness, produção do corpo belo via exercitação corporal e oposição entre corpo ideal x corpo real.

É notório o movimento realizado pelas academias de ginástica em relação às mudanças nas características de sua organização. Com o aumento do público frequentador, o desenvolvimento das academias como espaço de negócio lucrativo foi se estabelecendo, acompanhando esse processo, empresas fornecedoras de aparelhos, máquinas e outros instrumentos também se desenvolveram.

O termo musculação passou a substituir o halterofilismo (levantamento de peso), visando abranger um público maior de pessoas que não praticavam a modalidade por competição ou para construir corpos com grande hipertrofia da musculatura. Nessa concepção, em que a musculação assume o lugar do halterofilismo, no final dos anos 80 e início dos anos 90, um outro reforço para um novo aumento quantitativo do público frequentador surge com o aumento da prática de musculação também pelas mulheres (FURTADO, 2009).

Nas academias, verdadeiros *shoppings* do corpo, mesclam-se homens e mulheres que se envolvem em diversificadas práticas corporais com o intuito de *entrar em forma* (esse é outro tipo de chavão difundido no meio, que também representa um estado corporal idealizado, do ponto de vista visual, estético), o que fica evidente na figura 01, revelando a “Ciência da Boa Forma”, o corpo sendo modificado a partir da ginástica e em poucos meses.

Finalmente no início do século XXI a mulher molda seu corpo como quer, por meio de ginástica, cirurgia plástica e demonstrando uma preocupação com alimentação consciente (ROSA *et al.*, 2013).



FIGURA 01: Capa da 1728ª edição.
Fonte: Revista Veja, 28.11.2001

O fitness caracteriza-se pela ênfase no condicionamento físico do indivíduo. As academias de ginástica surgiram tendo essa finalidade, tanto é que os donos das primeiras academias muitos deles eram halterofilistas, atletas, ou pessoas que, em geral, estavam envolvidas em práticas corporais. Com o desenvolvimento do ramo das academias de ginástica como negócio, ou seja, com a boa capacidade de acumulação de capital apresentada pelas academias de ginástica, a visão antes restrita ao fitness foi se ampliando e aos poucos foram sendo aglutinados outros enfoques para a academia de ginástica atingir seu mercado de forma mais eficaz e também ampliar seu público alvo (FURTADO, 2009).

Na figura 02, além de estampar um corpo atlético ela nos instiga a pensar quais seriam os limites do corpo? Na atualidade para muitos a percepção de um corpo saudável perpassa pela ideia de ter um corpo musculoso. A crescente valorização da aparência física tem levado um número cada vez maior de pessoas a frequentar academias de musculação, bem como a consumir produtos farmacêuticos e nutricionais, em vista do aprimoramento das dimensões corpóreas. Assim, para os que praticam musculação o modelo de um corpo “ideal” é um corpo cheio de músculos (PEREIRA *et al.*, 2013).



FIGURA 02: Capa da 1792ª edição.
Fonte: Revista Veja, 05.03.2003.

Corpo malhado e sarado são vocábulos admitidos como expressões designativas de uma aparência corporal, cujo resultado estético pretensamente

desejado viria, em princípio, da submissão ao rigor de uma prática árdua ou por constante prática de exercícios. Aqueles que perseveram no ritual do culto ao corpo, quase em sua totalidade, desejam atingir o resultado esperado de maneira instantânea ou quase (busca-se a magreza ou agrega para si uma constituição adornada por músculos fortes), aborda Estevão *et al.* (2004).

Na categoria *Dietética* foram evidenciadas 10 imagens (o que equivale a 35%) com produções referentes a hábitos alimentares, emagrecimento e dietas. A mídia como formadora de opinião, influi no modo de pensar, agir e ser, expondo imagens que despertem a busca do corpo “perfeito”, veiculando ou produzindo notícias, representações e expectativas nos indivíduos com propagandas, informações e noticiário em que de um lado estimulam o uso de produtos dietéticos e práticas alimentares para emagrecimento e, de outro, instigam ao consumo.

A exposição às imagens idealizadas pela mídia contribui para um aumento na insatisfação com o próprio corpo e também influencia as escolhas de alimentos considerados saudáveis. Uma pessoa que deseja perder ou controlar seu peso pode optar por alimentos saudáveis, por saber ou acreditar que eles podem atender essas expectativas, em contrapartida, o fazem, por receio de engordar ou pelo desejo de emagrecer e não pelo benefício de uma alimentação saudável.

Na mídia regularmente, são publicadas dietas da moda, o que induz os indivíduos a ilusões de emagrecimento rápido e, sem sacrifício, que, além de não preconizarem a mudança de hábitos alimentares e a necessidade da prática de atividade física, não estimulam hábitos saudáveis, o que, a longo prazo, pode comprometer a saúde em muitos aspectos. Com todos os problemas ocasionados pela obesidade, a sociedade passou a ver o corpo magro como sinal de saúde e beleza. Nunca o corpo esbelto esteve tão em evidência como nos tempos atuais; exposto em diversas revistas e canais de comunicação, tornou-se moda, transformando-se em sonho de consumo para milhares de pessoas, principalmente as mulheres (FARIAS *et al.*, 2014).

Na figura 03, podemos observar o destaque para palavra gordura, tal imagem que induz ao emagrecimento, aborda o mesmo de uma forma saudável (alçando a gordura à condição de vilã do corpo idealizado, e que portanto, deve ser literalmente liquefeita). Atualmente, parece existir apenas um tipo de corpo possível - o corpo

magro. A sociedade contemporânea, ao valorizar a magreza, transforma a gordura em um símbolo de falência moral, e o gordo, mais do que apresentar um peso socialmente inadequado, passa a carregar um caráter pejorativo (VASCONCELOS, 2004).

A dietética começa então a despontar como um elemento chave para se obter ou manter a forma desejada. Muitos alimentos são então abolidos dos cardápios, pois são apontados como causadores de males à saúde e à forma física.

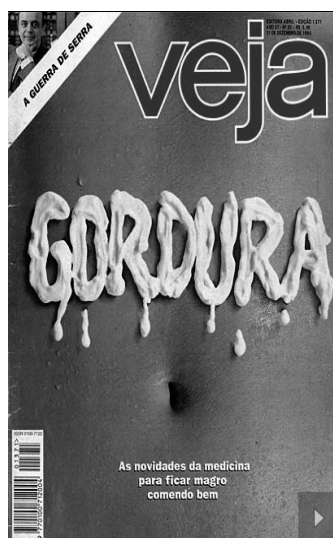


FIGURA 03: Capa da 1371ª edição.
Fonte: Revista Veja, 21.12.1994.

O ato de alimentar-se incorpora tanto a satisfação das necessidades do organismo quanto se configura como uma forma de agregar pessoas e unir costumes, representando assim um ótimo método de socialização. Na tentativa de adequar a alimentação ao ritmo acelerado do dia-a-dia, as escolhas e os hábitos de consumo passaram a apontar para alimentos mais condizentes com o novo estilo de vida, fazendo com que fossem incorporados hábitos rápidos e práticos (SANTOS, 2009).

Viver mais, com saúde e em boa forma, é atualmente uma preocupação que perpassa todos os segmentos da sociedade. A imagem do corpo bonito e saudável atravessa, contemporaneamente, os diferentes gêneros, faixas etárias e classes sociais. As práticas alimentares de emagrecimento inserem-se numa lógica de mercado impregnada por um padrão estético de corpo ideal (COSTA *et al.*, 2008).

A “dieta” está presente nas mais variadas temáticas e propósitos desde as tradicionais; dieta da lua, dieta das proteínas, bem como a dieta sem fome, como aparece na figura 04. A principal mensagem da reeducação alimentar é emagrecer, de

uma forma saudável, equilibrada e natural, através da adoção de novos hábitos alimentares (SANTOS, 2009). Estes novos hábitos alimentares preconizam uma dieta balanceada e equilibrada, em que se pode comer de tudo, sem privações e sacrifícios, com prazer, sem se privar da vida social.

Assim como no caso dos suplementos nutricionais, a comercialização de medicamentos ditos naturais e emagrecedores é visivelmente crescente, demonstrando outro mercado em expansão. A disseminação na mídia de conceitos relacionados à nutrição requer debates e transformações, no intuito de que a população tenha acesso a conteúdos pautados em princípios científicos e éticos (CHAUD *et al.*, 2004).

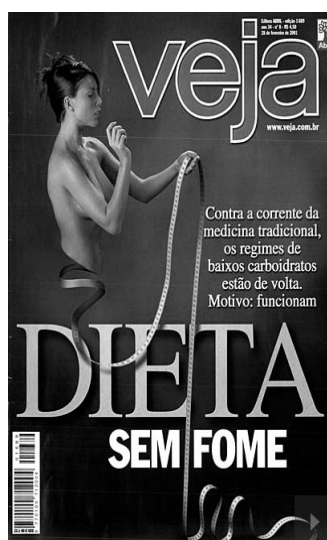


FIGURA 04: Capa da 1689ª edição.
Fonte: Revista Veja, 28.02.2001.

A categoria *Cosmética* se destacou, apresentando 12 imagens (o que equivale a 41 %) com imagens relacionadas à higiene como forma de controle ao corpo, produtos de beleza, os avanços e exageros da plástica, bem como os benefícios das intervenções estéticas quando bem indicadas e bem feitas.

Pela primeira vez, o Brasil superou os Estados Unidos e se tornou líder mundial na realização de procedimentos cirúrgicos estéticos, de acordo com relatório divulgado pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS). Os dados, referentes a 2013, apontaram que o país foi responsável por 1,49 milhão de cirurgias no ano passado, 12,9% do total mundial, que foi de 11,5 milhões. O país ficou na primeira posição na realização de lipoaspiração (que retira gordura de regiões específicas do corpo) aumento das mamas e a correção de seios.

Luiz Perez, diretor de Marketing e Novos Negócios da Pró-Corpo Estética Avançada, rede que registrou 36% de crescimento no primeiro semestre de 2015, explica esse movimento:

O que se nota é uma migração da demanda de procedimentos cirúrgicos, que são mais complexos e caros, para o mercado de estética, que tem oferecido tratamentos seguros, acessíveis e cada vez mais eficazes. A classe média brasileira passou a ter acesso aos serviços estéticos e, com isso, pôde comprovar que cuidar de si mesmo traz ganhos de autoestima e confiança. A vontade de cuidar da saúde e da beleza vai continuar em alta por um bom tempo (NEGÓCIO ESTÉTICA, 2017, p. 1).

Ainda sobre pesquisa divulgada pelo mercado da estética, na categoria de procedimentos estéticos não cirúrgicos, como a aplicação de toxina botulínica, (composto aplicado para ajudar a suavizar marcas e linhas de expressão no rosto), os Estados Unidos lideram o ranking com 21,4% dos 11.874.937 casos de 2013. O Brasil fica em segundo lugar, com 5,5% do total. Na soma de procedimentos cirúrgicos e não cirúrgicos, os EUA lideram o *ranking* global, com o Brasil na vice-liderança. Ainda segundo o documento, as mulheres foram as que mais procuraram especialistas no ano passado e passaram por algum processo estético (87,2%).

A figura abaixo destaca a cirurgia plástica, apontando os seus avanços, mas ao mesmo tempo, estabelece um cuidado ao se tratar de excessos. Os padrões de beleza socialmente aceitáveis, estão levando as pessoas a práticas estéticas desordenadas, cirurgias e intervenções estéticas compulsivas, na tentativa de alcançar estes padrões impostos pela sociedade.



FIGURA 05: Capa da 1741 º edição.
Fonte: Revista Veja, 06.03.2002.

Segundo a ISAPS (2005), a cirurgia plástica estética, é realizada para dar uma nova forma a estruturas normais do corpo com o objetivo de melhorar a aparência do paciente e sua autoestima.

A mídia tornou-se uma aliada e uma feroz orientadora de como a mulher deve fazer para se manter dentro dos padrões estéticos. Foi com a imprensa especializada que o público feminino teve mais acesso à evolução estética e cosmética, tomando ciência dos novos tratamentos embelezadores e rejuvenescedores, das novas técnicas estéticas e das clínicas especializadas que podem tornar possível alguns procedimentos. O comportamento social adequado, refletido na imprensa dirigida ao público feminino, começou a ganhar força devido à chegada da indústria de cosméticos e à preferência da revista como veículo de excelência desse público (RODRIGUES, 2011).



FIGURA 06: Capa da 2067ª edição.
Fonte: Revista Veja, 02.07.2008.

Se tratando dos limites do “Estica e Puxa”, como aborda a figura 06, Castro (2011) relata a oposição entre “utilidade x futilidade”, apontando a ideia de necessidade e motivação para a realização das cirurgias, fazer a cirurgia plástica pura e simplesmente para modelar o corpo e aproximá-lo de um ideal de beleza se choca com os princípios de valorização da noção de utilidade e desvalorização do fútil e efêmero. Percebemos muitas estratégias utilizadas, pelas revistas e veículos que esboçam estes temas, como por exemplo o conhecido ANTES e DEPOIS é um recurso bastante

recorrente, além da divulgação de testemunhos e depoimentos pessoais sobre as mudanças provocadas após a cirurgia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade contemporânea assiste deslumbrada à passagem dos “corpos ideais”, que invadem progressivamente todos os espaços da vida moderna. A expectativa de corpo das pessoas em relação a esses padrões de beleza é o que provavelmente interliga uma variedade de fenômenos cada vez mais comuns.

Os padrões estéticos mudam de uma cultura para outra. Na Idade Média até final do século XIX valorizava-se um corpo gordo (pois o mesmo transmitia a ideia de força e saúde, ou ainda, um corpo bem nutrido). A partir do início do século XX o padrão de beleza corporal começa a mudar mais rapidamente influenciado por um momento de embate entre corpo real e corpo belo.

Finalmente no início do século XXI a mulher molda seu corpo como quer, através de ginástica, de cirurgia plástica e demonstrando uma preocupação com uma alimentação consciente.

Nosso estudo limitou-se a observar as capas de um veículo de mídia impressa, a revista Veja, cujo objetivo foi analisar as imagens procurando compreender o processo da influência especialmente no que tange à divulgação de um padrão corporal, sendo ele por prática de exercícios físicos, alimentação controlada e intervenções estéticas e plásticas.

A discussão sobre a influência da mídia sobre a sociedade tem sido realizada de maneira constante. Esta revista tem circulação nacional, ou seja, atinge um público leitor que certamente apresenta uma grande diversidade em termos de raças, hábitos de vida, realidade cotidiana, entre outros.

Acreditamos que a Educação Física pode e deve contribuir mais amplamente na relação mídia-sociedade, oferecendo às pessoas subsídios sobre atividade física, saúde, qualidade de vida, alimentação, propondo uma discussão mais aprofundada sobre as informações veiculadas pela mídia. Num país rico em diversidades, buscar e divulgar um padrão único de beleza nos parece uma ação empobrecedora de nossa cultura e de nossa realidade. Discutir estes temas dentro da educação física será uma ação enriquecedora, oferecendo subsídios para que se possa pensar qual o corpo se

quer ter, até que ponto e como o corpo se transforma em uma produção social, calcado em valores atrelados à ideia do espetáculo, da exposição e do mercado.

Portanto, a excessiva busca pelo corpo ideal padronizado pela sociedade faz com que as pessoas busquem cada vez mais por modificações que as elevem para tal padrão, seja através de atividades e exercícios físicos, pelas dietas restritas ou alterações diante de intervenções estéticas. É importante salientar que nos últimos anos houve o crescimento da indústria cosmética, bem como a grande exposição de imagens relacionadas a este tema durante o período pesquisado, reforçando tal categoria como importante aliada para a eficácia na busca desse objetivo corporal. Outrossim, é necessário avaliar o corpo para além do exterior, buscando e tendo a saúde como principal método para se alcançar o corpo ideal.

REFERÊNCIAS

CASTRO, A. L. Saúde e estética: a medicalização da beleza. **Rev. Eletr. de Com. Inf. Inov. Saúde**, v. 5, n. 4, p. 14-23, 2011.

CHAUD, D. M. A.; MARCHIONI, D. M. L. Nutrição e Mídia: uma Combinação às Vezes Indigesta. **Revista Higiene Alimentar**, v. 2, n. 1, p. 18-22, 2004.

CORBIN, A. **História do Corpo**. In: CORBIN, A. COURTINE, J. ; VIGARELLO, G.(Org.). Petrópolis: Editora Vozes, 2008.p. 441-486.

COSTA, A. P.; MOURA, G. F.; GOMES, E. T. Uso de Medicamentos Inibidores do Apetite a Curto Prazo: Um Estudo Descritivo das Discentes do Curso de Enfermagem do Centro Universitário do Leste de Minas Gerais - Unileste-MG. **Revista Enfermagem Integrada**, v. 1, n. 1, p. 49-58, 2008.

ESTEVÃO, A; BAGRICHEVSKY, M. Cultura da “Corpolatria” e *Body-building*: Notas para Reflexão. **Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte**, n. 3, p.13-25, 2004.

FARIAS, S. J. S. S.; FORTES, R. C.;FAZZIO, D. M. G. Análise da Composição Nutricional de Dietas da Moda Divulgadas por Revistas Não Científicas. **Revista Nutrire**, v. 39, n2,p 197-202, 2014.

FONTES, J. B. Lazer e Ciências Sociais. In: SOARES, C. L..(Org). **O Corpo e sua Sombra**. São Paulo: Editora Autores Associados LTDA, 2006.

FROIS, Érica *et al.* **Mídias e a imagem corporal na adolescência: o corpo em discussão.** Psicologia em Estudo, Maringá, v.16, n.1, p.71-77, mar.2011. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/pe/v16n1/a09v16n1.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2014.

FURTADO, R. B. **Do Fitness ao Wellness: os Três Estágios de Desenvolvimento das Academias de Ginástica.** Pensar a Prática, v. 12, n. 1, p. 01-08, 2009.

GASTALDO, E. **“A mais gaúcha de todas as Copas”:** identidades brasileiras e imprensa esportiva na Copa do Mundo. Disponível em: <http://www.utp.br/interin/artigos/06_Gastaldo-Leistner_tematicalivre.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2015.

_____. **Pátrias, chuteiras e propagandas:** o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo. São Paulo: Annablume, 2002.

GASTALDO, E.; GUEDES, S. (Orgs.). Nações em campo: Copa do Mundo e identidade nacional. Niterói: **Intertexto**, 2006.

GONÇALVES, A. S; AZEVEDO, A. A. A Re-significação do corpo, pela Educação Física Escolar, face ao estereotipo construído na contemporaneidade. **Revista Pensar a Prática**, v.10, n.2,2007.

GUEDES, D. Programas de controle de peso corporal. Atividade física e nutrição. **Rev. Min. Educ. Fís.**, Viçosa. Vol. 10. Num. 1. p. 64-94. 2002.

GRUPO ABRIL. **Quem Somos. Missão e Valores.** Disponível em:<<http://grupoabril.com.br/>>. Acesso em: 18 out. 2015.

ISAPS. Sociedade **Internacional de Cirurgia Plástica.** Disponível em :<<http://www.isaps.org/pt/>>. Acesso em : 18 de out. 2015.

MAGALHÃES, C.H F. Breve Histórico da Educação Física e Suas Tendências Atuais a Partir da Identificação de Algumas Tendências de Ideais e Ideias de Tendências. **Revista da Educação Física da UEM**, Maringá, v. 16, n. 1, p. 91-102, 1. sem. 2005

MARZANO-PARISOLI, M. M. **Pensar o corpo.** Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

NEGÓCIO ESTÉTICA. **Demanda por cirurgia plástica migra para o mercado de tratamentos estéticos.** Disponível em:< <http://negocioestetica.com.br/site/demanda-por-cirurgia-plastica-migra-para-o-mercado-de-tratamentos-esteticos/>>. Acesso em: 18 out. 2017.

PALMA, A. Educação Física, corpo e saúde. Uma reflexão sobre outros “modos de olhar”. **Revista Brasileira de Ciência e Esporte**, v. 22, n.2, p. 23-29, 2001.

PEREZ, Luiz. **Mercado da Estética.** Negócio Estética. Disponível em:<<http://www.negocioestetica.com.br/>>. Acesso em: 16 out. 2015.

RODRIGUES, F. **Eternamente Jovem: Os Produtos Estéticos e a Especificidade Científica da Informação**. VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2011.

ROSA, J. T. V, ASSIS, M. R. A Expectativa dos Freqüentadores de Academia em Relação ao Corpo do Professor de Educação Física. **Revista Corpus et Scientia**, v.9, n. 1,p. 79-88,2013.

PEREIRA, J.R; MATA, J. I. S.; BISPO, T. C. F. Percepção de um Corpo Saudável para Homens que Frequentam Academias de Musculação. **Revista Enfermagem Contemporânea**, v. 02, n.1, p. 3-18, 2013.

PINTO, L. M. S. M. **Em busca do corpo esportista brincante**. In. Secretaria Municipal de Esportes - Prefeitura de Belo Horizonte. O Lúdico e Políticas Públicas, Realidade e Perspectivas. Belo Horizonte. SEMES/PBH, 1995. p. 99.

PRONI, M. **A metamorfose do futebol**. São Paulo: Unicamp, 2000.

RUBIO, K. **O atleta e o mito do herói**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

_____. O imaginário da derrota no esporte contemporâneo. **Psicologia e Sociedade**, Florianópolis, v. 18, n. 1, p. 86-91, jan./abr. 2006.

RIBEIRO, L. (Org.). **Futebol e globalização**. São Paulo: Fontoura, 2007.

SABINO, C. 309f. **O peso da forma: cotidiano e uso de drogas entre fisiculturistas**. 2004. Tese (Doutorado em Antropologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

SANT'ANNA, D. B. Lazer e Ciências Sociais. In: BRUHNS, H. T.(Org). Entre a serpente e a toupeira: transitando pelas ideias de Foucault e Deleuze. **Chronos**, 2002. p.41-56.

_____. Corpo e História. In: SOARES, C. L. (Org.). **É Possível Realizar uma História do Corpo**. São Paulo: Editora Autores Associados LTDA, 2006.

_____. Políticas do Corpo. **Cuidados de Si e Embelezamento Feminino: Fragmentos para uma história do corpo no Brasil**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p.

_____. Políticas do Corpo. In: COURTINE, J. J. (Org.). **Os Stakhanovistas do Narcisismo: Body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SANTOS, S. F. SALLES, A.D. Antropologia de uma academia de musculação: um olhar sobre o corpo e um espaço de representação social. **Revista Brasileira de Educação Física Esporte**, São Paulo, v.23, n.2, p.87-102, abr./jun. 2009.

SOARES, C. L. **Corpo e História**. In: SOARES, C. L. (Org). São Paulo: Editora Autores Associados LTDA, 2006.p.180. **Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS)**. Disponível em:< <http://www.isaps.org/>>. Acesso em: 16 out. 2015.

SUDO, N.; LUZ, M. O gordo em pauta: representações do ser gordo em revistas semanais. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v.12, n.4, p.1033-40, 2007.

TRINCA, Tatiane. **O corpo-imagem na “cultura do consumo”: uma análise histórico-social sobre a supremacia da aparência no capitalismo avançado**. 2008, 154f. Dissertação de Mestrado (Pós-Graduação em Ciências Sociais)- Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2008.

VASCONCELOS, N. A.; SUDO, I.; SUDO, N. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, v. 4, n. 1, p. 65-93, 2004.

VIGARELLO, G. PORTER, R. História do Corpo. In: CORBIN, A. COURTINE, J.; VIGARELLO, G.(Org.). **Corpo, saúde e doenças**. Petrópolis: Editoras Vozes, 2008.