



A beleza da mulher nas páginas da *Revista Claudia* desde a década de 1960: a identidade atribuída à figura feminina¹

Gabrielle Vivian Bittelbrun²

Resumo

A pesquisa pretendeu apontar a maneira como as técnicas e os discursos jornalísticos, bem como os meios publicitários, influenciam na auto-percepção e na construção da identidade da mulher, especialmente no que envolve as questões de beleza. O estudo foi baseado na análise de dez exemplares da *Revista Claudia*, desde a década de 1960 até os anos 2000, sem ignorar, porém, os aspectos culturais e contextuais que permeiam a questão. Para tanto, contou-se com uma bibliografia notável no assunto, além da seleção de exemplares da revista entre os meses de novembro a março, acreditando-se que, nesse período próximo ao verão, há mais preocupações estéticas, além de discursos carregados de “apelo ao corpo ideal”, configurados atualmente como um aspecto marcante na identidade atribuída à figura da mulher.

Palavras-chave

Corpo. Comunicação. *Revista Claudia*.

Introdução

O corpo, bem como as questões que o envolve, tais como os padrões de beleza e a moda, não vem sendo abordado de maneira profunda pelos meios de comunicação na atualidade, o que não deveria acontecer, uma vez que, por trás das questões corporais, revelam-se questões sociais, históricas, econômicas e culturais, passando desde medicina à arte, da história à antropologia e, como se verá ainda, permeando também as questões jornalísticas³.

Mesmo assim, a temática estética é mencionada à exaustão e, ainda que existam diferentes padrões de beleza, que podem conviver inclusive em uma mesma época, nas últimas décadas despontou uma gama de cuidados inédita em relação à beleza do corpo, com o desenvolvimento da cosmetologia, da indústria da moda, das academias, das clínicas estéticas, enfim, dos infinitos aprimoramentos, que culminaram em novas

¹ Trabalho apresentado ao X Intercom da Região Sul, na Divisão Temática de Jornalismo.

² Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru, apresentando este trabalho, que foi orientado pelo Prof. Dr. Claudio Bertolli Filho, como projeto de conclusão de curso. Pesquisadora bolsista no ano de 2008 pela FAPESP, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, com o trabalho, orientado pela Profa. Dra. Maria Angélica Seabra Martins, “Análise comparativa dos aspectos discursivos dos padrões femininos de beleza entre os séculos XVI e XVII e XX e XXI”. Endereço eletrônico: gabrielle.vb@hotmail.com

³ SANT’ANNA, 1995, p. 121-139.



cobranças e no direcionamento de um modelo em especial, o da juventude e da magreza, especialmente para a mulher, historicamente associada à beleza e perfeição⁴.

Evidencia-se que, enquanto a sociedade caminhou para uma maior autonomia do indivíduo, bem como do sexo feminino, notadamente nas últimas quatro décadas, promovendo conquistas como o divórcio, o método contraceptivo, além da inserção da mulher no mercado de trabalho; as responsabilidades estéticas, em que qualquer desvio é mal visto socialmente, trouxeram novas inquietações. Assim, comparando-se os dias de hoje com os anos de 1960, por exemplo, se por um lado o corpo feminino se liberou, em porte e movimento, e ficou mais leve, por outro, as preocupações estéticas passaram a pesar incrivelmente sobre as identidades do gênero em questão.

No que tange a tais aspectos, a *Revista Claudia*, considerada a mais antiga e relevante revista feminina em circulação atualmente no Brasil, pode ser um belo palco de análise, pois aborda uma série de questões do universo feminino. Admite-se que o veículo, composto tanto por matérias jornalísticas como por anúncios publicitários, pode apontar as principais transformações estéticas que culminaram com o corpo valorizado atualmente, além dos aspectos referentes ao assunto, afinal,

com as conquistas das últimas décadas, parece que as mulheres ficaram mais estressadas, mais competitivas, mais preocupadas com as necessidades que não ocupavam tanto as de antigamente, como dinheiro, consumo, sucesso, carreira. Elas criam novos desejos, novas ambições e novas culpas⁵.

Referencial teórico

Perguntem a um sapo o que é beleza, o verdadeiro belo, o *to kalón*. Ele responderá que consiste em sua fêmea, com seus dois belos olhões redondos que se destacam na cabeça pequena, a garganta larga e chata, o ventre amarelo e o dorso escuro. Interroguem o diabo: dirá que o belo é um par de chifres, quatro patas em garra e um rabo⁶.

A preocupação estética sempre esteve presente nas sociedades, notadamente na ocidental, o que é representado pelas obras artísticas desde a Antiguidade. Porém, citando Voltaire, Eco⁷ pretendia dizer que, apesar da busca por modelos estéticos estáveis, os conceitos de beleza envolvem não apenas os juízos de valor, como também critérios políticos, sociais e econômicos. Ainda que haja, portanto, uma linha em

⁴ VIGARELLO, 2006.

⁵ GOLDENBERG, 2000, p. 131.

⁶ VOLTAIRE, 1764 apud ECO, 2003, p. 10.

⁷ ECO, 2003, p. 10.



comum entre o que foi admitido como beleza nas diferentes épocas, os meios sociais têm diversas concepções do que é belo, e a regulação social dos padrões estéticos sofre variações históricas.

Essa ideia é claramente evidenciada quando se observa as valorizações em relação ao corpo, meio de interação entre o homem e o mundo exterior, e que atualmente se configura entre as principais demonstrações da beleza. Segundo Mauss⁸, “há uma construção cultural do corpo, com uma valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento a outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade”. Como apontou Sant’Anna⁹, “o corpo não cessa de ser (re)fabricado ao longo do tempo”. Dessa maneira, para se compreender as concepções estéticas atuais em que o corpo está imerso, é necessário localizar determinadas representações de beleza e práticas corporais, “pois o corpo é, ele próprio, um processo”¹⁰.

O corpo atual, incessantemente trabalhado por exercícios físicos e cirurgias plásticas, por exemplo, era impensado na Idade Média, quando qualquer artifício ou recurso corporal poderia ser considerado uma blasfêmia¹¹, já que o corpo era um dom divino¹².

Porém, após a Revolução Industrial, seguiram-se uma série de transformações nas concepções sociais. Antes considerado o meio de produção, anônimo, disciplinado, como a peça de uma máquina, o corpo é liberado das atividades brutas e se “civiliza” também pelo enfraquecimento das tradições, e ainda pelos ideais de liberdade propostos pela Revolução Francesa¹³.

Além disso, o desenvolvimento da lógica capitalista faz com que cada indivíduo tome posse de seu próprio corpo. Para tanto, conta-se com o apoio do desenvolvimento das ciências, da medicina e da psicologia que fazem com que, a partir do século XIX, o homem deixe de ser um todo intocado e parte integrante do mundo.

A partir de então, desenvolve-se o caráter individualista na sociedade, que propõe hábitos e cuidados com o corpo¹⁴. Lipovetsky aponta a importância da moda nesse processo:

⁸ MAUSS, 1974 apud GOLDENBERG, 2005, p. 35.

⁹ SANT’ANNA, 1995, p. 121-139, p. 12.

¹⁰ SANT’ANNA, 1995, p. 121-139, p. 13.

¹¹ NOVAES, 2006a, p. 49.

¹² VIGARELLO, 2006.

¹³ NOVAES, 2006a, p. 48.

¹⁴ NOVAES, 2006a, p. 54.



[...] no momento mesmo em que a moda não cessa de acelerar sua legislação fugidia, de invadir novas esferas, de arrebatara em sua órbita todas as camadas sociais, todos os grupos de idade, deixa impassíveis aqueles que têm vocação de elucidar as forças e o funcionamento das sociedades modernas¹⁵.

O vestuário é um instrumento importante na questão, tornando-se uma teatralidade do corpo na medida em que o mascara, transmitindo símbolos e valores, caracterizando a personalidade do indivíduo. No entanto, a moda vai muito além do vestuário ou dos acessórios sendo que, neste trabalho, ela será admitida como um meio de compreender as transformações sócio-culturais, um “agente supremo” na sociedade individualista, democrática e moderna, um fenômeno social, que propõe comportamentos, tais como o investimento em técnicas e atributos corporais, além de propor uma nova postura na sociedade, de valorização à novidade, à juventude e ao indivíduo em si mesmo.

Enfim, diante de tais aspectos, surge a ideia de um corpo fechado, que deve ser trabalhado e cuidado, desafiando uma nova aparência, sempre inesperada e jovem. Como última etapa determinante na concepção corporal atual, despontaram as evoluções tecnológicas, com a revolução das técnicas estéticas, que envolvem cosméticos, clínicas de beleza, academias, especialistas da saúde, entre médicos nutricionistas e *personal trainers*, além da indústria da moda e das clínicas estéticas.

Tanto aparato levaria o corpo ao auge da “civilidade”, reforçado pelas representações imagéticas e pelos discursos dos meios de comunicação, que carregaram o corpo de aspectos simbólicos e culturais de maneira inédita¹⁶.

Com esse breve apanhado, pretendeu-se apontar algumas questões que foram de fundamental importância para que se chegasse ao corpo belo de hoje. No entanto, ressalta-se também que, diante desse processo, não há como analisar o todo cultural da sociedade ocidental que culminou com os padrões corporais atuais.

Mesmo assim, a intenção desta pesquisa foi debater um assunto que merece atenção: os modelos de beleza, notadamente femininos, na sociedade brasileira, bem como suas implicações para a figura da mulher. Admite-se que a insistência social em se associar beleza à feminilidade atravessou séculos e culturas¹⁷, o que faz com que a cobrança em relação ao gênero também seja maior.

¹⁵ LIPOVETSKY, 2007, p. 9.

¹⁶ SANT’ANNA, 1995, p. 18.

¹⁷ SANT’ANNA, 1995, p. 121.



Obviamente, a preocupação com a beleza não se restringe às mulheres. Na atualidade, o homem vem conquistando o direito de se embelezar, também graças aos recursos de clínicas estéticas e tratamentos de beleza direcionados a eles, que compartilham o hiperinvestimento corporal dos dias atuais. Mesmo assim, ainda que a modernidade tenha afrouxado algumas normas tradicionais, permitindo algumas transgressões, a linha divisória entre os sexos permanece, afinal, se os jovens permitem uma liberdade maior na aparência, as idades mais avançadas tendem a ser mais conservadoras¹⁸.

Além disso, certamente “o ideal de beleza não tem o mesmo vigor para os dois sexos, os mesmos efeitos sobre a relação com o corpo, a mesma função na identificação individual, a mesma valorização individual e íntima”¹⁹. Dessa maneira, ainda há uma distinção clara no embelezamento da mulher, que fica consolidada pelos signos exclusivamente femininos, como saias, maquiagens, vestidos e ainda pelo peso que a estética adquire sobre ela.

Assim, ainda que o neonarcisismo, o cuidado extremo do próprio corpo e a autonomia privada atinjam ambos os sexos, e mesmo que a mulher tenha conquistado a igualdade em muitos aspectos, especialmente a partir da década de 1960, tais como o direito ao voto, à educação, à procriação livre e ao ingresso em diversas atividades profissionais, o sexo feminino conserva “[...] o privilégio ancestral da coqueteria e da sedução”²⁰. Convém ressaltar que a elas se restringe o olhar analítico e a responsabilidade quanto à beleza, o que implica em inúmeros e contínuos cuidados em relação ao próprio corpo.

Para estudar tais considerações, contou-se com o apoio de estudiosos como Goldenberg²¹, Eco²² e Boas²³, não apenas para se apontar os padrões de estéticos, como ainda para se compreender o papel da mídia nesse processo, afinal, pode-se considerar que a mídia tem tido um papel de destaque no reforço das concepções e comportamentos da sociedade contemporânea²⁴, sendo que, por isso, tomou-se como objeto de estudo a *Revista Claudia*, especificamente, na tentativa de compreender esse

¹⁸ LIPOVESTKY, 2007, p. 131.

¹⁹ LIPOVETSKY, 2007, p. 137.

²⁰ LIPOVESTKY, 2007, p. 135.

²¹ GOLDENBERG, 2005.

²² ECO, 2007.

²³ BOAS, 1996.

²⁴ LIPOVETSKY, 2007.



processo que fez com que os padrões de beleza se tornassem tão determinantes na construção da identidade do gênero.

Método

A preocupação estética pode ser vislumbrada por meio das revistas femininas, que abordam os assuntos do universo da mulher. Diante disso, toma-se como base a análise de dez exemplares da *Revista Claudia*, um meio de comunicação de grande difusão entre as mulheres brasileiras, e que vem apresentando as principais preocupações estéticas do seu público alvo desde quando surgiu, na década de 1960²⁵.

As revistas analisadas se concentram entre os meses de novembro a março, entre os anos de 1968 a 2008, com o objetivo de se traçar um perfil sobre a figura feminina no veículo. A seleção de revistas que permeiam o verão foi feita por se acreditar que trata-se da estação que mais reforça as técnicas de embelezamento, principalmente pela maior exposição do corpo das brasileiras, em praias e clubes.

Mesmo assim, para minimizar as possíveis distorções de conceitos decorrentes da arbitrariedade da escolha do objeto de análise, contou-se com o apoio bibliográfico de estudiosos da figura feminina, bem como dos padrões de beleza e dos aspectos sociais referentes a eles, além de pesquisadores da comunicação.

A Revista Claudia

A seleção de *Claudia* é feita por ser esta é a revista feminina mais antiga e famosa em circulação no Brasil atualmente, alcançando em 2009 a marca de 570 edições, e uma tiragem de cerca de 500 mil exemplares por mês²⁶. O projeto da revista teve início no final da década de 1950, mas *Claudia* surgiu apenas em 1961, com aproximadamente 180 mil exemplares mensais. Contando com o patrocínio de anunciantes de tecido e culinária, a revista pretendia ser uma amiga da leitora, como o próprio nome sugere.

²⁵ LIPOVETSKY, 2007.

²⁶ Vide site oficial Abril:

<http://www.publiabril.com.br/geral_circulacao_revista.php>. Acesso em: 31 out. 2008.



Segundo a obra *A Revista no Brasil*²⁷, *Claudia* surgiu no mercado editorial brasileiro com uma proposta inovadora. Acompanhando a recente tendência do jornalismo no país de se focar em segmentos mais específicos de público, a revista era direcionada, principalmente, para mulheres com a faixa etária entre trinta e cinquenta anos, casadas e de classe média. Portanto, apresentava como temáticas principais as que envolviam a dona-de-casa: a preocupação com a casa e com os filhos, com o marido, e com o corpo, já que era necessário ficar “bonita para o marido”, reforçando ideais tradicionais²⁸.

No entanto, a maior atuação da mulher na sociedade, com o direito ao desquite, ao voto, além da crescente participação feminina nas universidades e ocupando diversas vagas de emprego, fizeram-se necessárias algumas alterações de direcionamento da revista. Dedicando-se mais aos assuntos de comportamento, e de estética, contando ainda com depoimentos de pessoas famosas, a revista garantiu o que é fundamental em veículos impressos, como reforça a obra *O estilo magazine*²⁹: manter a contemporaneidade e a atualidade.

Nesse processo, a revista se segmentou, publicando também *Claudia Cozinha*, *Casa Claudia*, além da extinta *Claudia Moda*. Já a revista original procurou se dirigir a uma mulher pretensamente moderna, emancipada, lançando mão, para isso, de matérias jornalísticas que fossem ser envolventes e que garantissem um público fiel.

Desse modo, hoje se tem uma revista dirigida às mulheres de classe média, dos vinte aos cinquenta anos, principalmente. Em uma observação sobre seus exemplares, desde a década de 1960 aos dias atuais, admite-se a dedicação à temática estética, propondo, a cada edição, uma série de dicas para se manter “bela e jovem”.

A identidade da mulher atribuída por *Claudia*

Na verdade, nota-se, por meio dos discursos, jornalísticos e publicitários em *Claudia*, que as técnicas de embelezamento interiorizam-se, tornando-se verdadeiras normas de controle de conduta³⁰. Afinal, por meio da análise das matérias de *Claudia*, nota-se que, ao mesmo tempo em que se propõe uma infinidade de cosméticos, das práticas de emagrecimento e rejuvenescimento, conferindo mais independência e

²⁷ A REVISTA no Brasil, 2000.

²⁸ SANT’ANNA, 1995, p. 136.

²⁹ BOAS, 1996.

³⁰ SANT’ANNA, 1995, p. 14.



liberdade quanto à aparência³¹, “as liberdades adquiridas pelo corpo implicam necessariamente em novas responsabilidades assumidas”³².

Desse modo, na medida em que são muitos os aspectos no corpo que devem ser vigiados, a feiúra ameaça a surgir a todo o tempo. O corpo da mulher é posicionado em uma constante “zona de risco”, sendo que “um simples descascado no esmalte, uma maquiagem fora do tom, uma depilação por fazer, o uso de uma roupa fora das últimas tendências da moda ou uma raiz mal feita já são aspectos suficientes para emergirem duras críticas à sua imagem”³³.

Em *Claudia* nota-se que, especialmente nas últimas duas décadas, o corpo passou a ser um meio de revelar a personalidade do indivíduo por meio de práticas e técnicas de que se lança mão, e que atribuem uma extensa gama de valores simbólicos, entre eles obstinação e perseverança³⁴.

Assim, seja por meio do investimento em dietas, exercícios físicos ou cirurgias plásticas, ou ainda por meio da teatralidade conferida pelos vestuários e acessórios, o corpo vem denotando cada vez mais importância na construção da identidade, especialmente entre as mulheres, e o discurso de *Claudia* no decorrer das décadas vem reforçando isso, seja pelas práticas estéticas que propõe, seja pela associação entre as pessoas bem sucedidas nos padrões atuais com sucesso e felicidade.

Na verdade, os corpos magérrimos, jovens e malhados que *Claudia* vem revelando nas últimas décadas não se aproximam ao biótipo da mulher comum brasileira, de quadris largos e formas arredondadas. Assim sendo, para se atingir o ideal imposto, é necessária uma série de privações alimentares, assim como desprendimento de tempo e dinheiro, o que a revista nem sempre considera. Apenas se aponta o dever de persistência na busca pelo corpo ideal, sendo que qualquer desvio a ele é classificado como desleixo, característica que pode ser observada desde a década de 1980 na revista.

Enfim, na busca pela aceitação social, “o corpo, neste início de século, é eleito o centro das atenções, objeto fetiche do consumo”³⁵. Portanto, o corpo investido, esculpido, fabricado e produzido, é admitido como belo e digno de ser admirado e buscado.

³¹ LIPOVESTKY, 2007, p. 136.

³² SANT'ANNA, 1995, p. 15.

³³ NOVAES, 2006a, p.71.

³⁴ NOVAES, 2006a, p. 71.

³⁵ NOVAES, 2006a, p. 86.



A mídia, nessa conjuntura, adquire um papel fundamental na medida em que difunde o corpo a ser valorizado, sendo a personificação do que é ou do que deve ser o senso comum. Assim como a publicidade, os meios jornalísticos surgem como uma instituição disciplinar, guiando comportamentos e condutas³⁶, além de proporem os olhares sobre si mesmo e sobre os outros³⁷.

Dessa maneira, no centro do que é admitido como beleza, está o corpo, com uma importância nunca antes vista, “uma profundidade outrora inimaginável e uma complexidade antes freqüentemente negada”³⁸. Em tais termos, ele atua como um instrumento determinante nas relações sociais pois, “é um símbolo da sociedade e toda ameaça sobre sua forma afeta simbolicamente o vínculo social” e, por isso, “pensar o corpo é outra maneira de pensar o mundo”³⁹.

Comparando-se, então, um exemplar de *Claudia* de dezembro de 1968⁴⁰, com um exemplar de março de 2008⁴¹, nota-se que os modelos femininos de beleza difundidos atualmente pouco correspondem aos ideais libertários reivindicados na década de 1960. Afinal, as inúmeras cobranças no que tange à beleza fazem com que um grau de insegurança quanto à imagem permeie as identidades femininas, que tentam a todo o tempo seguir o que é proposto, o que pode ser confirmado pelo grande sucesso de *Claudia*.

Na verdade, um veículo como esse atua como um dos meios que garantem as concepções atuais e podem revelar como se deu esse processo que beira à homogeneização dos critérios estéticos e à busca incessante pelo seguimento das normas; daí a importância de se estudar uma revista como *Claudia*.

Afinal, a revista comprova o sucesso em associar o estilo, compreendido como ritmo, jeito, equilíbrio, linguagem, apresentação, símbolos, ética, personalidade e a forma de linguagem, atingindo suas leitoras e garantindo o seu grande espaço no mercado editorial⁴².

O interesse por tal estudo ocorreu porque, apesar da moda e do corpo, bem como as questões que o envolvem, tornarem-se grandes preocupações do universo feminino,

³⁶ LIPOVESTKY, 2007, p. 192.

³⁷ LIPOVETSKY, 2007, p. 136.

³⁸ SANT'ANNA, 1995, p. 137.

³⁹ BRETON, 1995, p. 49-67, p. 65.

⁴⁰ CLAUDIA, n. 87, dez.1968.

⁴¹ CLAUDIA, n.3, mar. 2008.

⁴² BOAS, 1996.



notadamente a partir da década de 1960, poucos são os trabalhos acadêmicos que conferem à essa temática a dimensão necessária.

Sant'Anna⁴³ lembra que a história do embelezamento em si, que é diretamente ligada tanto às questões corporais como às questões da moda, permeia diversas esferas, tais como a medicina, o esporte, e a higiene e, no entanto, é uma área pouco explorada, ainda que heterogênea e que trata de uma preocupação ao mesmo tempo antiga e contemporânea.

Na verdade, um conjunto diversificado de registros do “gesto que embeleza” permanece dormente nos arquivos: teses, artigos, congressos de cosmetologia, manuais de beleza, guias de boa forma, anúncios publicitários e conselhos publicados em revistas, almanaques e jornais [...]⁴⁴.

Mesmo assim, como ainda afirma a autora, essa abundante documentação encontra-se dispersa, o que não deveria acontecer já que, “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 lugar de destaque”⁴⁵.

Lipovetsky⁴⁶ afirma que há um descaso também em relação à moda, pois, ainda que esteja por toda a parte “na rua, na indústria e na mídia” e que esteja relacionada a quase todas as esferas da atualidade, essa temática nunca foi digna de credibilidade, especialmente no mundo intelectual, e sempre foi vista como um assunto não-sério, algo socialmente inferior e superficial.

No entanto, ignorar as concepções estéticas parece ser um grande erro também porque o corpo é “resultado provisório das convergências entre técnica e sociedade, sentimentos e objetos, ele pertence menos à natureza do que à história”⁴⁷. Dessa maneira, o corpo pode evidenciar inúmeros aspectos de uma sociedade, na medida em que ele é carregado de símbolos.

Assim, ver as questões de beleza, tanto em relação à moda como ao corpo, apenas como vaidade ou como busca pelo bem-estar, revela-se tão errado como admitir tais questões como mera alienação ou como uma preocupação supérflua. Sant'Anna⁴⁸ admitiu ainda que o conhecimento que envolve o corpo “é interminável tanto quanto são

⁴³ SANT'ANNA, 1995, p. 121.

⁴⁴ SANT'ANNA, 1995.

⁴⁵ SANT'ANNA, 1995, p. 122.

⁴⁶ LIPOVETSKY, 2007, p. 9.

⁴⁷ SANT'ANNA, 1995, p. 12.

⁴⁸ SANT'ANNA, 1995, p. 13.



diversificadas as bases culturais que, da medicina à religião, passando pela filosofia e pela antropologia, o constituem e o transformam” e ainda envolve, nesse processo, como já se viu, as questões midiáticas.

No entanto, avalia-se que a temática estética pode não se revelar interessante para a indústria da beleza, admitindo-a como as indústrias da moda e dos cosméticos, as academias, e mesmo as clínicas estéticas, e nem para os meios de comunicação, uma vez que a preocupação com o corpo e com a beleza tem se revelado como a base de um grande sucesso mercadológico, como é reforçado pela grande tiragem de *Claudia*.

Porém, um dos resultados da assimilação sem debate das questões de beleza é a busca insaciável pelo corpo perfeito, dentro dos padrões da moda, gerando frustrações e insatisfações que levam aos “males da modernidade”, tais como os distúrbios alimentares. A atual obsessão pelas cirurgias plásticas estéticas também pode ser atribuída, entre outros fatores, pela falta de debate que envolve o universo estético, e a banalização desse recurso pode levar até à morte⁴⁹.

Assim, na medida em que as normas estéticas adquirem um caráter um tanto tirânico e tornam-se motivo de frustração psicológica e até de mutilações corporais⁵⁰ - com as cirurgias estéticas - passa a ser indispensável a revisão de alguns aspectos das concepções de beleza atuais e de seus impactos no dia-a-dia da mulher, sendo as revistas femininas, no caso específico da *Claudia*, grandes aliadas nesse estudo.

Reforça-se que a intenção desta pesquisa foi promover a discussão, uma vez que muitas leitoras seguem os “conselhos” em relação à beleza, sem ao menos refletir sobre as implicações mais profundas. Assim,

as práticas comunicativas geram hábitos e promovem regularidades que os atores sociais desenvolvem, às vezes até de maneira automatizada, na medida em que interiorizam comportamentos e modelos ou padrões de reação diante das referências comunicativas. Às vezes, o mais difícil de modificar são precisamente esses costumes coletivos e individuais frente às referências informativas, midiáticas e não-midiáticas [...].⁵¹

⁴⁹ NOVAES, 2006a, p. 223.

⁵⁰ STROZENBERG, 2006 apud NOVAES, 2006a, p.19.

⁵¹ GOMEZ apud MORAES, 2006, p. 88.



Considerações finais

Nota-se que o impacto da moda do culto ao corpo sobre a sociedade só pode ser evidenciado a partir da compreensão da maneira como seus discursos são interpretados pelos indivíduos que atribuem um significado a eles⁵². Obviamente, ressalta-se que as mulheres não absorvem passivas aos discursos e às práticas corporais, mas sempre os interpretam e reelaboram, na medida em que toda decodificação é uma leitura e a experiência corporal é sempre modificada pela experiência da cultura⁵³. No entanto, é imprescindível considerar e questionar alguns aspectos que envolvem as questões corporais, bem como suas transcendências, afinal,

assiste-se a uma proliferação inédita das imagens do corpo produzidas pela modernidade tecnocientífica. Em nossos dias, esta multiplicidade de imagens se condensa na mídia, onde reinam superfícies lisas, fragmentadas, peles de luz e de papel. Como se elas tivessem ganho a dimensão do mundo. Nesse nível de hiper-realidade e, ao mesmo tempo, de paixão por estéticas milimetricamente calculadas, poderíamos ainda falar em corpos? De que maneira somos hoje afetados por aqueles vestígios de corpos, ou ainda corpos feitos de pura luz?⁵⁴

Portanto, pretendeu-se questionar até que ponto as mulheres atuais “independentes” não estão, na verdade, aprisionadas em suas próprias “carcaças”, vazias em si mesmas, com suas frustrações e medos, uma vez que a observação da *Revista Claudia* vem denunciando o mundo contemporâneo como “um mundo transparente, inabitável e sem espaço, no qual os corpos, sem gravidade, estão simplesmente na imagem. Corpos inocentes, mas que nos afetam, e no entanto, não nos imitam nem nos repetem”⁵⁵. Na verdade, o que parece é que as mulheres que estampam as páginas de *Claudia* são menos um reflexo do que as mulheres brasileiras são de fato, e mais o que a sociedade busca, freneticamente, ser.

⁵² NOVAES, 2006b,

⁵³ NOVAES, 2006a, p. 74.

⁵⁴ SANT’ANNA, 1995, p. 18.

⁵⁵ SANT’ANNA, 1995, p. 18.



Referências bibliográficas

ABRIL. **Perfil**. Disponível em:

<http://www.abril.com.br/br/conhecendo/conteudo_43899.shtml>. Acesso em: 31 out. 2008.

_____. **Tabela geral de circulação**. Análise e programação: Luiz Lugato. Atualização de dados entre julho e setembro. Disponível em:

<http://www.publiabril.com.br/geral_circulacao_revista.php>. Acesso em: 31 out. 2008.

A REVISTA no Brasil. São Paulo: Abril, 2000.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BOAS, Sérgio Vilas. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.

BADINTER, Elizabeth. **Um é o outro**. Tradução de Carlota Gomes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

BARROS, Diana Luz Pessoa; FIORIN, José Luiz. **Dialogismo, polifonia e intertextualidade**. São Paulo: Edusp, 1999.

BARTHES, R. **O sistema da moda**. Lisboa: Edições 70, s/d.

BRETON, Le Breton. A Síndrome de Frankenstein. In: SANT'ANNA, Denise B. (Org). **Políticas do Corpo**. Tradução de textos em francês Marluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 49-67

CANTARINO, Carolina. A sonhada beleza virtual. **ComCiência**. Campinas, jul. 2006, n. 78. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=15&id=143>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

CLAUDIA. São Paulo: Editora Abril, ano 47, n. 3, p. 92, mar. 2008.

_____. São Paulo: Editora Abril, ano 47, n. 2, fevereiro de 2008.

_____. São Paulo: Editora Abril, ano 40, n. 1, jan. 2001.

_____. São Paulo: Editora Abril, ano 35, n.11, nov. 1996.

_____. São Paulo: Editora Abril, ano 30, n. 11, nov. 1990.

_____. São Paulo: Editora Abril, n. 290, nov. 1985.

_____. São Paulo: Editora Abril, n. 278, nov. 1984.

_____. São Paulo: Editora Abril, n. 218, nov. 1979.

_____. São Paulo: Editora Abril, n. 110, nov. 1970.

_____. São Paulo: Editora Abril, n. 90, mar. 1969.

_____. São Paulo: Editora Abril, n. 87, dez.1968.



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**. Tradução de textos em francês Marluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 81-113

CUCHE, Denys. **A noção de cultura em ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1999, p. 175-202.

ECO, Umberto. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. **História da feiúra**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

FISCHLER, Claude. Obeso Benigno, obeso maligno. In: SANT'ANNA, Denise B. (Org). **Políticas do Corpo**. Tradução de textos em francês Marluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 69- 79

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 2003.

GOLDENBERG, Mirian. **De perto ninguém é normal**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

_____. (Org). **Os novos desejos**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

JUNQUEIRA, Suzana. **6 revolucionárias que fazem parte da história**. Claudia. São Paulo: Editora Abril, ano 47, n. 3, mar. 2008, p. 89-93.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARIUZZO, Patrícia. Diferentes modos de ser belo. **ComCiência**. Campinas, jul. 2006, n. 78. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=15&id=141>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

MORAES, Dênis de (Org). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 88

NOVAES, Joana de V. **O intolerável peso da feiúra**. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio e Garamond Universitária, 2006a.

_____.; VILHENA, Junia. Dormindo com o inimigo. Mulher, feiúra e a busca do corpo perfeito. **ComCiência**. Campinas, jul. 2006b, n. 78. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=15&id=144>>. Acesso em: 13 mai. 2008.

SANT'ANNA, Denise B. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: _____. (Org.). **Políticas do Corpo**. Tradução de textos em francês Marluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 121-139.

PALHARES, Taisa Helena P. Belo: a breve história de uma idéia. **ComCiência**. Campinas, jul. 2006, n. 78. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=15&id=145>>. Acesso em: 24 out. 2008.

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



POCIELLO, Christian. Os desafios da leveza: As práticas corporais em mutação. In: SANT'ANNA, Denise B. (Org). **Políticas do Corpo**. Tradução de textos em francês Marluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 115- 119

QUESADA, Priscila. **Editora Abril: 57 anos de história**. Professional Publish. Edição de mar.-abr. 2007, n. 89. Disponível em:
<<http://www.professionalpublish.com.br/?id=77,1,view,2,8264,sid>>. Acesso em: 31 out. 2008.

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

WEINBERG, Cybelle; CORDÁS, Táki. **Do altar às passarelas. Da anorexia santa à anorexia nervosa**. São Paulo: Annablume, 2006.