

PONTIFÍCIA **U**NIVERSIDADE **C**ATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Gabriela Soares Maia

**O corpo feminino aprisionado nas medidas contemporâneas:
análises de capas da revista Boa forma no período de 2008-
2018**

**Trabalho de Conclusão de Curso
CCE/PUC-Rio- Departamento de Psicologia**

Rio de janeiro

Abril de 2019



Gabriela Soares Maia

**O corpo feminino aprisionado nas medidas contemporâneas:
análises de capas da revista Boa forma no período de 2008-
2018**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programas de Pós-graduação Transtornos alimentares: Obesidade, Anorexia e Bulimia CCE - PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Transtornos Alimentares: Obesidade, Anorexia e Bulimia.

Orientadora: Bárbara Costa Andrada.

**Rio de janeiro
Abril de 2019**

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Gabriela Soares Maia

Graduou-se em Nutrição pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) em 2003. Coursou pós-graduação em fitoterapia pela Instituto Brasileiro de Plantas Mediciniais (IBPM) em 2009. Participa ativamente de congressos na área de Nutrição e qualidade de vida. Atualmente atende em consultório particular em Ipanema-RJ e atua como professora do Centro Valéria Pascoal de Ensino (CVPE-SP).



Gabriela Soares Maia

**O corpo feminino aprisionado nas medidas contemporâneas:
análises de capas da revista Boa forma no período de 2008-
2018**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programas de Pós-graduação Transtornos alimentares: Obesidade, Anorexia e Bulimia CCE/PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Transtornos Alimentares: Obesidade, Anorexia e Bulimia.

Orientadora: Bárbara Costa Andrada.
Psicóloga. Mestre e doutora em Saúde Coletiva. Professora do curso de Especialização em Transtornos Alimentares – CCE/PUC-Rio.

Co-orientadora: Profa.Dra. Dirce de Sá Freire.
Doutora em Psicologia Clínica pela PUC-Rio. Mestre em História pela Université de Paris VII – Jussieu – França. Psicanalista, membro efetivo do Círculo Psicanalítico do Rio de Janeiro – CPRJ. Professora e coordenadora do curso de Pós-graduação em Transtornos Alimentares da CCE- PUC-Rio.

Agradecimentos:

A essa Universidade e seu corpo docente que me proporcionaram adquirir conhecimentos valiosos.

A minha orientadora Bárbara, pelo empenho dedicado na elaboração desse trabalho.

A minha co-orientadora Dirce de Sá Freire por sua disponibilidade em ensinar e transmitir seu precioso conhecimento.

Aos meus colegas da PUC-Rio.

A todos os amigos e familiares que de uma forma ou de outra me estimularam ou me ajudaram

Em especial, ao meu marido Luiz Alberto que me auxilia em todos os momentos demonstrando sua parceria e amor.

RESUMO:

Maia, Gabriela Soares. O corpo feminino aprisionado nas medidas contemporâneas: análises de capas da revista Boa forma no período de 2008-2018. Rio de Janeiro, 2018. 44p. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programas de Pós-graduação Transtornos alimentares: Obesidade, Anorexia e Bulimia CCE – Pontifícia Universidade Católica.

O corpo sempre teve um papel cativo em todas as civilizações e tornou-se parte da história e tradutor de costumes e comportamentos. Atualmente, mais uma vez ele conquista um espaço de extremo destaque, principalmente quando a abordagem é do corpo feminino. Ele está imerso em regras que cabem somente em medidas mínimas, o colocando em um ambiente sufocante e irreal. Esse trabalho teve como objetivo traçar o cenário de como o corpo feminino é representado nas capas da revista Boa forma. Foram analisadas edições mensais entre 2008 e 2018 com foco nas manchetes principais e secundárias. Os resultados mostraram capas com modelos famosas, normalmente atrizes, brancas e magérrimas que reforçam o tanto o esteriótipo da magreza como essencial para o sucesso e realização pessoal quanto o da negatividade associada a excesso de peso num grande movimento a favor da lipofobia. Esse contexto gera uma série de prejuízos sociais e psicológicos que torna as patologias associadas aos transtornos alimentares cada vez mais comuns. Ao final da análise pode ser observado quão grande são os prejuízos gerados pela abordagem da revista e que é necessário um olhar mais empático tanto da sociedade quanto do profissional de saúde para essa questão tão complexa que é o corpo ganhe contornos mais reais. Afinal o corpo carrega sentimentos, histórias, cultura e merece ser respeitado por quem o tem e pelo olhar do outro.

Palavras-chave:

Corpo; revista feminina; corpo saudável; transtorno alimentar; anorexia; lipofobia

SUMÁRIO:

1. Introdução.....	p.01
2. Metodologia	p.08
3. Por dentro da capa	p.09
4. Mas quem, é a personagem (garota) da capa?	p.12
5. A ilusão do “novo”. Será que esse mês vai dar certo?	p.19
6. Alimentos vilões x mocinhos ou pode ser o contrário?.....	p.22
7. A dieta milagrosa e o desafio. O sucesso e o fracasso andam juntos!	p.24
8. O corpo e a luta contra as 24 horas do dia	p.32
9. Com a palavra o especialista!	p.34
10. Conclusão	p.38
11. Referências bibliográficas	p.40

1. INTRODUÇÃO

O corpo ao longo da história é retrato de diversas formas: desnudo, coberto, pintado, tatuado, gordo, magro, trincado, sarado, “fitness” ..., isto é, são muitos os adjetivos que podem descrevê-lo ao decorrer dos séculos que apesar das diferentes representações, sempre teve seu espaço privilegiado garantidos na sociedade. Cada época ditou padrões e conceitos de beleza, comportamentos e regras, se mostrando como tradutor da própria cultura.

A construção cultural do corpo promove uma valorização de certos atributos em detrimento de outros, variando de acordo com o contexto histórico e cultural; em que indivíduos repetem atos e comportamentos que são vistos como “sucesso” na obtenção do corpo desejado, passando a serem aceitos pela sociedade (FREITAS e FREITAS, 2014).

Assim, a representação do corpo pelos séculos passa por grandes mudanças. Os gregos com seus corpos nus e com perfil atlético traduziam saúde e virilidade. A sociedade era focada no masculino, cabendo às mulheres gregas serem obedientes aos pais e posteriormente a seus maridos, além disso, sua saúde reprodutiva era ponto de grande interesse. Nesse sentido, o corpo com mais curvas e mais corpulência conseguiam pretendentes mais interessantes porque traduziam mais fertilidade.

Já no Egito, apesar da mulher ter um lugar relativamente igual ao homem no quesito social passando a ideia de uma aparente igualdade de gênero, o lugar dela na casa, na família com a criação dos filhos é ponto central. Mas a mulher egípcia, diferentemente da grega, não foi enclausurada no privado, podendo perpassar livremente os espaços (BALTHAZAR, 2011). Fisicamente a mulher egípcia tinha um padrão a seguir, devendo ser esbelta, alta, com longas pernas, seios pequenos e longos cabelos negros. Em muitos textos encontram-se mencionados que a gordura não era bem vista e deveria ser evitada (DOS SANTOS, 2005).

Na Idade média com o cristianismo, a Igreja Católica Apostólica Romana é detentora de grande poder, o corpo sexual é desvalorizado e passa a visto como reflexo do pecado e precisa ser coberto. O corpo da mulher é um veículo de perigo! Nesta época, só a espiritualidade deveria ser valorizada e a divisão corpo e alma se mostra de forma clara e forte, onde o corpo passa a ser punido e purificado para a “salvação da alma”.

Com o Renascimento, a Igreja perde parte de seu prestígio e as atenções passam a ser centradas no homem. A valorização do indivíduo e da subjetividade deslocam o lugar da certeza, da verdade e dos valores, criando uma oposição à tradição, às instituições e à autoridade externa. O papel de Deus é desviado e passa a não ser mais o centro.

O Humanismo é um dos aspectos fundamentais do Renascimento, nele se reconhece o valor do homem em sua totalidade e o fragmento de Protágoras (século V a.C.) “o homem é a medida de todas as coisas” marca de forma decisiva essa ruptura entre o medieval e o moderno (apud FERREIRA, 2006).

O corpo, definitivamente, é dessacralizado, estudado, literalmente dissecado e tornado objeto da ciência” (FERREIRA, 2006). Dentro desse cenário, o corpo feminino foi extensivamente moldado, pintado, exposto em obras de arte com suas formas arredondadas, corpulentas e de seios fartos que eram tidos como o padrão valorizado na época.

Na chegada da Era Moderna com a revolução industrial, o corpo é um objeto de trabalho em série, precisa produzir para acumular riqueza e por isso a saúde passa a ser um ponto bastante valorizado, afinal um corpo saudável trabalha mais e melhor!

Quando partimos do pressuposto que nas relações de produção também há produção de sujeitos podemos pensar que um tipo de sujeito é almejado pelo sistema capitalista, de modo a manter seu ciclo de acumulação (MARQUES, 2006).

O filósofo Michel Foucault em sua vasta obra descreve esse fenômeno, indicando “o que está em questão nas relações de poder capitalistas é a produção de um sujeito que tenha sua capacidade produtiva econômica liberada e a política inibida” (MARQUES, 2006). E o corpo tem papel central!

“O controle da sociedade sobre os indivíduos não se opera simplesmente pela consciência ou pela ideologia, mas começa no corpo, com o corpo. Foi no biológico, no somático, no corporal que, antes de tudo, investiu a sociedade capitalista. O corpo é uma realidade biopolítica”. (FOUCAULT, 1989, p. 82).

O processo de medicalização da sociedade se instala de modo efetivo e começa a ser de interesse político as taxas de natalidade, gestão em saúde, alimentação, registro de doenças, afim de localizar focos de propagação de epidemias e eliminá-las para trazer a segurança da saúde aos corpos de trabalhadores. A intervenção médica em ações de políticas públicas tem seu começo e papel na normatização da saúde populacional.

A medicina, transformando-se em uma ciência das doenças, tornou-se pioneira da racionalidade científica e assumiu uma função catalisadora das ações de saúde "pública", no seio privado da sociedade, assumindo o controle sanitário das famílias (BARBIANI, 2014).

Mas é a partir do século XX, que a medicina perdeu efetivamente suas fronteiras e passou a ocupar todo o campo social fora da demanda do sujeito. A medicina passou, então, a fazer parte do cotidiano de todos, como uma intervenção sem demanda, incorporada à sexualidade, às escolas, às famílias e aos tribunais. Houve um deslocamento do sonho higienista de isolar e erradicar doença para um modelo de responsabilidade individual pela saúde. Esse deslocamento é exatamente do que trata o conceito de medicalização hoje (ZORZANELLI e CRUZ, 2018).

A pessoa torna-se o único e exclusivamente responsável pela manutenção da sua saúde, a individualização ganha sua importância e a doença passa a ser um selo de falta de vigilância e cuidado. As variáveis e elementos externos aos quais o corpo também está submetido como por exemplo: a genética, meio ambiente social e vida psíquica são esquecidos.

De acordo com Lupton (1997 apud DE OLIVEIRA, 2010, p.33), A ciência médica e suas dimensões correlatas, a partir desse “imperativo naturalizante” que sugere obviedade quanto aos riscos precisarem ser controlados, impõem aos indivíduos a adoção de determinados “estilos de vida”, ainda que a margem de escolha em certos estratos socioeconômicos da população praticamente inexista. Nesta retórica, para aqueles sujeitos que permanecem afeitos às práticas cotidianas enquadradas como “comportamentos de risco” que ameaçam a conservação da vida, resta assumir a responsabilidade do seu eventual adoecimento e do suposto insucesso por não alcançarem a tão almejada “boa saúde”.

Atualmente, o indivíduo que se alimenta de forma saudável, pratica atividade física e está visualmente magro, mas se por ventura fica doente, torna-se ponto de surpresa em todos. Afinal, como a doença chega num ambiente aparentemente tão perfeito e controlado?

Existe na sociedade um discurso que enfatiza um estilo de vida saudável, em que o próprio conceito de saúde esbarra em questões estéticas. Alimentar-se bem, controlar o que se come, exercícios regulares etc. despontam como atitudes que podem garantir essa vida “saudável”. Saudável aqui indica a incorporação de práticas ou exercícios físicos, dietas e produtos específicos (MENDONÇA e BORGES, 2014). E esse estilo de vida

“saudável”, que Foucault (2003 apud MENDONÇA e BORGES, 2014) conceituou como biopoder e o cuidado de si passa a ser cada vez mais atual no discurso das revistas femininas focadas em dietas.

Caracteriza-se como biopoder, a associação entre o poder sobre o corpo-individual e o poder sobre o corpo-espécie (biopolítica), que ocorreu a partir do século XX.

“Corpo enquanto depositário de saúde ou de doença tem sido indagado, desde a vigorosa evolução do século XX avançando além dos riscos biológicos a que está exposto, configurando-se como extensão do sucesso ou insucesso da força do coletivo e do poder individual direcionado na elaboração de seu suspeitado controle” (CHAMMÉ, 2002, p.5).

O biopoder é descrito em três características essenciais que é rapidamente reconhecida no objeto de estudo que são as revistas femininas atuais. São elas:

1- “A apresentação de um discurso de verdade sobre os sujeitos por uma autoridade considerada apropriada para tal” (ZORZANELLI e CRUZ, 2018).

Essa característica é bem destacada na figura dos profissionais de saúde como nutricionistas, endocrinologistas... que “emprestam” sua expertise para legitimar as informações na revista feminina, dando mais verdade as edições.

2- “A intervenção sobre a realidade coletiva, em nome da vida” (ZORZANELLI e CRUZ, 2018).

A dieta e o estilo de vida preventivo remodelam nossa história. Passamos a ficar auto vigilantes conosco e com o outro. Nesse mesmo contexto, as políticas de saúde pública também ganham esse contorno de vigilância.

3- “A produção de sujeitos alicerçados aos discursos de verdade, sobretudo, relacionados à saúde e doença” (ZORZANELLI e CRUZ, 2018). Esse discurso passa a fazer parte do dia a dia, todos sabem o que deve ser feito para não ter doença ou o que fazer para ajudar na resolução da doença. E no quesito corpo magro e emagrecimento, os palpites são inesgotáveis, cada um tem uma dica para modelar as curvas.

Esse corpo da atualidade surge com a necessidade de ser trabalhado, modificado e aperfeiçoado, seja na academia, com fórmulas emagrecedoras, chás, dietas milagrosas ou consultórios de dermatologia e de cirurgia plástica, para que seja finalmente valorizado e admirado.

O corpo passa a ser também capital. Tem valor de troca ou, como bem, adquire um *status* a partir das insígnias que carrega. Esses signos, condensados na figura do belo corpo, traduzem os valores da cultura e da sociedade de consumo (DE VILHENA, 2008). A fugacidade do belo e sua submissão a modelos e interesses da cultura de massa agravam

a dor das pessoas – sobretudo das mulheres – que fazem do corpo um calvário (NOVAES, 2011).

Se um dos pilares do sucesso é o corpo-em-forma, não conseguir formatá-lo de acordo com dois lados da mesma moeda: ou eu tenho sucesso ou me considero (ou sou considerado pela sociedade) um fracassado. Ou a mulher é magra (sucesso) ou gorda (fracassada) como se a complexidade da vida pudesse se resumir a duas únicas possibilidades (SANCHES, 2018).

Afinal, as mulheres, em sua maioria, que não seguem as normas estabelecidas podem ser vistas como sem caráter, sem força de vontade, desleixadas... a anatomia feminina deixou de ser um destino para ser uma questão de disciplina: se não conseguimos agenciar nossos corpos, como seremos capazes de fazê-lo com nossas vidas ou nossos empregos? (DE VILHENA, 2008). A obesidade contraria tanto os ideais de beleza como os de saúde, tornando-se o grande mal da sociedade. Sendo assim, o exercício físico e a dieta alimentar aparecem como pontos convergentes do discurso da beleza associado ao da saúde (RIBEIRO, 2014).

Há uma racionalização instrumental ascética do cotidiano (através de dietas e exercícios rigorosos) realizada em nome da saúde, pois o discurso da busca pela boa saúde cresce a cada dia. Entretanto, a grande maioria dos indivíduos que diz se preocupar com a saúde, busca a construção da forma corporal ideal entendida como grande volume muscular e menor adiposidade (MATOS, 2009).

O imperativo do cuidado, da vigilância e da ascese constante de si, necessário para atingir e manter os ideais impostos pela ideologia do *healthism*¹, exige uma disciplina enorme. Mas por outro lado, o cuidado de si e descuido insensato, bioascese e descontrole pulsional são dois lados da mesma moeda. Da mesma maneira como a proliferação de formas de vida e hábitos arriscados deve ser analisada no contexto de uma cultura que prima pelo desvio dos riscos, a mesma cultura que produz obsessão pela malhação, dieta saudável, e qualquer produto novo de *fitness*, saúde ou beleza, gerou também casos extremos de sedentarismo, a *fast-food*, e toda uma gama de drogas sintéticas (COSTA, 2005).

Atualmente, a obesidade entre homens e mulheres, embora com diferentes graus de tolerância, tende a ser vista como o corpo não controlado e a incapacidade de controlar o apetite, entendida, portanto, como a incapacidade de controlar a si mesmo. Em

¹ Ideologia ou a moralidade da saúde e do corpo perfeito (COSTA, 2015).

contrapartida, o corpo delgado está associado ao controle e a racionalidade. Deste modo, gera-se também uma auto-estigmatização, uma exclusão em si mesmo, e uma intensa culpabilização social em relação aos seus prognósticos (SANTOS, 2003).

Estar acima do peso nos tempos atuais não significa somente “carregar” os quilos extras, o indivíduo também leva a desconfiança e o preconceito e a auto piedade dos olhares alheios, o que lhes garante um *status* de pouco prestígio na sociedade. Por isso, estar magro e ser “*fitness*” é literalmente estar na moda.

“... *fitness* é a suprema virtude. Ser jovem, saudável, longo e atento a forma física tornou-se regra científica que aprova ou condena outras aspirações à felicidade” (COSTA, 2005).

E para que tudo isso ganhe literalmente “corpo”, a mídia tem um papel decisivo, seja na forma de programas de televisão, sites ou de revistas femininas, a imprensa traz uma vasta gama de opções e estratégias para que o padrão de beleza magro e “sarado” seja alcançado.

De acordo com Castro (2003, p.109), “a mídia e a indústria da beleza são aspectos estruturantes do culto ao corpo”. No caso da mídia, ela medeia a temática e a mantém sempre presente na vida cotidiana, informando a leitora/espectadora sobre as últimas novidades e descobertas tecnológicas e científicas, ditando e incorporando tendências. A indústria da beleza, por sua vez, garante a materialidade das tendências de comportamento, que se concretizam através de objetos e produtos consumíveis (CASTRO, 2003).

Um dos veículos de mídia que merecem destaque são as revistas destinadas ao público feminino que são ferramentas utilizadas há décadas e tem seu espaço garantido até hoje nas bancas, casas, consultórios médicos e salões de cabeleireiros. Elas foram mudando seu perfil de reportagens de acordo com o papel da mulher na sociedade e da importância que o corpo ganhou nos últimos tempos. Em comum desde as primeiras publicações são as capas com personagens fundamentalmente famosas, lindas, ricas e felizes descrevendo o universo que a mulher leitora gostaria de ter e ser.

De acordo com Siqueira (2007), por meio das revistas, nos anos 1960 o corpo feminino foi valorizado por seu aspecto “natural”, por sua beleza inata, paralelamente a um momento de emancipação feminina. Corpo “natural”², com poucos artifícios para ser

² O corpo “natural” de belas mulheres é valorizado em seus traços e formas, o que as tornam modelos de naturalidade, sem intervenções estéticas, maquiagem ou manipulações digitais. Por outro lado, esse é o padrão de beleza adotado pela mulher que não nasceu com a beleza “natural” a seu favor. E para que essas belezas se aproximem de forma mínima será necessário lançar mão de recursos artificiais como as cirurgias plásticas e truques de maquiagem. É o artificial buscando o natural!

reconhecido como belo, foi a primeira categoria encontrada. Nos anos 1980, as revistas parecem valorizar e explorar um corpo “marombado”, na gíria da época, aquele de músculos definidos e bastante aparentes, resultado do fitness. Nos anos 2000, chega-se a uma categoria que mescla a dos anos 1980, “maromba”, com a preocupação com o bem-estar, o *wellness*.

Acredita-se então que a mídia e as revistas femininas, compõem um *locus* especial de análise da ação do discurso e das imagens, modelando corpos e os assujeitando a uma certa representação do feminino e do masculino. É esse caráter pedagógico que torna as revistas femininas um excelente espaço para a formação de um “como é/deve ser a mulher” (RIBEIRO, 2014). Elas traduzem para a leitora de forma “simples e eficiente” como o corpo deve ser moldado, apresentado e assim aceito dentro do padrão estabelecido. Mas por outro lado, a mulher não consegue fugir de sacrifícios, desafios, da fome e da restrição que enchem as capas a cada mês. Afinal se não há sacrifícios ou foco é impossível chegar ao objetivo e ficar como a garota da capa!

2. METODOLOGIA

Levando em consideração o cenário atual em que o corpo está colocado e o papel da revista feminina, o presente trabalho tem como objetivo fazer uma análise das capas da Revista “Boa Forma” que foi publicada pela editora Abril mensalmente até agosto de 2018. A partir dessa data, a versão impressa parou de ser comercializada e a versão virtual passou a ser a forma da marca “Boa Forma” se comunicar com seu público com o slogan: “BOA FORMA - Muito mais que um corpinho bonito, um estilo de vida!”

Neste estudo foram analisadas as manchetes em destaque, as manchetes secundárias, juntamente com a personagem da capa. Utilizou-se um recorte temporal de 10 anos, de 2008-2018. O objetivo era traçar um perfil e analisar os padrões estéticos, de beleza, de bem-estar e de felicidade tendo o corpo como atrativo principal.

A pesquisa configura-se como qualitativa. De acordo com DALFOVO, LANA e SILVEIRA (2008), a pesquisa qualitativa, descreve a complexidade de determinado problema, sendo necessário compreender e classificar os processos dinâmicos vividos nos grupos, contribuir para o processo de mudança, possibilitando o entendimento das mais variadas particularidades dos indivíduos.

As capas das revistas foram retiradas da internet no período de setembro a agosto de 2018, sendo as edições de 2008-2013 através de sites de busca e de 2014 até a última publicação em agosto de 2018, pelo site da editora Abril.

Nesse estudo, o total de capas de revistas analisadas foi de 130 edições, visto que anos de 2008, 2010 e 2011 tiveram publicações duplas no mês de dezembro.

De acordo com dados publicados pela editora Abril em 2018, a revista impressa teve em média um milhão e trezentos e trinta mil leitores, sendo 22% do sexo masculino e 78% do sexo feminino, com tiragem de 215.000 exemplares mensais, sendo a maior parte vendida pelo sistema de assinaturas e concentrando 55% desse tipo de venda na região sudeste do Brasil (PUBLI ABRI, 2018).

Para conhecer um pouco sobre o perfil do leitor da revista Boa forma e seu objetivo editorial foi feita uma pesquisa ao site da publicação, o que traz informações interessantes como as destacadas abaixo:

“BOA FORMA é a referência de informação mais confiável da mulher que busca uma mudança de estilo de vida. Especializada em dieta, nutrição, fitness e beleza, a marca desafia e motiva a leitora a transformar seus hábitos e seu corpo. Ao estabelecer metas atingíveis e inspiradas em histórias reais, BOA FORMA estimula a autoconfiança dela para dar o impulso inicial e, depois, seguir firme em todos os seus novos objetivos” (PUBLI ABRIL, S-D).

3. POR DENTRO DA CAPA

O primeiro contato da leitora com uma revista acontece por meio da capa. Ela é um instrumento de valorização do conteúdo impresso, buscando conquistar o público e fazer com que eles consumam a revista. Deve ser um “resumo irresistível de cada edição” (SCALZO, 2008, p. 62), um deleite para os olhos dos leitores. Por isso é necessário um cuidado redobrado na sua elaboração, para que não ocorra um desvio na mensagem proposta (BRAZ, 2012).

O gênero capa de revista em estudo é predominantemente multimodal, com ênfase no texto não verbal (imagens, fontes, cores, tamanhos, etc.) e funciona como uma “propaganda” que antecipa o conteúdo de uma revista de modo a persuadir o leitor a consumi-la (MCLOUGHIN, 2000, p. 5). Frequentemente, uma capa de revista é composta pelo título, imagem principal e/ou secundárias e pequenos textos (*coverlines*) com informações curtas que acompanham ou se sobrepõem à imagem principal (FIGUEIREDO; NASCIMENTO e RODRIGUES, 2017).

A revista Boa forma surgiu como um guia dentro de uma edição especial (trimestral) da revista Saúde em 1986. Dois anos depois, o guia foi separado da revista Saúde e foi transformada em revista de publicação mensal (ANDRADE, 2002). A revista independente ganha áreas de interesse específicos no corpo, emagrecimento, bem-estar, saúde, exercícios e moda fitness tendo como assunto focal e principal: dietas. É importante observar o que significa “dieta” nos termos da revista e no entendimento de suas leitoras sobre o tema. Se no dicionário a definição de dieta é:

1 - Regime metódico na alimentação.

2 - Abstenção de alguns ou de todos os alimentos, geralmente em caso de doença (FERREIRA, 2010).

O sentido que o termo adquire no *ethos* da revista Boa forma é ligeiramente diferente. Ali há uma mistura entre estes sentidos e aquele que circula no senso comum, ou seja, na linguagem popular e das revistas femininas, “dieta” remete a sacrifícios e restrições alimentares com o objetivo único de perder peso.

Durante a análise, metade das edições prometiam resultados de perda de peso (ou gordura) em até 1 mês. As palavras que mais apareceram nas edições foram: secar, derreter, queimar, perder e enxugar em 21, 12, 11, 8 e 8 dos exemplares estudados,

respectivamente, no total de 60 capas (cerca de 46%). A narrativa frequente de que perder peso é perder gordura pode até ser midiática e atraente, mas passa longe do fisiológico que traz no ponteiro da balança muito além da gordura, mas também o balanço hídrico e a massa magra que são altamente atingidos por perdas de peso drásticas e em curtos períodos tempo, traduzindo um cenário falso de sucesso.

Considerando que a alimentação é uma prática que embute em si a condição psicossocial e cultural dos sujeitos num ato primariamente biológico de sobrevivência, essa matriz de medicalização (da saúde, da beleza, da alimentação, etc.) e de centralidade do corpo, acaba por reorganizar hegemonicamente o universo que circunda a questão (GARCIA, 1997). A partir dessa matriz, as mesmas nuances discriminatórias, impositivas e prescritivas impregnam tanto o discurso midiático quanto o científico sobre alimentação e saúde (TEO, 2010).

Nota-se a utilização de uma linguagem imperativa nas manchetes com letras aumentadas, coloridas, mas um jeito simples de escrita, fácil e um método sempre eficiente de acabar com o excesso de gordura “para sempre” em uma tentativa mensal de convencimento.

O cenário em que a capa é montada também sofreu mudanças ao longo dos dez anos analisados. Até 2014 a maioria das fotos das capas foram tiradas em estúdios, em fundos chapados e sem interação direta com a capa, sendo a personagem único e exclusivo destaque. Após 2014, a abordagem do cenário sofre alterações e observa-se com mais frequência a personagem em meio a paisagens de praias e piscinas, principalmente, para complementar o conjunto de biquínis e maios usados pelo destaque do mês. Isso garante um tom de *glamour* característico da mulher magra, rica e feliz!

O modo em que a foto da personagem é feita e enquadrada pelo fotógrafo, repetidamente de modo frontal e olhar direto, também chamou a atenção de Figueiredo e colaboradores (2017, p.78) em sua análise.

A possibilidade de interação entre as modelos e as leitoras se faz visível por meio do contato visual. Em todas as capas analisadas, as modelos estão olhando diretamente para a leitora, chamando a atenção para a necessidade de a leitora ‘adquirir’ um corpo ‘malhado’, dentro dos padrões de beleza vendidos pelas revistas.

Outro ponto a ser observado entre a garota da capa com as manchetes são algumas palavras-chave e verbos utilizados para garantir uma comunicação mais simples e intimista com a leitora. A palavra “segredo” aparece em 4 capas e o verbo “contar” em 5,

criando essa ideia que dentro da revista está a fórmula mágica passada da celebridade só para você, leitora!

Esse tipo de linguagem aproxima e dá a ideia de diminuição do abismo entre a famosa e a leitora deixando-a mais satisfeita em adquirir a revista. Afinal, quem não gosta de saber um segredo? Se for para emagrecer então...

4. MAS QUEM É A PERSONAGEM (GAROTA) DA CAPA?

A personagem escolhida traduz o sucesso midiático da época em que a publicação foi editada e mostra no corpo magro e malhado a estampa do sucesso em roupas de ginástica ou de praia que trazem a atmosfera que a leitora procura.

As garotas da capa são em sua maioria atrizes de novelas, estampando 103 (79%) das capas, sendo quatro delas com destaque: Débora Secco com 7 capas, Flávia Alessandra com 5, Giovanna Antonelli com 5 e Isis Valverde com 4 capas, mostrando como esse perfil de celebridade comunica positivamente com a leitora da revista em estudo. Mas outros perfis profissionais também se encaixam na filosofia da publicação, como as cantoras e apresentadoras de TV que estampam 18 capas (14%), seguidas pelas celebridades do mundo fitness, modelos e mais recentemente das blogueiras que passam a ser referência de estilo de vida e sucesso.

A celebridade é a “autoridade” do provisório. Seus representantes sociais são os que sabem aliar a moda e tecnologia a serviço da *moral do entretenimento*. Afinada com esta moral, a celebridade é programada para idolatrar o momentâneo e desaparecer com ele (COSTA, 2005).

Desde os primórdios da humanidade, as pessoas imitam quem se sobressai na sociedade, pois é exatamente “nesta noção de prestígio da pessoa que se torna o ato (da imitação) ordenado, autorizado e provado” (MENDONÇA e BORGES, 2014, p.49). Desse modo, atrizes, apresentadoras e modelos se tornam referências de prestígio, de pessoas bem-sucedidas, ou seja, modelos a serem seguidos. Essa imitação é feita principalmente com relação ao corpo, pois se torna a roupa do sujeito. Neste contexto, busca-se um corpo perfeito, livre de rugas, marcas e gorduras, e esse ideal deve ser alcançado pelas mulheres (MENDONÇA e BORGES, 2014).

O que causa estranheza é a uniformização do padrão de corpos em um país como o Brasil, conhecido como miscigenado, onde a mulher de Porto Alegre com ascendência europeia notadamente mais altas e com menos curvas terá o corpo totalmente diferente da bahiana por exemplo, mas leitoras de todas as regiões leem a mesma informação e procuram o mesmo resultado, apesar características corporais diferentes e particulares.

Outros traços distintivos também chamam a atenção. Dentre as capas, somente 8, cerca de 6,14% traziam mulheres negras, sendo 2 capas em anos distintos com a mesma personagem, a atriz Taís Araújo. As outras 122 capas (93,84%) mostravam mulheres consideradas brancas. Cerca de 109 (83,85%) com traços caucasionos e 13 (10%) que

podem ser consideradas brancas, apesar de apresentarem algum “traço étnico” como Luiza Brunet, Dira Paes, Ivete Sangalo, Sabrina Sato, Juliana Paes e Bruna Marquezine. Com esses dados, a principal constatação é a total falta de diversidade racial nesse tipo de seguimento editorial.

A principal destaque negra, a atriz Taís Araújo, também estampa as páginas de outras revistas femininas, mas sempre com a temática racial, de quebra de barreiras e que transmite a ideia de que ela deu certo por ter sido a primeira negra a protagonizar uma novela e ser uma porta-voz da mulher negra na mídia.

De acordo com BITTELBRUN (2018), a raça é inevitavelmente vivida e experimentada pelo corpo e, se discriminações levam em conta os traços corporais, também os mecanismos de aceitação social consideram aspectos que remetem à branquitude. Portanto, nos questionamos se, afinal, as características físicas de Taís, que tem nariz e lábios mais finos, não teriam contribuído em alguma medida para que tivesse espaço na mídia e fosse uma das poucas mulheres negras lembradas com frequência pela revista Cláudia, outra revista feminina de destaque.

A mesma autora, estudou as revistas femininas brasileiras impressas Cláudia e TPM que foram analisadas entre 2004 e 2014 e mostrou resultados parecidos com os expostos anteriormente. As mulheres brancas com traços caucasianos foram predominantes e ocuparam 81% e 72% das primeiras páginas das revistas Cláudia e TPM, respectivamente, sendo somente 5% a 9% de capas mulheres negras mostrando a baixa representatividade desse grupo e a autora conclui que as revistas femininas contribuíram para relegar um grupo que é maioria no país a um espaço de invisibilidade.

Esse trânsito constante de mulheres brancas nas capas revela o ideal de perfeição construído nas/pelas revistas femininas. Percebe-se, portanto, a adoção de um padrão branco como norma, a branquitude normativa, resultante da incorporação, por essas revistas, do mito da democracia racial brasileira e da ideologia do branqueamento.

A representação dessas mulheres de sucesso e brancas é usada pelos veículos para “vender” ao público feminino um modelo de beleza e perfeição física, emocional, social e psicológica. Dessa forma, a imprensa feminina cria e dissemina um modelo ideal de mulher e sugere que todas sejam como ela, tanto fisicamente quanto em seus comportamentos, desejos, repulsas, sonhos, planos. Para isso, as matérias trazem sugestões de comportamento, vestuário, maquiagem, alimentação, atividades físicas para “melhorar” a vida das mulheres, isto é, para que as interlocutoras, negras e brancas, se

enquadrem na busca para atingir esse ideal irreal de perfeição (BARBOSA e DA SILVA, 2010).

Enfim, sendo o Brasil o país com maior população negra fora da África, observa-se que mesmo com leis de igualdade entre todos garantidas pela constituição, o negro brasileiro passa despercebido, é alvo de preconceito velado e basicamente só é lembrado pela sua força física para trabalhos braçais. O resultado deste racismo estrutural é a baixíssima representação em posições de destaque ou como símbolos de sucesso, onde podem ser incluídas as capas de revista que infelizmente vendem um estilo pouco brasileiro e muito europeu garantindo a continuidade da abordagem de alguns pontos de tempos coloniais que já deveriam ter sido reparados.

Os variados perfis de idade das garotas da capa ampliando o alcance da publicação é visto como uma estratégia para aumentar o número de leitoras. Apesar de ser uma publicação marcada pela juventude, a revista vê como grande mercado as mulheres acima dos 40 anos que desejam ter como inspiração as “musas” que mesmo tendo o tempo cronológico como inimigo, continuam lindas e magras. Assim, as capas com celebridade de 40, 45, 46 e 50 anos também tem espaço garantido nas edições mensais. Dentro desse perfil se classificavam 16 capas (12%), onde é destacado sempre a idade e o corpo torneado, o que com certeza desperta muito a curiosidade da leitora.

O envelhecer feminino ainda é um tabu. Ao contrário do homem - cuja aceitação e valorização social do envelhecimento pode positivar o fenômeno, tornando homens mais velhos potencialmente “mais charmosos” - a mulher se vê às voltas com rugas, manchas, gordura localizada, marcas que são socialmente interpretadas como negativas no corpo feminino. Cabe a ela camuflar todas essas consequências do tempo de modo imperativo, ou seja, passa a não ser uma escolha, mas uma obrigação. Assim, a mulher que ao olhar da sociedade não se cuida para ter uma velhice controlada, “jovem” e sem dependência é considerada desleixada e incompetente com a própria saúde.

“A mulher que não se vigia nem se controla faz parte dos novos desviantes, novos estudos e inábeis de cuidar de si” (COSTA, 2005, p.34).

Os sintomas e consequências que a menopausa traz também devem ser totalmente contornados com medidas médicas. Afinal, para que passar por isso? Ter a consciência de que o corpo vai envelhecer e que inevitavelmente vai padecer passa a ser uma grande questão a ser respondida pela mulher.

“O valor de uma pessoa é cada vez mais medido por suas capacidades que incluem a capacidade de resistir a doenças específicas, força, rigidez, juventude, longevidade, saúde, beleza são os novos critérios que avaliam o valor da pessoa e condicionam suas ações” (COSTA, 2005, p.34).

Mas a pergunta que não quer calar: como a garota da capa consegue ficar linda aos 40,50 anos ou mais? A resposta já está estampada nas próprias capas de forma simples e direta como um passe de mágicas descritos em dicas de dieta e exercício. Mas ganham bastante complexidade quando se nota o grande abismo de realidade entre a celebridade que tem a seu favor os tratamentos estéticos e ao *photoshop* da revista para apagar as rugas inevitáveis que em comum com a leitora só tem a idade. A seguir, alguns exemplos da construção narrativa sobre a mágica atingida pela celebridade da capa:

“Solange Frazão, 45 anos, pela primeira vez o treino que ela faz para manter esse corpo” (Revista Boa Forma, 2008).

“Christiane Torloni, os segredos de dieta e exercício para ter esse corpão” (Revista Boa Forma, 2008).

“Paula Burlamaqui, o que faz para ter esse corpo aos 40 anos” (Revista Boa Forma, 2018).

“Christine Fernandes, 40 anos, um filho de 5. Aqui o segredo deste corpo desenhado” (Revista Boa Forma, 2009).

“Cláudia Ohana. A receita para chegar linda aos 46 anos” (Revista Boa Forma, 2009).

“Débora Bloch, 45 anos e tudo em cima, conheça os segredos de beleza, dieta e malhação” (Revista Boa Forma, 2009).

“Luiza Brunet, 47 anos conta o que pode fazer agora para chegar ao verão com este corpo” (Revista Boa Forma, 2009).

“Maitê Proença, conta seus segredos de beleza e dá sua receita de razão humana” (Revista Boa Forma, 2010).

“Cláudia Raia, 44 anos, 7kg mais magra com a dieta do tipo sanguíneo” (Revista Boa Forma, 2011).

“Carolina Ferraz conta como redesenhar o corpo aos 43 anos” (Revista Boa Forma, 2010).

“Christiane Torloni MA-RA-VI-LHO-SA aos 54 anos. Aprenda com ela” (Revista Boa Forma, 2011).

“Solange Frazão, na virada dos 50. O cardápio e o treino que aceleram o metabolismo e desejam o corpo” (Revista Boa Forma, 2012).

“Angélica, 40 anos, 3 filhos. A aula (pilates, funcional) e o cardápio (sem glúten) que desenham este corpo” (Revista Boa Forma, 2014).

“Letícia Spiller conta o que come e como malha para ter esse corpo aos 41 anos” (Revista Boa Forma, 2014).

“Letícia Spiller conta o que faz a diferença para chegar assim aos 43 anos” (Revista Boa Forma, 2017).

Em sintonia com a moral do espetáculo, a mídia visa, sobretudo, a tornar visões de mundo particulares plausíveis e convincentes. É assim que a massa dos indivíduos é levada a admirar e a querer imitar o estilo de vida dos ricos, poderosos e famosos. A mimetização, contudo, é mantida em rédeas curtas, dada a dificuldade que a maioria tem de ascender socialmente, até poder ser incluída no círculo dos privilegiados. O único item do mundo “exclusivo” à disposição do indivíduo comum é a imagem do corpo. Possuir um corpo como o dos bem-sucedidos é a maneira que a maioria encontrou de acender imaginariamente a uma condição social da qual está definitivamente excluída, salvo raríssimas exceções (COSTA, 2005).

A discussão entre o perfil de mulher ideal e mulher real é colocada à prova! Para a revista diversos grupos são colocados em um único padrão. Nas manchetes as diferenças desaparecem e o mais assustador é perceber que essa abordagem “dá certo” e faz sucesso para as leitoras que veem na celebridade a ilusão do mundo perfeito e de que tudo é possível, basta querer! E nesse cenário, a maternidade também é bastante explorada. Nem o pós-parto, os quilos ganhos na gestação e ter 1,2,3 filhos podem atrapalhar o objetivo do corpo sonhado, colocando a celebridade e a leitora em pé de igualdade das possibilidades cotidianas, pelo menos na capa da revista. A lista a seguir contém grifos nossos para enfatizar estas mensagens.

“Angélica, 34 anos, **2 filhos**, a receita para encarar o biquíni **5 meses depois do parto**” (Revista Boa Forma, 2008).

“Christine Fernandes, 40 anos, **um filho de 5**. Aqui o segredo desse corpo desenhado” (Revista Boa Forma, 2009).

“Ana Furtado, 35 anos, **uma filha**. Por pura ansiedade, ela já pesou 11kg a mais” (Revista Boa Forma, 2009).

“Tania Khalill, 32 anos, **1 filha**. Aqui a receita desse corpão” (Revista Boa Forma, 2009).

“Claudia Leite, ainda mais linda 1 ano **depois de ter bebê**” (Revista Boa Forma, 2010).

“Giovanna Antonelli, ela volta aos 53kg, **o mesmo de antes de ser mãe**”(Revista Boa Forma, 2010).

“Carolina Dieckmann, 32 anos, **2 filhos**, os exercícios que ela faz para ter essa barriga” (Revista Boa Forma, 2010).

“Adriane Galisteu, 37 anos, 10kg mais magra **2 meses depois de ter bebê**” (Revista Boa Forma, 2010).

“Bianca Rinaldi, 35 anos. **Mãe de gêmeos**. Saiba o que ela faz” (Revista Boa Forma, 2010).

“Gabriela Duarte. Dá para acreditar que ela tem 36 anos **e um filho**. Aqui o segredo desse corpo” (Revista Boa Forma, 2010).

“Tania Khalill, 34 anos, **2 filhos**. Copie a treino que desenhou este corpo em tempo recorde” (Revista Boa Forma, 2011).

“Giovanna Antonelli, 36 anos, **3 filhos**, linda! A atriz revela o plano que derreteu 10kg” (Revista Boa Forma, 2012).

“Fernanda Lima. Quem diria que ela é **mãe de gêmeos**” (Revista Boa Forma, 2012).

“Juliana Paes, **um filho**. Ela conta como enxugou 16kg que ganhou na gravidez” (Revista Boa Forma, 2012).

“Letícia Spiller, 39 anos, **2 filhos**. Os 7 passos para estar linda e em forma” (Revista Boa Forma, 2013).

“Carolina Dieckmann, 34 anos, **2 filhos** e que corpo. Aprenda com ela” (Revista Boa Forma, 2013).

“Angélica, 40 anos, **3 filhos**. A aula de pilates e funcional e o cardápio (sem glúten) que desenharam esse corpo” (Revista Boa Forma, 2014).

“Flávia Alessandra. Ela tem 39 anos, **uma filha de 14 e outra de 3**. Dá para acreditar” (Revista Boa Forma, 2014).

“Juliana Paes: 35 anos, **2 filhos**, conta como perdeu 16kg da gravidez” (Revista Boa Forma, 2014).

“Alinne Moraes conta **como eliminou os 20kg da gravidez** + mamãe Fit” (Revista Boa Forma, 2016).

Vale destacar as atrizes Juliana Paes, Tania Khalill, Giovanna Antonelli e a apresentadora Angélica por elas terem sido garotas da capa durante várias gravidezes e terem exposto seus corpos desenhados e magros, mesmo pouco tempo após o parto, demonstrando um quê de facilidade nesse processo que todas as mulheres sabem que de fácil não tem nada. Mas mesmo assim essas mulheres “comuns e leitoras” que já tiveram filhos e sabem como o corpo se comporta nesse período, se colocam a prova e vão em busca da celebridade como inspiração que fazem questão de não carregar em seus corpos as estrias e outras modificações corporais que são naturais e comuns nessa fase da vida feminina ditando assim um ideal antinatural.

As capas com a atriz Juliana Paes trazem mais uma surpresa porque em duas edições, novembro 2012 e agosto 2014, que destacam o nascimento de seu primeiro e segundo filho mostram manchetes praticamente iguais, inclusive no exato ganho de peso, 16 quilos, algo que no mínimo causa estranheza, visto que cada gravidez tem seu universo particular.



(Edição: Novembro, 2012)



(Edição: Agosto, 2014)

5. A ILUSÃO DO “NOVO”. SERÁ QUE ESSE MÊS VAI DAR CERTO?

A revista estudada visa dirigir-se ao leitor que está procurando constantemente “O novo”. Esse conceito é utilizado em diversas capas descritas como: a nova dieta, o novo creme, o novo desafio, a nova série de exercícios, o novo chá... ou até mesmo a velha dieta ganha nova roupagem e volta como novidade do mês!

O movimento de “morde e assopra” é uma estratégia comum até porque a dica não pode dar certo já que no mês seguinte tem mais!

Exemplos não faltam ao longo dos dez anos da análise, a saber:

“A nova dieta dos pontos” (Revista Boa Forma, 2008).

“As novas pílulas naturais para emagrecer: bloqueiam o carboidrato” (Revista Boa Forma, 2008).

“Menos 5kg em 14 dias com a nova dieta de South beach” (Revista de Boa Forma, 2008).

“É novo! Perca até 5kg com as farinhas de banana, berinjela e maracujá”(Revista Boa Forma, 2010).

“Novas armas para tratar celulite, flacidez, gordura localizada e estrias” (Revista Boa Forma, 2011).

“Menos 7kg em 14 dias com a nova dieta da proteína” (Revista Boa Forma, 2012).

“Menos 3kg em 15 dias com a nova (e fácil) dieta Dukan” (Revista Boa Forma, 2014).

“Novos aparelhos que derretem a gordurinha. Alimentos para sumir com a pochete” (Revista Boa Forma, 2015).

“A nova dieta *low carb*. A forma gradativa de tirar o carboidrato para perder peso e depois volta a comer pão e massa sem engordar” (Revista Boa Forma, 2016).

“Power detox (muito mais eficiente)” (Revista Boa Forma, 2017).

“Sumida! Versão turbinada dos vigilantes do peso. É a melhor dieta para secar rápido” (Revista Boa Forma, 2017).



(Edição: Julho, 2012)

(Edição: Setembro, 2014)

(Edição: Agosto, 2016)

Mas essa procura pelo “novo” a todo custo traz um conceito de consumismo muito comum a todos os setores da vida cotidiana. “É o estado de insatisfação crônica que torna o indivíduo um consumidor modelo” (COSTA, 2005, p.139).

A novidade sempre fez parte do assunto “alimentação” e a mídia não perde tempo em lucrar em cima e divulgar modas a todo o momento. O ato de se alimentar de forma saudável em sua ciência é simples, mas pode tornar-se difícil quando a pessoa resolve que não pode comer glúten, lactose, carboidrato depois das 18h ou fica sem comer 20 horas ou só comer proteína. Os alimentos ou preparações que entram no cardápio das famosas ganham rapidamente seu lugar ao sol. Vide a tapioca que teve seu auge e posto de alimento queridinho, mas já caiu em desgraça ou o suco verde que continua firme e forte na promessa de “limpar” tudo!

Esse comer da moda que pode ser encarado quase como um estilo de vida, passa longe do prato típico brasileiro composto por arroz, feijão, proteína e salada que é vinculado a uma ideia de prato pesado, o que nem de longe combina com os corpos esbeltos e magros. No lugar entram as opções *light*, sem glúten, lactose, farinha, açúcar ou *low carb* que enchem as prateleiras. Afinal, a sensação da novidade de comer o biscoito com 10 grãos integrais traz mais satisfação e *status* do que comer uma simples maçã.

Por um lado observa-se uma maior conscientização da população com a saúde, o que é altamente louvável em tempos onde a prevenção é importante, mas por outro é um quadro também preocupante, visto que nesse mercado altamente lucrativo e possuidor de grande estratégia de marketing lança no mercado uma infinidade de produtos industrializados “inovadores”, sem glúten, lactose, açúcar, *light*, zero e sem a mínima qualidade nutricional que com tantos atrativos é rapidamente consumido pela população.

A grande maioria possui uma composição rica em aditivos e adoçantes artificiais, em farinhas brancas, sem fibras e de alto índice glicêmico que está longe de trazer saúde, mas pode trazer sim um considerável aumento dos níveis glicêmicos e de triglicerídeos.

Para a indústria o que está em jogo é aproveitar a inquietação do indivíduo em consumir o que está na moda ou o novo produto que, aliado a falta de educação nutricional, o coloca em uma posição altamente vulnerável e exposto as diversas seduções alimentícias na maioria das vezes, pouco saudáveis, mas que engordam os lucros das empresas.

Esse quadro de ansiedade pelo novo invade o dia a dia da clínica não sendo incomum o paciente já chegar a consulta evitando comer alimentos com glúten ou lactose e quando é feita a indagação do porquê do novo hábito nem mesmo a pessoa sabe ou responde: não é o melhor a se fazer? Todo mundo diz que é melhor! É então é criado um senso comum entre os leigos que se apoderam de informações das mídias, incluindo as revistas, para decidirem o que devem comer ou não, o que engorda, o que aumenta ou diminui o colesterol... deixando de lado algo precioso que é a individualidade humana, onde cada um tem necessidades diferentes e por isso o profissional nutricionista torna-se imprescindível.

6. ALIMENTOS VILÕES X MOCINHOS OU PODE SER AO CONTRÁRIO?

O “estar de dieta” é resultado de inúmeras pressões existentes, tornando-se uma condição permanente e desejável, envolvendo processos de moralização e medicalização e, paradoxalmente, trocando um modelo de obsessão da alimentação por outro modelo biomédico nutricional que dita o que deve ou não ser comida (FRANCISCO, 2015).

Os alimentos tornam-se amigos ou inimigos da vida saudável de acordo com a dieta da vez. Os alimentos classificados como vilões históricos do emagrecimento tornam-se mocinhos rapidamente como o abacate, a banana e as gorduras. Além disso, comportamentos altamente reprovados como “comer mais”, estampam as capas como forma de propaganda e com a falsa impressão de liberdade na hora de se alimentar, o que mostra o tom contraditório das publicações e do universo das dietas restritivas tão características das revistas femininas.

“Abacate emagrece. A dieta derrete 4kg em 15 dias” (Revista Boa Forma, 2008).

“Banana emagrece! A dieta derrete 3kg em 10 dias” (Revista Boa Forma, 2009).

“Perca 1 número do manequim em 1 mês comendo mais... E melhor” (Revista Boa Forma, 2011).



(Edição: Maio, 2008)



(Edição: Janeiro, 2009)



(Edição: Março, 2011)

O alimento ganha rótulo de bom ou ruim para a saúde e passa a ser consumido de forma desenfreada ou evitada como um veneno mortal. O escolhido torna-se moda, enquanto isso, o classificado como ruim é esquecido! Tudo isso sem levar em consideração outros fatores como tradições, lembranças familiares, alimentos regionais e culturais que trazem a comida como personagem central de vivências.

Nessa perspectiva, o alimento aparece separado do contexto e das práticas cotidianas das pessoas, traduzido em nutrientes que atendem a uma demanda fisiológica, por um lado e idealizada por outro (KRAEMER ET AL.; 2014).

7. A DIETA MILAGROSA E O DESAFIO. O SUCESSO E O FRACASSO ANDAM JUNTOS!

A obesidade é carregada de símbolos e valores construídos ao longo de anos de história, esses significados que começam na origem da própria palavra, que etimologicamente provém do latim “*obedere*”, formada pelas raízes “-ob” (sobre, o que engloba) e “-edere” (comer). Portanto, “aquele que come em excesso” sendo vinculado como aquele que tem atitudes fora do aceitável e dito como “anormal” por aquele grupo (FRANCISCO e DIEZ-GOMES, 2015). A lipofobia traz um aspecto grave, a invisibilidade de corpos fora de padrão, o que culturalmente é bastante naturalizado.

O termo “lipofobia” foi criado na década de 60 pelo norte-americano Claude Fischler apud Vianna (2018) para designar o rechaço à gordura de origem animal e apontar concomitantemente a silhueta magra como modelo de beleza e saúde. Esse padrão cultural, estético e higienista foi legitimado pelo discurso biomédico que, ao representar o corpo, enfatiza as questões quantitativas e os parâmetros biológicos, desprezando as questões subjetivas e as referências socioculturais, o que torna o modelo um tanto reducionista (VIANNA, 2018).

A descrição dada acima para o termo “lipofobia” encaixa como uma luva na narrativa da revista em estudo, afinal a mulher tem a obrigação de estar magra caso contrário estará longe de ser bela e ter saúde.

A busca de adequação e ajustamento do corpo aos padrões impostos socialmente por práticas discursivas hegemônicas é uma forma de controle corporal. Propagar corpos enxutos, sarados, chapados, poderosos, durinhos, saudáveis e jovens é anunciar uma exaustiva lapidação da magreza – em sua tensão com a gordura, portanto – com fortes implicações para a produção de subjetividades, tendo em vista que são exatamente as construções de saber e poder que as engendram (VIEIRA e BOSI, 2013).

Nas sociedades industriais, o fenômeno da lipofobia, chega durante o século 20 quando a biomedicina começa a tratar a corpulência como patologia. Durante as primeiras décadas do século, cientistas recomendavam não somente o consumo moderado de comida para as classes mais abastadas, mas também estabelece a manutenção do peso como prioritária. Ao mesmo tempo, prega que o excesso de peso coloca em risco a saúde (GRACIA-ARNAIZ, 2010). E mais uma vez não é levado em conta o contexto em que esse obeso está inserido, sua condição psíquica e outros aspectos de saúde.

A partir de 1948, ano de criação da Organização Mundial de Saúde (OMS), a obesidade – que passará a ser definida em relação ao índice de Massa Corporal (IMC) – passou a ser considerada oficialmente uma patologia, integrando a Classificação Internacional das Doenças (CID) (RIGO, 2012). O CID fornece internacionalmente os códigos relativos a cada doença, bem como sinais, sintomas e causas, tem duas inscrições para a obesidade (278.00 e 278.01, “obesidade inespecífica” e “obesidade mórbida”, respectivamente). Em 1988 a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou que a obesidade é a principal doença não transmissível do século XXI (FRANCISCO e DIEZ-GOMES, 2015).

Mas a definição da obesidade como um balanço energético tem uma orientação determinista, que traria em si como solução ingerir menos ou gastar mais energia. Entretanto, o aumento progressivo da prevalência de obesidade na população impõe uma reflexão, além dessa orientação. A objetividade e o pragmatismo da modernidade trouxeram algumas possibilidades de se modelar corpos com cirurgias, implantes ou anabolizantes, em formas e estilos diversos. Isso tende a nos distanciar de nossa capacidade criativa, humana e singular, na medida em que submete a mobilidade da vida a formas estáticas como a de uma estampa de revista (CARVALHO e MARTINS, 2004).

Ter um corpo como o dos astros de TV e estrelas da moda expostos nas revistas é mais que simplesmente atingir um bem-estar. Significa fazer parte de um grupo social, identificar-se com modos de existência onde a aparência é o sujeito; ter essa necessidade exige os meios de satisfazê-la. Nesse sentido, ter um corpo com baixo percentual de gordura e definido, torneado, através de uma “alimentação saudável”, consumo de produtos de última geração e manter-se disciplinado na prática de atividades físicas regulares é o caminho para o portal mágico da felicidade. Mediante o consumo – a um custo elevadíssimo – de um arsenal de produtos e tecnologias disponíveis no mercado e inacessíveis à maioria da população brasileira (VIEIRA e BOSI, 2013).

São balas, pós, shakes ou o milagroso óleo natural, nas suas especificidades, são renovados a cada edição das revistas que vem unidos juntamente com a “novíssima dieta da água” ou o “infalível tratamento com limão” ou o “poderoso suco da vida”. As soluções são sempre mágicas, rápidas e eficazes, e estão sempre fora do sujeito, como truques que podem ajuda-los a driblar a adversidade.

O contexto, as condições de vida, o que levou à obesidade nunca é problematizado e, por esta via, é colocado na condição de acidente. Basta utilizar o truque certo, o drible

perfeito, o famoso “jeitinho brasileiro” que tudo se resolve (FREITAS e FREITAS, 2014).

Os exemplos de manchetes com esse perfil de apelo não são difíceis de serem encontradas ao longo da última década, principalmente a dieta milagrosa que está sempre a postos! Eis alguns exemplos que merecem destaque:

“Dieta do azeite: perca um número de manequim em 2 semanas” (Revista Boa Forma, 2008).

“Perca 2kg por semana com a dieta anti-inflamatória (e detone a celulite)” (Revista Boa Forma, 2008).

“Barriga chapada em 1 mês. Alimentos que queimam gordura; Suco que desincha; Treino aeróbico express.” (Revista Boa Forma, 2008).

“10 shakes para desintoxicar, desinchar, estimular o intestino. Receitas aqui” (Revista Boa Forma, 2009).

“Menos 4kg em 15 dias com a dieta do chá de hibiscus” (Revista de Boa Forma, 2009).

“Reduza 1 número do manequim com a dieta do shake desintoxicante” (Revista Boa Forma, 2009).

“Enxugue 3kg em 15 dias com a dieta detox do limão” (Revista Boa Forma, 2010).

“Vinagre queima gordura. Siga a dieta e perca 5kg em 1 mês” (Revista Boa Forma, 2011).

“Menos 4kg em 2 semanas com a dieta do óleo de coco” (Revista Boa Forma, 2012).

“Menos 4 kg: seque e desinche com a dieta do suco verde” (Revista Boa Forma, 2013).

“Derrete 3,5kg só de gordura com a dieta do ômega 3” (Revista Boa Forma, 2014).

“25 maneiras de emagrecer no verão. *Gluten free* menos 4 kg em 15 dias” (Revista Boa Forma, 2015).

“Dieta da definição. Enxugue gordura e ganhe massa sem cortar carbo” (Revista Boa Forma, 2017).



(Edição: Janeiro, 2008)



(Edição: Abril, 2009)



(Edição: Janeiro, 2012)



(Edição: Abril, 2013)



(Edição: Junho, 2014)



(Edição: Janeiro, 2015)

A palavra “desafio” também é encontrada comumente nas capas do mês de outubro na maioria dos anos pesquisados e chama a leitora para a responsabilidade do emagrecimento e preparação do corpo para a verão que vai chegar!

Entre o período de análise do estudo, a palavra “desafio” foi citada nos anos de 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015 mostrando ser uma matéria de grande atrativo junto à leitora. O número de quilos perdidos no desafio também se repete nas edições e fica em 10 quilos que passa a ser um número coringa ou no mínimo cabalístico. O processo começa em outubro e tem dois meses para terminar, o que corresponde exatamente ao mês de dezembro, início da estação mais quente do ano, onde os corpos são mais expostos e por isso deveriam estar “em forma e perfeito”.

“Desafio de verão. Menos 10kg em 2 meses com a dieta da linhaça. + treino poderoso” (Revista Boa Forma, 2009).

“Desafio de verão. Enxugue 10kg até dezembro” (Revista Boa Forma, 2010).

“Desafio de verão: derreta 10kg. Desenhe seu corpo” (Revista Boa Forma, 2011).

“Desafio de verão: menos 10kg e corpo novo até dezembro” (Revista Boa Forma, 2012).

“Desafio de verão: mude seu corpo e perca 8kg com treino *crossfit* e dieta proteica” (Revista Boa Forma, 2013).

“Desafio do verão. Perca 10kg e mude seu corpo com Bella Falconi: dieta da proteína magra e treino TOP” (Revista Boa Forma, 2014).

“Menos 10kg com o desafio do verão! Circuito acelerado, resultados rápidos e cardíaco fácil para detonar a gordura” (Revista Boa Forma, 2015).

Em volta da palavra desse “desafio” permeiam metas rígidas e pouco saudáveis de perda de peso com a promessa de resultados rápidos, além de restrições de grupos alimentares como carboidratos e gorduras. Tais estratégias podem resultar não em 10 kg a menos, mas em frustrações psicológicas, a culpabilidade individual, a baixa autoestima caso não se consiga o resultado a que se propôs e outras consequências incalculáveis que tem nos transtornos alimentares um de seus desfechos mais comuns.

Conclusão essa que também chama à atenção no texto de Campos e colaboradores (2016), onde se reitera que as restrições impostas pelas dietas repercutem de forma extremamente negativa no comportamento alimentar dos indivíduos, sendo um forte gatilho para o comer excessivo, para o *craving*, especialmente para os alimentos que estão sendo restringidos, para o desenvolvimento de transtornos alimentares graves e até mesmo para o ganho de peso a médio e longo prazos, o que é exatamente o contrário ao que se almeja com a realização de dietas.

São centenas de milhares de indivíduos correndo atrás de uma miragem corporal idolatrada às expensas de tudo mais, e, o que é pior, fabricada para ser desmontada em pouco tempo. No caso dos indivíduos psicologicamente mais frágeis, a sequência dos maus tratos auto-impostos resulta, muitas vezes, em graves distúrbios da imagem corporal (COSTA, 2005). “O fisiculturismo compulsivo, as bulimias, as anorexias, as compulsões por próteses e cirurgias estéticas repetidas e arriscadas são sequelas da tentativa malograda de tomar posse do corpo-espetáculo” (COSTA, 2005, p.231).

Dentro do contexto dos transtornos alimentares em tempos que a mídia faz cada vez mais parte do dia a dia das pessoas, os movimentos ou comunidades virtuais que trazem o incentivo a anorexia e a bulimia se multiplicam. Dois exemplos de movimentos pioneiros e de grande destaque no mundo são: pró-mia e pró-ana.

Eles surgiram nos Estados Unidos e na Inglaterra entre 2000-2001 e ganharam o mundo através da internet. São espaços virtuais onde meninas, em grande maioria, trocam vontades, opiniões, técnicas, estratégias e dicas de como manter-se muito magra.

A característica principal do espaço cibernético é a garantia do anonimato associada à livre expressão do pensamento. Isso configura para os que possuem comportamentos anoréxicos, bulímicos, compulsivos ou outros comportamentos semelhantes o caminho ideal para estabelecer contato com outros, para poder ser ouvido e, ao mesmo tempo, a fuga da censura, da crítica pessoal. Na internet, eles encontram um espaço para falar sobre aquilo que, embora seja o que mais ocupa suas mentes no momento, não podem confessar em suas casas ou outros lugares de convívio social (BITTENCOURT e ALMEIDA, 2013).

Durante análise de comunidade virtual pró-anorexia da plataforma Orkut do Brasil, os autores Ramos, Neto e Bagrichevsky (2011) trouxeram informações pertinentes sobre o universo jovem com inserção da mídia e sua relação com o corpo. Ao analisarem as explicações sobre o corpo, verificou-se que as meninas desejam ter um corpo magro, sem gordura, especialmente, nas partes consideradas mais volumosas, como quadril, coxas, braços e barriga. Elas desejam ter os ossos expostos e se sentem frustradas quando o corpo está fora dos padrões idealizados. As participantes desses fóruns vivem em constante busca pela magreza e rejeitam qualquer sinal de gordura em seus corpos. Emagrecer e atingir a “medida certa” e o “corpo perfeito” é uma prática que impõe sacrifícios.

Outro dado interessante destacado por Ramos, Neto e Bagrichevsky (2011) é que o ideal de perfeição para essas participantes de fóruns analisados vai muito além de ter apenas um corpo magro. Elas desejam também, mesmo que subjetivamente, possuir um status perante a sociedade, uma vez que ter o corpo magro, no entender dessas participantes, está relacionado com: ser bem-sucedida, desejada, invejada, ter dinheiro, fama, bom emprego e ser amada. Assim, todo aquele esforço e sacrifício seriam, de alguma forma, recompensados.

Diante dessas observações fica clara a semelhança de linguagem e discurso promovido pela revista Boa forma, mostrando que esse perfil de publicação pode ser um veículo eficiente na promoção de transtornos alimentares.

Apesar do público da revista estudada não ser predominantemente adolescente, onde principalmente a anorexia começa e pode se desenvolver mais comumente, a mídia impressa que estampam em suas capas as modelos magérrimas também podem ser

veículo de comunicação com essa faixa etária em diversos ambientes como nas casas, salões de beleza e consultórios médicos traduzindo o ideal de corpo da “moda” e podendo influenciar em suas escolhas, na sua relação com o corpo e postura sob o olhar do outro.

Não posso deixar de comentar outro transtorno alimentar bastante promissor, a ortorexia nervosa. Para BRATMAN (2002), o objetivo dos indivíduos com comportamento ortoréxico é ingerir alimentos que contribuam para o bom funcionamento do organismo e libertem o corpo e a mente de impurezas a fim de alcançarem um corpo saudável e maior qualidade de vida. O autor também associou esse comportamento com o desprezo pelos que não seguem os mesmos "padrões elevados" de alimentação, a obsessão, a solidão, o evitar a prática social das refeições, a insatisfação com a própria condição e a autoimposição para tentar esclarecer outros acerca dos alimentos "saudáveis" (MARTINS ET AL.; 2011).

Apesar da ausência de dados científicos sobre sua abrangência no Brasil, a ortorexia nervosa é uma patologia que demonstra ser tendência crescente no universo *fitness*. Mas destaco esse transtorno porque o público ortoréxico também encontra seu lugar nas publicações da revista Boa forma, sempre travestido de busca pela “saúde perfeita e alimentação limpa” que deixarão o corpo magro e saudável!

O preocupante é que aproximadamente 25% da população jovem mundial utiliza os comportamentos de risco para os transtornos alimentares com o propósito de atenuar o peso corporal. Achados indicam que o sexo feminino é ainda mais acometido pelos comportamentos de risco para os transtornos alimentares (FORTES ET AL.; 2016).

A revista Boa Forma traz dois fatores de risco importantes para o desenvolvimento dos transtornos alimentares. O primeiro deles é ser mulher, maioria de seu público leitor, e o segundo é a insatisfação corporal com o desejo da perda de peso que é altamente prevalente. Por isso, é notório afirmar que existe um terreno fértil e uma linha tênue entre a alimentação restritiva com rótulo saudável pregada pelas revistas femininas e os transtornos alimentares.



(Edição: Outubro, 2008)



(Edição: Outubro, 2010)



(Edição: Outubro, 2011)



(Edição: Outubro, 2012)



(Edição: Outubro, 2013)



(Edição: Outubro, 2014)

8. O CORPO E A LUTA CONTRA AS 24 HORAS DO DIA

Outro ponto que é encarado como desculpa pela revista é a falta de tempo da mulher. A revista garante que esse fator não pode ser o empecilho para alcançar o corpo dos sonhos. As capas trazem em suas manchetes algumas dicas de como driblar esse problema de forma fácil. Em sua maioria são séries de exercícios físicos que variam de 5 a 15 minutos com a ajuda das receitas “magrinhas”. Afinal quem não tem 15 minutos para se exercitar com o dia tendo 24 horas? A garota da capa consegue, e você leitora? Seguem alguns destaques das capas:

“Projeto barriga chapada. Aula power de 15min. + cardápio que desincha” (Revista Boa Forma, 2010).

“Magra em 5 minutos por dia. O treino funcional power que queima em 48 horas” (Revista Boa Forma, 2015).

“Vai dar praia! Série power que seca e tonifica sem academia; opções magrinhas de jantar (prontas em 15 min.)” (Revista Boa Forma, 2015).

“Dieta vegetariana. Dá para ganhar músculos sem comer carne sim! + série de 20 min. Para definir o corpo” (Revista Boa Forma, 2017).

“Barriga sequinha com série de apenas 12 minutos por dia” (Revista Boa Forma, 2018).



(Edição: Agosto, 2010)



(Edição: Julho, 2015)



(Edição: Novembro, 2015)

Nessas manchetes fica claro que a desculpa da falta de tempo, não cola! Pelo contrário, em poucos minutos dá para ficar magra, ganhar músculos ou ter a barriga sequinha dos sonhos. A postura promovida pela revista coloca mais uma vez a

responsabilidade de sucesso ou fracasso exclusivamente na mulher que tem a obrigação de ter tempo. Além disso a publicação tenta igualar novamente a leitora, uma pessoa comum que na maioria das vezes tem dupla jornada com trabalho fora e dentro de casa, à celebridade da capa, mas é uma comparação que chega a ser no mínimo controversa. Até porque as realidades dos dois mundos não se conversam e são inigualáveis. Mas mesmo com essas diferenças tão explícitas, as leitoras veem na garota da capa alguém que elas admiram e querem parecer.

O corpo esguio e desejado da atriz, com pouca gordura, tonificada e de tantas outras celebridades que mês a mês cobrem as capas de importantes revistas de cuidados corporais e beleza feminina revela uma configuração sutil e engenhosa do poder, pois trata-se de um corpo exaustivamente trabalhado, disciplinado, cuidado; trata-se também das repercussões do poder em sua positividade afinal, como afirmou Foucault, se o poder fosse só opressor, não atrairia tanto interesse (VIEIRA, 2013, p.852).

9. COM A PALAVRA, O ESPECIALISTA!

Na qualidade da informação veiculada pela revista, observa-se uma tendência crescente de discursos profissionais, onde em sua maioria nutricionistas ou endocrinologistas embasam as chamadas de perda de peso e dietas milagrosas, o que deixa a revista, aparentemente com mais respaldo científico e dá a leitora ainda mais segurança em seguir as recomendações. O profissional porta-se como dono da verdade e guardião do conhecimento científico, do certo e do errado e deve ser seguido até mesmo na cópia da sua própria rotina alimentar. Essa é uma constatação preocupante visto que a alimentação proposta na revista em sua grande maioria não é nutricionalmente equilibrada para todos os públicos.

As manchetes em destaque revelam recomendações totalmente genéricas, igualando todas as leitoras em aspectos de saúde e fisiologia. Ocorrem frequentes restrições de grupos alimentares importantes para o funcionamento correto do organismo como os carboidratos que são tidos como vilões das dietas, por outro lado privilegiam outros como as proteínas, não levando em conta a qualidade e composição total da alimentação diária em macronutrientes (carboidratos, proteínas e gorduras) e micronutrientes (vitaminas e minerais), o que pode levar a deficiências nutricionais.

Causa ainda surpresa a forma com que a perda de peso é tratada de maneira tão simplista e matemática, onde somente a maior ou menor ingestão de calorias, retirar ou colocar algum grupo alimentar (carboidratos, proteínas ou gorduras) passa a ser o determinante para o ganho ou perda de peso. Tudo isso mesmo depois de novas descobertas colocarem o excesso de peso corporal no centro de uma teia com várias interligações como: fatores genéticos, ambientais, hormonais, psicológicos e culturais, o que torna o quadro muito mais complexo afetando diretamente a prescrição da alimentação e conseqüentemente o seu resultado.

“Diferente do que muitos possam pensar, a obesidade não é apenas uma simples condição de quem ingere mais calorias do que gasta, acumulando o excesso em seu corpo” (DE AGUIAR; MANINI, 2013, p.1). Por isso, o plano alimentar adequado deve ser prescrito de forma individualizada levando em conta todas as informações descritas acima.

Não se pode negar que muitas vezes a informação dada pelo profissional ganha contornos diferentes no texto do jornalista podendo tomar outro contexto, talvez até diferente do objetivo inicial, afinal para chamar a atenção da leitora vale tudo. Mas cabe

o profissional se defender e se resguardar para que casos assim não aconteçam, tendo em vista que as publicações atingem um número expressivo de pessoas que tomam o que leem como verdade.

Outra forte e nova tendência que se multiplica em edições recentes, talvez como uma forma a mais de comunicação em tempos de rede social em que os limites da intimidade muitas vezes se tornaram inexistentes, é a exposição pessoal do profissional, seja nutricionista, médico ou educador físico que garantem seus 15 minutos de fama com o reconhecimento de celebridade do mundo fitness. As reportagens da revista Boa forma abordam desde os alimentos que compõem a geladeira do nutricionista até o que se come no dia a dia (dentro e fora de casa) trazendo novamente o profissional como detentor do poder da informação correta e científica e que deve ser seguido para alcançar o objetivo do corpo sob o véu da alimentação saudável. Alimentação essa como já foi citado anteriormente, muitas vezes passa longe da cultura de comida da leitora que se vê às voltas com *goji berries* ou sal rosa do himalaia, podendo comer jabuticaba que tem no sítio do avô ou comprar o sal de salinas brasileiras.

Então fazer a adequação de uma alimentação segura, nutritiva, levando em consideração a cultura local, estilo de vida e poder aquisitivo torna-se uma das grandes missões do nutricionista e precisa ser uma prática mais ativa na vida do profissional.

Os exemplos dessa abordagem começaram em meados de 2016, mostrando que é um fenômeno recente, mas que desperta bastante a atenção da leitora.

“As maiores dúvidas de dieta e fitness da internet respondidas por quem entende (mesmo!) do assunto” (Revista Boa Forma, 2016).

“O que os nutricionistas comem fora de casa” (Revista Boa Forma, 2016).

“O que as nutricionistas fariam no seu lugar nas 24 horas do seu dia” (Revista Boa Forma, 2017).

“Lanchinhos proteicos congelados saudáveis! Invadimos a geladeira das Nutris” (Revista Boa Forma, 2018).



(Edição: Novembro, 2016) (Edição: Abril, 2017) (Edição: Fevereiro, 2018)

Diante de um quadro tão *fitness*, a lipofobia tem o seu espaço. A tríade entre obesidade x profissional de saúde x padrão estético sempre teve suas divergências devido ao grande juízo de valor feito pelo profissional a respeito do paciente obeso. A lipofobia é um comportamento comum e frequente, o que demonstra como o preconceito está na postura e na fala de quem deveria acolher e cuidar. Ao longo de anos de profissão já escutei muitos relatos e não é incomum frases como as seguintes: “está gordo porque quer!”, “Você não emagreceu nada e está me falando que fez tudo certo? “Você é responsável por essa situação, se não parar de comer vai explodir”! Isso mostra que a lipofobia/gordofobia também pode ser um sistema de opressão propagada pelos especialistas.

Situação semelhante foi relatada por GRACIA-ARNIZ (2010), onde a autora garante ser comum profissionais com comportamento recriminatórios e com a adoção de tom moralizador, criticando e julgando os pacientes, colocando-os como incompetentes e irresponsáveis.

Um estudo realizado com 344 nutricionistas que tinha como objetivo identificar atitudes do profissional em relação à obesidade; envolvendo crenças sobre características atribuídas às pessoas obesas, fatores de desenvolvimento e a obesidade em si trazem em seus resultados um contorno já bastante conhecido pelo paciente obeso. Mostrou que o profissional possui forte estigmatização da obesidade e preconceito contra o obeso (gordofobia), atribuindo a ele características como: guloso (67,4%), não atraente (52,0%), desajeitado (55,1%), sem determinação (43,6%) e preguiçoso (42,3%) (CORI, PETTY e ALVARENGA, 2015).

Outra pesquisa foi feita com 389 profissionais em Quebec, no Canadá, mostrou que mesmo dentre os grupos de profissionais “especializados” e interessados na obesidade, existem níveis consideráveis de preconceito, próximos ao da população em geral. Foi encontrada uma visão do paciente obeso como mais preguiçoso, estúpido e de menor valor. As mulheres mais jovens e mais magras foram as mais rígidas nesse julgamento (FRANCISCO, 2015).

Por incrível que pareça acontece o mesmo preconceito e juízo do paciente, mesmo o obeso, com relação ao profissional de saúde que atente. Ele não se sente confortável em ser atendido no processo de emagrecimento por um nutricionista ou médico acima do peso. Exemplos são comuns no consultório e chamam a atenção em indagações como: “Nossa, que bom que é magra, senão daria meia-volta!” Ou “quero ficar igual a você, bem magrinha! Será que consigo?” Fica claro a existência de preconceito do obeso com o próprio obeso, o que mostra como o excesso de peso é algo visto de maneira extremamente negativa até por quem o tem e mostra-se uma condição de difícil aceitação. “O opressor não seria tão forte se não tivesse cúmplices entre os próprios oprimidos”. (DE BEAUVOIR, 1967 apud SILVA, 2017).

10. CONCLUSÃO

Diante da repercussão que o corpo provoca na sociedade, acompanhar seu percurso ao longo dos séculos até os dias de hoje é olhar para uma história de mudança da própria civilização.

Atualmente, diante da exposição extrema e da obrigatoriedade da boa forma, ser sarada ou trincada, coloca em xeque o que entendemos por corpo. Um corpo que é complexo e carrega sob si as histórias da vida é tratado como algo simples, se está gordo significa doença e se está magro é sinal de saúde e pronto!

O descontentamento cada vez mais frequente abre caminho para publicações nos moldes da revista Boa Forma que mostra como a mulher leitora é sedenta e busca de forma feroz o biotipo magro da garota da capa que é o grande sonho dourado! É literalmente a “venda” da beleza inatingível, pautada em medidas mínimas e ações pouco saudáveis.

Um cenário como esse, onde o corpo é a tradução da pessoa perante a sociedade, mostra um ciclo vicioso e doloroso de sentimentos de inadequação, frustração e inquietude com relação ao corpo que precisa ser posto à prova com dietas malucas, remédios para emagrecer ou exercícios extenuantes.

Mas durante a análise, as capas mostraram muito além da magreza, elas também traduziram um estilo de vida, trouxeram símbolos de sucesso na vida pessoal e profissional onde tudo parecia acontecer e se encaixar facilmente para uma vida feliz e literalmente em forma. O corpo ganha um espaço privilegiado na sociedade do “parecer”!

No tocante da aparência, é impressionante perceber que a uniformidade de corpos magros, brancos e de características europeias destacados na maioria das capas é absorvida pela mulher “comum” de forma tão natural, onde ela esquece suas origens, genética, idade cronológica ou até mesmo sua raça que a levam a ter um quadril mais alargado ou coxas maiores e que por isso anatomicamente seria impossível chegar ao corpo da capa, mas mesmo assim, ela quer! E nessa ilusão que é inserido todo o movimento de ir “além do seu limite” com as famosas frases: Vamos lá, você consegue! ou Só depende de você! Diante dessa abordagem individual e irreal promove-se um ambiente facilitador importante para o desencadeamento dos transtornos alimentares que tem no público alvo da revista, um grupo altamente vulnerável a esse tipo de patologia.

Além disso, a publicação atinge também o outro extremo, o do preconceito ao excesso de peso aumentando a propagação da cultura lipofóbica que infelizmente ganha cada vez mais força na sociedade e dentre os profissionais de saúde que tem na sua autoridade científica o poder de duvidar ou presumir comportamentos desse público que passa a ser julgado como preguiçoso e incompetente ou até mentiroso, afinal está gordo porque quer.

É importante frisar que a posição que o profissional de saúde seja nutricionista, médico ou educador físico ocupa no universo fitness é cada vez mais privilegiado, mas as condutas na maioria das vezes, ao contrário ganham contornos pouco reais com dietas desbalanceadas em nutrientes e promessas de resultados imediatos que não condizem com a fisiologia, muito menos com a saúde. Esse é um ponto fundamental já que a leitora vê no profissional a “autoridade” que detém a informação e essa deve ser utilizada com cuidado.

Enfim, a revista Boa forma passa, de forma majoritária, para sua leitora uma informação pouco segura e carregada de padrões inatingíveis de magreza, piorando a relação da mulher com o seu corpo e disseminando conceitos de lipofobia. Cabe a sociedade, tanto leigos quanto especialistas, criar um olhar mais empático para essa questão tão complexa, afinal o corpo carrega sentimentos, histórias, cultura e merece ser respeitado por quem o tem e pelo olhar do outro.

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, S. DOS SANTOS. **Uma boa forma para ser feliz: representações do corpo feminino na revista Boa Forma**. Dissertação de mestrado. Porto Alegre, 2002.
- BARBIANI, R.; ET AL. **Metamorfoses da medicalização e seus 567 impactos na família brasileira**. Physis Revista de Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, 24 [2]: 567-587, 2014.
- BARBOSA, E. G.; DA SILVA, S. A. B. **Cor e sexo no jornalismo: representações das mulheres negras nas páginas de duas revistas femininas**. Rev. ABPN. v. 1, n. 2 – jul.-out. p. 133-156, 2010.
- BARBOSA, M. R.; ET AL. **Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje**. Psicologia & Sociedade; 23 (1): 24-34, 2011.
- BALTHAZAR, G, DA SILVA. **Feminismo e a Igualdade de Gênero no Antigo Egito: Uma Utopia da Emancipação Feminina**. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH • São Paulo, julho 2011.
- BITTELBRUN, G. V. **A Igualdade em Revista: Taís Araújo e Questões de Raça e Branquidade em Claudia e TPM**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville - SC – 2 a 8/09/2018.
- BITTENCOURT, L. J.; ALMEIDA, R. A. **Transtornos alimentares: patologia ou estilo de vida?** Psicologia & Sociedade; 25(1): 220-229, 2013.
- BRATMAN, S. **Orthorexia nervosa: the health food eating disorder**. New York: Broadway Books; 2002.
- BRAZ, J. R. B. **Capas de revista e o elemento fotografia: uma análise da primeira página da Veja**. Revista temática. Ano VIII, n. 09 – Setembro/2012.
- CAMPOS, M. T. DE ASSIS, ET AL. **Corpo-vitrine, ser mulher e saúde: produção de sentidos nas capas da Revista Boa Forma**. Demetra; 11(3); 611-628, 2016.
- CARVALHO, M. C.; MARTINS, A. **A obesidade como objeto complexo: uma abordagem filosófico-cultural**. Rev. Ciência & Saúde Coletiva, 2014.
- CASTRO, A. L. de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. São Paulo: Annablume, 2003.
- CHAMMÉ, S. J. **Corpo e saúde: inclusão e exclusão social**. Saúde e sociedade, 11 (2):3-17, 2002.

CORI, G. DA C.; PETTY, M. L. B.; ALVARENGA, M. DOS S. **Atitudes de nutricionistas em relação a indivíduos obesos – um estudo exploratório.** Ciênc. saúde coletiva 20 (2), 2015.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo.** Ed. Garamond, 2005.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. **Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.2, n.4, p.01- 13, Sem II. 2008.

DE AGUIAR, R. S.; MANINI, R. **A fisiologia da obesidade: bases genéticas, ambientais e sua relação com o diabetes.** ComCiência, no.145 Campinas feb. 2013.

DE OLIVEIRA, A. P. ET AL. **Culto ao corpo e exposição de produtos na mídia especializada em estética e saúde.** Rev. Movimento, Porto Alegre. v.16, 2010.

DE VILHENA, J; NOVAES, J. DE VILHENA; ROCHA, L. **Comendo, comendo e não se satisfazendo: apenas uma questão cirúrgica? Obesidade mórbida e o culto ao corpo na sociedade contemporânea.** Revista Mal-estar e Subjetividade – Fortaleza – Vol. VIII – Nº 2 – p. 379-406 – jun/2008.

DOS SANTOS, P.V. **A mulher e a instituição do casamento no Egito antigo: da liberdade às restrições morais.** ANPUH – XXIII Simpósio nacional de história. Londrina, 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da língua portuguesa.** 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

FERREIRA, F. R. **Os sentidos do corpo: Cirurgias estéticas, discurso médico e Saúde Pública.** Escola Nacional de Saúde Pública Rio de Janeiro, Tese de doutorado em Saúde Pública - Programa de Pós-Graduação em Saúde Pública da Escola Nacional de Saúde Pública da Fundação Oswaldo Cruz. 2006.

FIGUEIREDO, D. De C.; NASCIMENTO, F. S.; RODRIGUES, M. E. **Discurso, culto ao corpo e identidade: representações do corpo feminino em revistas brasileiras.** Linguagem em Discurso – LemD, Tubarão, SC, v. 17, n. 1, p. 67-87, jan./abr. 2017.

FORTES, L. DE SOUZA., ET AL. **Modelo etiológico dos comportamentos de risco para os transtornos alimentares em adolescentes brasileiros do sexo feminino.** Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 32(4): abr, 2016.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 1989.

FRANCISCO, L. V.; DIEZ-GARCIA, R.W. **Abordagem terapêutica da obesidade: entre conceitos e preconceitos.** 10(3); 705-716. Demetria, 2015.

- FREITAS, S.; FREITAS, P. **Imagem corporal nos transtornos alimentares e na obesidade.** In: Imagem corporal: novos olhares numa perspectiva interdisciplinar para o século XXI. Paco editorial, 2014.
- GARCIA, R. W. D. **Representações sociais da comida no meio urbano: algumas considerações para o estudo dos aspectos simbólicos da alimentação.** *Cadernos de Debate*, Campinas, v. 2, p. 12-40, 1994.
- GRACIA-ARNAIZ, M. **Fat bodies and thin bodies. Cultural, biomedical and market discourses on obesity.** *Appetite*, 55, 2010.
- KRAEMER, F. B.; ET AL. **O discurso sobre a alimentação saudável como estratégia de biopoder.** *Physis Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, 24 [4]: 1337-1359, 2014.
- LUPTON, Deborah. **The imperative of health: public health and the regulated body.** London: Sage, 1997.
- MARQUES, A. A. M. **O Conceito de Poder em Foucault: algumas implicações para a teoria das organizações.** III CONVIBRA (Congresso Brasileiro virtual de administração), 2006.
- MARTINS, M. C. T. ET AL. **Ortorexia nervosa: reflexões sobre um novo conceito.** *Rev. Nutr.* vol.24 no.2 Campinas Mar./Apr. 2011.
- MATTOS, D. S, R.; LUZ, T. M. **Sobrevivendo ao estigma da gordura: um estudo socioantropológico sobre obesidade.** *Physis Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, 19 [2]: 489-507, 2009.
- MCLOUGHIN, L. **The language of magazines.** London: Routledge, 2000.
- MENDONÇA, M. L. M; BORGES, C. N. **O corpo como mercadoria na sociedade de consumo: saúde ou estética?** In: *Corpo e consumo nas cidades- volume 2.* Organização: Ricardo Ferreira Freitas, 2014.
- NOVAES, DE V. J. **Beleza e feiura: corpo feminino e regulação social.** In: *História do corpo no Brasil*, 2011.
- PUBLI ABRIL. Marcas e plataformas. *Revista Boa Forma*. Disponível em: <<http://publiabril.abril.com.br/marcas/boa-forma/plataformas/revista-impressa>. Acesso em 11-10-2018).
- RAMOS, J. DE S.; NETO, A. DE F. P.; BAGRICHEVSKY, M. **Cultura Identitária pró-anorexia: características de um estilo de vida em uma comunidade virtual.** *Interface - Comunic., Saúde, Educ.*, v.15, n.37, p.447-60, abr./jun. 2011.

- RIBEIRO; G, R; KRUSE, L. H. M. **O corpo da mulher em revista: o imperativo da beleza.** Texto Contexto Enferm., Florianópolis, Jan-Mar; 23(1): 101-8, 2014.
- RIGO, L. C. **Combate a obesidade: uma análise da legislação brasileira.** Rev. Movimento, v.18, n.02, 2012.
- SANCHES, R. D. Corpus Alienum: efeitos do discurso das novas dietas, corpo-projeto e mídia. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, 2018.
- SCALZO, M. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2008.
- SILVA, R. DE C. **Corpo e contemporaneidade: uma abordagem crítica sobre os padrões de beleza e consumo estético da mulher veiculados pelas mídias.** Dissertação apresentada em cumprimento às exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), 2017.
- SIQUEIRA, D. D. C.; DE FARIA, A. A. **Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas.** Comunicação, mídia e consumo. São Paulo. v.4 n. 9 p. 171 – 188. mar.; 2007.
- TEO, C. R. P. A. **Discursos e a construção do senso comum sobre alimentação a partir de uma revista feminina.** Saúde Soc. São Paulo, v.19, n.2, p.333-346, 2010.
- VIANNA, M. C. **O peso que não aparece na balança: sofrimento psíquico em uma sociedade obesogênica e lipofóbica.** Polêmica, v. 18, n. 1, p. 94-110, janeiro, fevereiro e março, 2018.
- VIEIRA, C. A. L.; BOSI, M. L. M. **Corpos em confecção: considerações sobre os dispositivos científico e midiático em revistas de beleza feminina.** Physis Revista de Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, 23 [3]: 843-861, 2013.
- ZORZANELLI, R. T.; CRUZ, M. G. A. **The concept of medicalization in Michel Foucault in the 1970s.** Interface (Botucatu). 22(66):721-31.; 2018.