

Representations of female bodies on the covers from TPM Magazine

Representações dos corpos femininos nas capas da revista TPM

Samanta Petersen da Rocha Lima ²
Gustavo Fortes Said ³

Data de Submissão: 15 set. 2019.

Data de Aprovação: 26 out. 2019.

Data de Publicação: 30 dez. 2019.

ABSTRACT: In a mediatizing society, women's magazines help to legitimize and disseminate stereotypes, patterns of behavior and reinforce various beliefs, including how the relationship between women and their bodies should be, which is often associated with an aesthetic pattern ideal. In this sense, the main objective of this research is to analyze how Trip Para Mulher (TPM), a magazine that proposes to go against the pre-established standards, presents on its covers the issue of women's body aesthetics to analyze whether the publication only reaffirms the ideal standard already enshrined or whether it shows greater body diversity in its content, since it is of paramount importance that the woman can understand that she does not need to fit into certain aesthetic standards to be happy. As a methodological strategy, content analysis (BARDIN, 2016) of three editions of the referred magazine was used, so that, as a result, we could see that in the headlines of the cover calls TPM tries to deconstruct the idea that women need to be thin and that the relationship with your body should not be based on your body weight. However, the models that star in the covers still have a body that, even though it is not the ideal, that is, that is totally within the standard pre-established by society and the media, still does not totally escape it.

Keywords: Women's press. Woman. Image.

RESUMO: Em uma sociedade em midiatização, as revistas femininas ajudam a legitimar e a disseminar estereótipos, padrões de comportamento e reforçam diversas crenças, dentre elas, de como deve ser a relação entre a mulher e seu corpo, sendo este muitas vezes associado a um padrão estético ideal. Neste sentido, o objetivo principal dessa pesquisa é analisar como a Trip Para Mulher (TPM), uma revista que se propõe a ir contra os padrões pré-estabelecidos, apresenta em suas capas a questão da estética corporal da mulher para analisar se a publicação apenas reafirma o padrão ideal já consagrado ou se ela mostra em seu conteúdo uma maior diversidade corporal, uma vez que é de suma importância que a mulher possa compreender que ela não precisa se enquadrar em determinados padrões estéticos para ser feliz. Como estratégia metodológica foi utilizada a análise de conteúdo (BARDIN, 2016) de três edições da referida revista, de forma que, como resultado, pudemos perceber que nos títulos das chamadas de capas a TPM tenta desconstruir a ideia de que a mulher precisa ser magra e que a relação com o seu corpo não deve se basear no seu peso corpóreo. Contudo, as modelos que protagonizam as capas ainda possuem um corpo que mesmo não sendo o ideal, ou seja, que esteja totalmente dentro do padrão pré-estabelecido pela sociedade e pela mídia, ainda não foge totalmente dele.

1 **Atribuição CC BY:** Este é um artigo de acesso aberto e distribuído sob os Termos da *Creative Commons Attribution License*. A licença permite o uso, a distribuição e a reprodução irrestrita, em qualquer meio, desde que creditado as fontes originais.

2 **E-mail principal de contato:** samantapetersen@gmail.com. Mestre em Comunicação (Universidade Federal do Piauí - UFPI). Especialista em Tendências e Perspectivas do Jornalismo (UFPI). Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Bolsista Capes.

3 **Doutor em Ciências da Comunicação (Universidade do Vale do Rio dos Sinos). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Graduação em Comunicação Social - Jornalismo (Universidade Federal do Piauí). Atualmente, é professor titular - da graduação e do mestrado - da Universidade Federal do Piauí (UFPI).**

Palavras-chaves: Imprensa feminina. Mulher. Imagem.

INTRODUÇÃO

Desde suas primeiras publicações no início do século XX, as revistas femininas brasileiras têm sido uma das instâncias sociais e de poder que reafirmam e disseminam para as mulheres as normas e padrões de comportamento e de beleza que são aceitos pela sociedade vigente. Logo, elas são um espaço midiático que trazem em suas páginas estereótipos sobre o feminino que podem ser usados pelas leitoras como referência para a formação de seus perfis identitários, sendo necessário que elas representem em suas publicações as múltiplas identidades, papéis sociais, valores estéticos e comportamentos que a mulher pode ter. Especialmente, porque os aspectos destas representações perpassam não apenas a forma como a mulher se vê, mas também a maneira que a sociedade a percebe (BUITONI, 2009; MIRA, 2013).

Esse papel e o alcance da mídia têm se ampliado cada vez mais em uma sociedade em midiatização. Assim, nosso objetivo é analisar como a questão da estética corporal feminina, ou seja, como o corpo da mulher deve ser, é retratada nas capas da revista *Trip Para Mulher (TPM)*, visto que ela se apresenta como estando na contramão das demais publicações do gênero e, portanto, não apresentaria um único padrão corporal e de beleza, mas sim traria a pluralidade da mulher brasileira. Deste modo, este estudo de caso visa analisar como a *TPM* representa em suas capas a questão estética corporal da mulher para analisar se a revista apenas reafirma o padrão ideal já consagrado pelas demais publicações femininas ou se ela apresenta a múltipla diversidade corporal da mulher brasileira.

MATERIAL E MÉTODOS

Visando analisar como a revista *Trip Para Mulher (TPM)* apresenta em suas capas a questão da estética corporal da mulher, essa pesquisa utiliza como aporte metodológico a análise de conteúdo (BARDIN, 2016) que a partir do exame de certos elementos constitutivos, que podem estar sendo ditos ou não ditos, auxilia na exploração do nosso corpus que são as edições 61 (dez.2016/jan.2017), 123 (ago.2012) e 152 (abril/2015) da referida revista.

Estas edições foram selecionadas por terem como destaque, em suas manchetes de capa, chamadas referentes à estética corporal feminina.

Para este estudo de caso o foco são as capas, pois elas reúnem o verbal e o não verbal que, associados, são imprescindíveis para a construção dos sentidos apresentados por esse veículo de comunicação. As capas, com seu forte apelo visual formado por imagens e textos, são ainda utilizadas para seduzir o leitor, despertar sua atenção e o desejo pela leitura. É nelas também que os periódicos impressos apresentam os temas e assuntos que serão tratados naquela edição e o seu posicionamento ideológico.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As questões relativas à imagem corporal da mulher estão presentes desde as primeiras publicações femininas quando estas apresentavam para as mulheres da alta sociedade brasileira modelos de identidade e de beleza feminino. Ao longo dos tempos, estas representações foram se alterando, mas foi, sobretudo, no século XX que ocorreram mudanças nas quais não apenas a aparência corporal era considerada importante, mas o peso da mulher, o seu Índice de Massa Corpórea (IMC).

Desta forma as imagens propagadas pelas revistas femininas fazem parte da construção de um imaginário coletivo sobre como a mulher leitora da revista, ou não, deve se parecer. O perfil feminino proposto na capa e nas páginas das publicações voltadas para o público feminino atesta que aquele é o modelo a ser seguido, pois é confirmado pelo caráter espetacular da mídia (HEINZELMANN; STREY, 2010, p. 08).

Como explica Sant'Anna (2016), entre as décadas de 1930 e 1950, os temas relativos à boa forma ainda não eram pauta nos veículos femininos, todavia já se mostrava como deveria ser a "mulher ideal" com seu "corpo violão". Em meados de 1960, a beleza corporal da mulher passa a ser associada a da mulher longilínea e magra, que exibia seu corpo em minissaias ou em biquínis. Neste período, os periódicos femininos começam a apresentar não

apenas as imagens de mulheres que seguiam estes padrões estéticos, mas também matérias sobre como perder peso para se enquadrar nesse padrão. Na década de 1980, com o aumento das dietas, da proliferação das academias de ginástica e do crescimento da prática da atividade física e da disseminação do uso do silicone e de outros tipos de procedimentos estéticos, passa-se a se exigir da mulher um corpo cada vez mais em forma, sem celulites, estrias ou marcas.

Além disso, essa estética corporal ideal apresentada pelas publicações femininas vem associada a um estilo de vida no qual um belo corpo pode ajudar a trazer sucesso pessoal, familiar e profissional. E o culto ao corpo acaba associado a padrões de comportamentos que a mulher deve seguir para conquistar sua felicidade e o sucesso nas mais diversas áreas de sua vida (BRAGA, 2005; MIRA, 2013). E, como analisa Santaella (2004, p. 125-126),

Ora, nas mídias aquilo que dá suporte às ilusões do eu são, sobretudo, as imagens do corpo, o corpo reificado, fetichizado, modelizado como ideal a ser atingido em consonância com o cumprimento da promessa de uma felicidade sem máculas.

E muitas vezes este sucesso está associado a um relacionamento amoroso. Logo não se trata mais apenas de uma autoimagem, mas sim, de uma subjetivação do corpo da mulher ao olhar do homem (BRAGA, 2005). E cada vez mais o corpo ideal se torna um objeto de desejo de homens, que querem ao seu lado estas mulheres, e de mulheres, que querem atingir, a todo custo, este ideal de beleza vendido como perfeito e como sinônimo de felicidade e sucesso.

Na atualidade, o modelo ideal de beleza corporal, incentivado pela sociedade, pela imprensa feminina e pelos demais veículos de comunicação, é limitador, pois para ser considerada bonita é necessário ser jovem, extremamente magra e com traços europeus (pele, cabelos e olhos claros, cabelos lisos). Deste modo, ao longo do século XX, o padrão corporal de beleza da mulher se estabeleceu como um modelo que ignora a diversidade racial e cultural brasileira e valoriza um tipo de corpo bem distante da média da sociedade brasileira.

Afirmando-se contra essa tendência, a *TPM*, desde a sua primeira edição em maio de 2001 e, especialmente, após o lançamento do Manifesto *TPM*, divulgado em 2012, declarava ser "contra qualquer tentativa de enquadrar a mulher em um

padrão, cercar seu desejo e diminuir suas possibilidades" (LUNA, 2012).

Assim, na edição 61, que tem como protagonista não uma personalidade da mídia (cantora, atriz ou modelo), mas uma mulher "comum", a *TPM* traz como título da manchete principal: "Você não é gorda! Quantas vezes você se olhou no espelho e enxergou defeitos que só você vê? *TPM* alerta: acreditar na mídia e perseguir um 'corpo de modelo' pode detonar sua saúde e sua cabeça! Por que tantas mulheres sofrem de distúrbio de imagem?". Ao lado da foto da modelo da capa há ainda a legenda: "Vanessa Trielli: 30 anos, 59 quilos e 1,66 de altura: 'Sou a melhor versão de mim mesma'".

Na edição 123, estrelada pela cantora Gaby Amarantos, a *TPM* discute "Eu não visto 38 e daí?", destacando a relação da protagonista da capa com seu peso: "Gaby Amarantos: 'acham que se você não é magra tem que ser infeliz. Eu me sinto sensual'". Há ainda uma chamada para um ensaio de quatro mulheres nuas que "revelam suas perfeições e imperfeições", uma para a entrevista com a atriz Cristiana Oliveira focada também na sua relação com seu corpo e seu peso: "Gorda, modelo, gorda de novo, magra e sex symbol: a trajetória e o aprendizado da atriz Cristiana Oliveira" e outra enfocando o mesmo aspecto com a lutadora Cris Cyborg: "A luta de Cris Cyborg contra as adversárias de MMA e a balança". Além dessas, a revista traz outras duas chamadas de capa destacando a mesma temática: "A filósofa Marcia Tiburi provoca: 'a calça 38 é um caixão'"; e "Nina Lemos e o mistério da comida gorda".

Já a edição 152, que traz na capa a cantora Pitty, é denominada "Especial Peso: dietas, bullying, 'corpo perfeito', programas de TV. Quanto a obsessão pelo peso pesa sobre nossas cabeças". Há ainda a chamada para a entrevista de uma empresária sobre sua luta para perder peso: "A pedido do pai, Sharon Azulay largou a escola para se dedicar ao emagrecimento. Seis anos depois da morte dele, a herdeira da marca Blueman confessa: 'só consegui perder 50 quilos depois que ele morreu'". E outra criticando o excesso de matérias disponíveis na mídia sobre alimentação: "Badulaque. Nina Lemos faz detox de notícia e de comida e sobrevive para contar".

Portanto, no *corpus* analisado neste estudo de caso pode-se perceber que as questões relativas à estética corporal da mulher e o seu peso são debatidos e questionados não apenas nos títulos das chamadas de capa da matéria principal, mas também

de outras publicadas nas referidas edições. Ainda é possível perceber que nos títulos a revista questiona a necessidade da mulher se enquadrar no padrão estético corporal considerado ideal, sua relação com seu peso e até mesmo com a sua alimentação e a necessidade da mulher desassociar a questão corporal e estética a sua felicidade.

CONCLUSÕES

Os dados levantados neste estudo de caso nos evidenciam que a *TPM* busca, por intermédio dos títulos de suas matérias, desconstruir o que seria o padrão de corpo feminino ideal apresentado em outras publicações femininas e nas demais mídias. Neste sentido, a *TPM* tenta mostrar que não é preciso ser magra para se ter sucesso ou ser feliz. Todavia quando analisamos as modelos das capas podemos ver que, apesar delas não se encaixarem no modelo de mulher europeia, uma delas, a cantora Pitty, se enquadra no padrão estético de uma mulher magra e as outras duas (Gaby Amarantos e Vanessa

Trielli) podem não ser reconhecidas como magras, contudo ainda não podem ser consideradas totalmente fora do padrão corporal pré-estabelecido como ideal. Além disso, as duas estão vestidas de forma a esconder seu abdômen, ou seja, uma parte do corpo feminino que dentro do padrão estético ideal não deve possuir gorduras ou imperfeições. Assim, mesmo pregando que a mulher pode não se encaixar no padrão pré-estabelecido pela sociedade e pela mídia, a revista esconde ou omite essa parte do corpo das modelos na capa. É também possível perceber que as três modelos não possuem manchas na pele, nem estrias e/ou celulite.

Deste modo, por mais que coloque a relação entre a beleza feminina, seu peso e a estética corporal em debate nestas edições, a *TPM* não consegue apresentar uma pluralidade de corpos femininos e os que são exibidos pouco fogem do padrão, assim a revista continua a enquadrar e legitimar o corpo feminino em determinados modelos.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRAGA, Adriana. Corpo-Verão: agendamento corporal na imprensa feminina. In: **Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico**, Covilhã, v.III, 2005. p. 403-412. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110829-actas_vol_3.pdf>. Acesso em 07/09/2018.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Mulher de papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. 2ª ed. São Paulo: Summus, 2009.

HEINZELMANN, Fernanda Lyrio; STREY, Marlene Neves. Meninas da Capricho, mulheres da Vogue: imprensa feminina e a invenção da adolescência eterna. **Colóquio de Moda**, São Paulo, v.06, 2010. <https://doi.org/10.17648/colipete-2018-85913>

LUNA, Fernando. **Você é livre?** Revista TPM #120 (04.05.2012). Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/voce-e-livre>>. Acesso em: 16/04/2016.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revista**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Ed. Olho D'Água/Fapesp, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. **Corpo e Comunicação**: sintoma da cultura. 2.ed. São Paulo: Paulus, 2004.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Corpo e beleza: "sempre bela". In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). **Nova história das mulheres no Brasil**. 1ª ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2016. p.238-259.

How to cite (ABNT)

LIMA, Samanta Petersen da Rocha; SAID, Gustavo Fortes. Representations of female bodies on the covers from TPM Magazine. **JOSSHE: Journal of Social Sciences, Humanities and Research in Education**. v. 2, n. 2, p. 82-85, jul.-dez., 2019.