



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

MARCELA TAVEIRA CORDEIRO

CORPO FEMININO E BIOPODER:
BELEZA E SAÚDE NA REVISTA CAPRICHÓ (1954-1963)

Londrina
2015

MARCELA TAVEIRA CORDEIRO

CORPO FEMININO E BIOPODER:
BELEZA E SAÚDE NA REVISTA CAPRICHOS (1954-1963)

Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós- Graduação em História Social, do Centro de Letras e Ciências Humanas - UEL. Em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestra em História, área de concentração em Território do Político.

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Joaquinho

Co-orientador: Prof. Dr. Igor Guedes Ramos

Londrina
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

Cordeiro, Marcela Taveira .

Corpo Feminino e Biopoder: : Beleza e saúde na revista Capricho (1954-1963) Beleza e saúde na revista Capricho (1954-1963) Beleza e Saúde / Marcela Taveira Cordeiro. - Londrina, 2015.
93 f. : il.

Orientador: André Luiz Joanilho.

Coorientador: Igor Guedes Ramos.
dissertação) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História Social, 2015.
Inclui bibliografia.

1. Revista Capricho - . 2. Beleza e Saúde - . 3. Corpo - . 4. Relação de Poder - . I. Joanilho, André Luiz. II. Ramos, Igor Guedes. III. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Letras e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em História Social. IV. Título.

MARCELA TAVEIRA CORDEIRO

CORPO FEMININO E BIOPODER:
BELEZA E SAÚDE NA REVISTA CAPRICHOS (1954-1963)

Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós- Graduação em História Social, do Centro de Letras e Ciências Humanas - UEL. Em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestra em História, área de concentração em Território do Político.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Joaquinho
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Profª Drª Luzia Margareth Rago
Universidade Estadual de Campinas -
UNICAMP

Profª Drª Edméia Aparecida Ribeiro
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Londrina, 16 de dezembro de 2015.

O homem, inconscientemente, compõe sua vida segundo as leis da beleza mesmos nos instantes do mais profundo desespero.

A Insustentável Leveza do Ser – Milan Kundera

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço ao meu orientador Prof. Dr. André Luiz Joaquinho, que orientou o processo dessa pesquisa. Sou grata também pela paciência, compreensão, por sempre apresentar possibilidades e ideias novas. Um exemplo de pesquisador a seguir.

Em segundo lugar, agradeço ao Prof. Dr. Igor Guedes Ramos que aceitou co-orientar esse trabalho e trouxe um fôlego novo. Em terceiro lugar, agradeço a Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelo auxílio financeiro (2014-2015).

As minhas amigas desde a graduação Jemima Fernandes Simongini, Amábilis Emanuella Augusta Sperandio, Angelita Cristina Maquera e Cinthia Torres Aranha que me apoiaram em todos os momentos bons e ruins. Agradeço também pelas risadas, pelo carinho. Como diz Manoel de Barros “lembrar dos amigos que estão próximos e das conversas com eles. Saber que a gente tem amigos de fato!”. A amizade de vocês é muito importante pra mim, além claro, de serem minhas irmãs de coração. Obrigada ao João Ohara pelas dicas e orientações, ajudaram bastante na qualificação.

Agradeço em especial, uma amiga que o destino colocou no meu caminho num momento que necessitava de uma porta aberta, a Dona Sirley, uma pessoa maravilhosa e companheira. Conversamos horas e horas e não vemos o tempo passar.

Quero agradecer ao pessoal da secretária da pós-graduação, especialmente, ao Ricardo e a Roseli. Aos funcionários da biblioteca setorial no CLCH, lugar que mais gostei de ficar para estudar!

Agradeço ao meu pai João Carvalho Cordeiro (in memoriam) e a minha mãe Maria de Luza Taveira que me acolheram, me mostraram o sentido do amor ao próximo. Demorei a entender o por que “fui gerada no coração”, mas com certeza, isso só aumentou meu amor e admiração por esses dois nordestinos. Meu muito Obrigada!

Finalmente agradeço, ao Rodrigo, meu companheiro! Obrigada pela paciência, pela força de sempre, pela dedicação e como diz a letra da música “meu melhor amigo é o meu amor”. Sem você a minha vida não teria tanto sentido.

CORDEIRO, Marcela Taveira. **Corpo feminino e biopoder:** Beleza e saúde na revista Capricho (1954-1963). 2015. 93f. Mestrado (Dissertação em História) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

RESUMO

No ano de 1952 do século XX, começou a ser veiculada a revista Capricho, sendo considerada como uma das mais populares do período, onde seu público alvo era as mulheres. O corpo, essa superfície física que nos conecta com a realidade do mundo e que permite que façamos uma correlação uns com os outros, é marcado por discursos, de atualizações de poder e de ação. Entendemos que a preocupação com sua manutenção, com a longevidade, com a aparência, com a saúde, são elementos que estão condicionados historicamente. Para abordar o corpo através dessa perspectiva de lugar em torno do qual os discursos são construídos, utilizamos como base teórica alguns conceitos do filósofo Michel Foucault. E, também perceber a desnaturalização da beleza, pois ser belo não é apenas questão de genética, mas de esforço, de investimento para corrigir a natureza. Optamos para a análise de documentos que datam de 1954-1963 que provêm de reportagens, propagandas, notas, conselhos. Escolhemos esse período e esses tipos de fontes documentais por causa da recorrência de temas e produtos relacionados à questão da beleza e da saúde e para que seja possível compor relações e uma regularidade entre os diferentes enunciados, que favoreçam o questionamento sobre os efeitos que acarreta no corpo e na noção de beleza nesses anos.

Palavras-chave: Revista Capricho. Corpo. Discurso. Beleza e saúde. Relações de poder.

CORDEIRO, Marcela Taveira. **Female body and biopower: Beauty and health in Capricho magazine (1954-1963)**. 2015. 93p. Dissertation (Master in History) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

ABSTRACT

In 1952 in the twentieth century, it began to be conveyed Capricho magazine, considering it as one of the most popular of the period, in which your target audience was women. The body, this physical surface which connects us to the reality of the world and which allows us to make a correlation with each other, it is marked discourses of power upgrades, of action. We understand that concern for their maintenance, with longevity with the appearance, with health, are elements that are historically conditioned. For addressing the body that perspective place of around which the discourses are constructed, used as a theoretical basis some concepts of the philosopher Michel Foucault. And, also realize the denaturalization of beauty, because be beautiful is not just a matter of genetics but of effort, of investment for correcting the nature. We opted for the analysis of documents dating from 1954-1963 stemming of articles, advertisements, notes, advice. We chose this period and these types of documentary sources because of the recurrence of themes and related products the question of beauty and of health and order to be able compose relations and regularly between different statements, favoring questioning of the effects which entails the body and the notion of beauty in those years.

Keywords: Capricho Magazine. Body. Speech. Beauty and health. Power relations.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Capricho - Ano III - Nº 27/ Maio de 1954.....	39
Figura 2-	Capricho - Ano V – nº56/Outubro de 1956	40
Figura 3 -	Capricho – Ano VII – Nº 82/Dezembro de 1959.....	42
Figura 4 -	Capricho – Ano – XII – nº143/Janeiro 1964.....	43
Figura 5 -	Capricho – Ano – nº 109/Janeiro de 1973	44
Figura 6 -	Ano VII - nº80 - Outubro de 1958	49
Figura 7 -	Ano XI - nº126 - Agosto de 1962	53
Figura 8 -	Ano III - nº27/ Maio de 1954.....	58
Figura 9 -	Ano V - nº 56/ Outubro de 1956	59
Figura 10 -	Ano V I- nº 66/ Agosto de 1957	60
Figura 11 -	Ano VI - nº 66/ Agosto de 1957	61
Figura 12 -	Ano VIII - nº 83/ Janeiro de 1959.....	65
Figura 13 -	Ano VIII - nº90/ Agosto de 1959.....	67
Figura 14 -	Ano VIII - nº 84/ Fevereiro de 1959	69
Figura 15 -	Ano VIII - nº 92/ Outubro de 1959.....	70
Figura 16 -	Ano X - nº 109/ Março de 1961	72
Figura 17 -	Ano XI – Nº 121/ Março de 1962.....	74
Figura 18 -	Ano XI- nº120/ Janeiro de 1962	75
Figura 19 -	Ano v - nº56, Outubro de 1956.....	78
Figura 20 -	Ano XII - nº133, Março de 1963	78

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1 - FORMAÇÕES DISCURSIVAS EM TORNO DO “BELO”	16
1.2 A História, o documento e as Práticas discursivas.....	19
1.3 Poder disciplinar/ Biopolítica.....	25
CAPÍTULO 2 - A INDUSTRIALIZAÇÃO E O CONSUMO: Beleza e saúde nos Anos 1954 – 1963	32
2.2 Revista <i>Capricho</i> e a imprensa feminina	35
2.3 Democratização da beleza.....	47
CAPÍTULO 3 - CONSTRUIR O BELO. O DISCURSO SOBRE O CORPO FEMININO	55
3.1 Técnicas de embelezamento.....	57
3.2 Saberes“Colonizados”	80
FONTES	87
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88

INTRODUÇÃO

No Brasil, durante os anos de 1950, os veículos de comunicação de massa começam a se fazer presentes em larga escala na vida cotidiana, agindo diretamente na produção de saberes, valores e comportamentos que são apropriados pelos indivíduos.

A mídia¹ tende a “aconselhar”, “incitar” a prática de valorização da individualidade e da personalidade por meio dos discursos e publicidade e ao mesmo tempo exerce uma relação de poder de “normalização” das massas. Pois, os discursos veiculados pela revista *Capricho*² (1952 – Editora Abril) operam um jogo no qual se constituem identidades baseadas na normalização/regulamentação de saberes sobre o uso que a população deve fazer do corpo e da vida. Neste trabalho veremos que a beleza feminina não é mais um privilégio da natureza reservada a um pequeno número de mulheres, mas um trabalho de auto-apropriação e de auto-criação, uma conquista individual. O conceito de beleza oferece além de produtos para cuidados da pele, penteado e maquiagem que são formas de intervir no corpo e na aparência. Dão também certas lições de comportamento e boas maneiras – como ao relacionar ideias de etiqueta e elegância ao conceito de beleza.

As revistas *Capricho* a serem utilizadas para o conteúdo deste trabalho foram selecionadas entre os anos 1954 até 1963, usaremos reportagens, propagandas e conselhos recorrentes no periódico para percebermos os diferentes enunciados presentes nos materiais, e analisarmos as relações e a regularidade referentes à noção de beleza e seus os efeitos sobre o corpo durante o período estudado. Ao problematizarmos essas práticas dos cuidados da beleza que estão correlacionadas com as práticas corporais; práticas alimentares; práticas de saúde entre outras, buscamos refletir sobre o modo

¹Todo o suporte de difusão de informação (rádio, televisão, imprensa, publicação na Internet, etc.). Neste trabalho a mídia que utilizaremos é a impressa (revistas).

²Fazem parte do corpus deste trabalho, encontram-se no acervo do Centro de Documentação e Pesquisa Histórica (CDPH) – Universidade Estadual de Londrina. A revista *Capricho* é conhecida como a que deu início do segmento de fotonovelas e histórias ilustradas no Brasil, permanecendo até agosto de 1982. Passou por inúmeras alterações até que 1985 foi transformada em “revista da gatinha”, ou seja, tendo como foco o público Teen. Hoje em dia, ela passou a ser on-line.

como o hábito dos gestos de embelezamento foi construído entre os anos de 1954-1963 na revista *Capricho*.

Neste sentido, o corpo mantém-se como espaço de controle, de investimento político e se estabelece como o palco privilegiado da subjetividade³, visto que há um emaranhado de saberes e de instâncias enunciativas fazendo os corpos falarem, como a ciência, a pedagogia, a economia e diferentes tipos de técnicas de subjetivação propondo a modelagem do corpo. Como por exemplo, a postura corporal “correta”. Para Michel Foucault o corpo não é apenas um suporte biológico; é penetrado por relações de poder com vigência histórica. No decorrer deste trabalho, nosso intuito é mostrar como essa beleza física do corpo vai se construindo nos discursos, como ela objetiva e incita a prática de “como ser bela” imbricada com o discurso de “ser saudável”.

Porém, tradicionalmente, nas universidades, pesquisadores estipularam que, em primeiro lugar, revistas femininas são alienantes e, conseqüentemente, em segundo lugar, não têm valor algum documental. No entanto, podemos perceber que elas são simplesmente impositivas, mas reproduzem os desejos e anseios de leitoras por sociabilidade e identidade social, isto é, antes de serem simples veículos de imposição de valores, elas são documentos de representações sociais, podemos pensar na importância das mesmas como fontes históricas. E no nosso caso, a revista *Capricho* seria imprópria para análise historiográfica?

As revistas femininas populares são consideradas como uma sublitteratura e não dignas de uma análise crítica, pois fazem parte de um bem cultural orientado as massas e “esse artefato cultural é claramente desqualificado como incapaz de promover algum gosto no público leitor que, por sua vez, também é desqualificado”.⁴ Um pouco devido às análises feitas através do conceito de “Indústria Cultural” de Adorno. A cultura (obras de arte, música, cinema, etc.) está sendo produzida em massa, apontam os Frankfurtianos e o resultado é uma indústria cultural que fabrique os bens culturais que serão levados a todos os homens de forma a torná-los uma massa amorfa e

³Compreendemos subjetivação pelas considerações de Michel Foucault. Trata-se de um processo pelo qual se obtém a constituição de um sujeito, uma subjetividade. Especialmente nos dois últimos livros sobre sexualidade, o autor aponta a maneira pelo qual a relação consigo mesmo, por um meio de número de técnicas, permite constituir-se como sujeito de sua própria existência.

⁴JOANILHO, André Luiz & JOANILHO, Mariângela Peccioli Galli. *Sombras literárias: a fotonovela e a produção cultural*. Revista Brasileira de História. São Paulo, v.28, nº56, P. 532.

consumidora de um mesmo produto. Esse produto, por sua vez, deve levar consigo as ideias da classe dominante. Nas palavras dos autores

Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, o filme não deixa mais à fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fio, passear e divagar no quadro da obra fílmica permanecendo, no entanto, livres do controle de seus dados exatos, e é assim precisamente que o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade. Atualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos (...) paralisam essas capacidades em virtude de sua própria constituição objetiva.⁵

Assim, podemos pensar sobre os mecanismos pelos quais se estabelece algo como culturalmente válido ou não como salienta André e Mariângela Joaquinho, pois é

a determinação do que é ou não é válido funciona como campo de legitimação de objetos culturais e, conseqüentemente, de distinção de seus consumidores como 'superiores' àqueles que não os códigos de validação. Aliás, estes são efêmeros, pois estabelecidos temporalmente. Conforme as posições de força dos vários agentes, são impostos como 'verdadeiros' e legítimos.⁶

Nesse sentido, Pierre Bourdieu ajuda pensar, porque a apropriação de determinados artefatos se tornam específicos de certa classe e como os críticos, os estudiosos e as universidades acabam colaborando com a criação desse mercado particular de bens simbólicos. Pois, no próprio campo científico tem-se uma luta para legitimar o que pode ser considerado como tema ou um trabalho válido, ele chama isso de acumulação do capital científico, nas palavras do autor...

... na luta em que cada um dos seus agentes deve engajar-se para impor o valor de seus produtos e de sua autoridade de produtor legítimo, está sempre em jogo uma definição de ciência (isto é, a de limitação do campo dos problemas, dos métodos e das teorias que podem ser considerados científicos) que mais esteja de acordo com seus interesses.⁷

Ele aborda também como se dá a divisão da cultura por meio dos estilos de vida, para o autor o gosto de classe é a...

⁵HORKHEIMER, M., e ADORNO, T. W. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. P. 119.

⁶JOAQUINHO, André Luiz & JOAQUINHO, Mariângela Peccioli Galli. *Sombras literárias: a fotonovela e a produção cultural*. Revista Brasileira de História. São Paulo, v.28, nº56, P. 534.

⁷ORTIZ, Renato (org). 1983. *Bourdieu – Sociologia*. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol.39. P. 6.

... propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida. O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou héxis corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega diretamente à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados.⁸

Segundo autor “às diferentes posições no espaço social correspondem estilos de vida, sistemas de desvios diferenciais que são a retradução simbólica de diferenças objetivamente inscritas nas condições de existência”.⁹ Deste modo, é nas práticas que vemos as distinções simbólicas, como por exemplo, distrações culturais, esportes, que para Bourdieu “estão na unidade originariamente sintética do *habitus*”,¹⁰ princípio unificador e gerador de todas as práticas”.¹¹

Como podemos ver o gosto faz parte dos estilos de vida e ao mesmo tempo uma forma de diferenciação de classe por meio das práticas, assim as revistas femininas fazem parte de um gosto de um público determinado, as leitoras das revistas, ou seja, temos uma forma de demarcação de identidade a partir das diferenciações daquilo que é consumido. Então, podemos pensar a revista não como uma imposição...

... O leitor não é passivo diante de um maquinário que lhe impõe o que ler e como ler. A despeito das imposições, ele toma o texto para si e o faz funcionar de outro modo, criando formas diferentes de leitura e de compreensão em conformidade com a sua posição social, experiências de vida, educação. Enfim, a sua história lê histórias. Porém, as publicações buscam alcançar essa “disfunção” que ocorre no tempo a partir do lugar, ou seja, se aproximar dessas práticas cotidianas, levando para o leitor aquilo que ele próprio deseja.¹²

Utilizar a fonte impressa (revista) não é totalmente uma novidade tendo em vista que essas fontes eram usadas pelos historiadores desde o século XIX, havia uma História da imprensa, mas “relutava-se em mobilizá-los para a escrita da História por meio da imprensa”.¹³ Isso devido ao fato pela tradição, pela busca da

⁸BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992. P. 83-84.

⁹Ibidem. P. 82.

¹⁰Sistema de disposições duráveis e transponíveis que exprime, sob a forma de preferências sistemáticas, as necessidades objetivas das quais ele é o produto [...] In: BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992. P.82.

¹¹Ibidem. P. 83.

¹²JOANILHO, André Luiz & JOANILHO, Mariângela Peccioli Galli. *Sombras literárias: a fotonovela e a produção cultural*. Revista Brasileira de História. São Paulo, v.28, nº56, P. 537.

¹³LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: *Fontes Históricas*. Carla Bassanezi Pinsky (organizadora) – São Paulo: Contexto, 2005. P.111.

verdade e pelos métodos de crítica textual que prezava a objetividade, neutralidade, a credibilidade, que se formou uma hierarquia qualitativa dos documentos para a qual o especialista deveria estar a atentos.

A partir de críticas da Escola dos Annales, sobretudo, da terceira geração dos Annales obteve um alargamento do campo de preocupação dos historiadores, entre elas, a renovação temática e assim nas pesquisas foram incluídos temas que até então não eram muito explorados como o corpo, as mulheres, as mentalidades, as práticas culinárias e etc...

... A novidade parece-nos estar ligada a três processos: novos problemas colocavam em causa a própria história; novas abordagens modificam, enriquecem, subvertem os setores tradicionais da história; novos objetos, enfim, aparecem, no campo epistemológico da história.¹⁴

Essas mudanças alteram a própria concepção de documentos, além de incentivarem a interdisciplinaridade. Nesse sentido, as imensas possibilidades de análise de correntes da Nova História potencializaram o gênero “revista” como fonte.¹⁵

As revistas do começo do século XX eram chamadas de variedades ou ilustradas, como por exemplo, a *Revista da Semana* (1900); *Fon-Fon* (1917); *A Cigarra* (1914);

Com apresentação cuidadosa, de leitura fácil e agradável, diagramação que reserva amplo espaço para as imagens e conteúdo diversificado que poderia incluir acontecimentos sociais, crônicas, poesias, fatos curiosos do país e do mundo, instantâneas da vida urbana, humor, conselhos médicos, moda e regras de etiqueta, notas policiais, jogos, charadas e literatura para crianças, tais publicações forneciam um luto cardápio que procurava agradar a diferentes leitores, justificando o termo variedades.¹⁶

Segundo Tania de Luca só teve uma renovação significativa a partir da revista *O Cruzeiro* (1928) “quando a fotografia e a reportagem ganharam novos sentidos e asseguravam à revista a liderança no mercado nacional”.¹⁷

¹⁴LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre. Apresentação In: *História: novos problemas*. Direção de Jacques Le Goff e Pierre Nora; tradução de Theo Santiago. Rio de Janeiro, F. Alves, 1976. P. 12.

¹⁵Cf. LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: *Fontes Históricas*. Carla Bassanezi Pinsky (organizadora) – São Paulo: Contexto, 2005; MARTINS, Ana Luísa. *Da fantasia à História: folheando páginas revisteiras*. História. São Paulo, V.22, nº1, PP. 59 a 79, 2003.

¹⁶LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: *Fontes Históricas*. Carla Bassanezi Pinsky (organizadora) – São Paulo: Contexto, 2005. P. 121.

¹⁷Ibidem. Idem.

Este trabalho situa entre os quais preferem analisar as redes de poder a que estão sujeitas tanto a produção quanto a recepção dos materiais¹⁸ e estudar o corpo segundo uma perspectiva genealógica volta-se a apreensão das condições de possibilidade que fazem emergir, em cada época, as relações e as oposições entre os corpos, suas designações e suas especificidades.

Optamos por realizar, neste capítulo de abertura, uma exposição geral acerca de alguns conceitos de Michel Foucault e a importância desses para o uso do fazer historiográfico deste trabalho. Na segunda parte, nosso objetivo central é fazer, de maneira sucinta, o delineamento do surgimento da industrialização no Brasil, sobretudo, nos finais dos anos 1950 até começo dos anos de 1960; Trataremos também brevemente sobre a imprensa feminina e a criação da revista *Capricho*. A respeito disso, enfatizaremos a importância da industrialização, da expansão do capitalismo e dos meios de comunicação para abertura de uma “democratização da beleza”, pois a partir da industrialização acelerada contribuiu para um mercado de consumo, no qual os editoriais das revistas tiveram a efetivação de novos produtos e desse jeito, a disseminação das práticas de beleza, higiene e saúde.

E por último, o capítulo de análise de fonte. Tratar-se de destacar a repetição de um número muito pequeno de enunciados relacionados entre si, no caso, da revista *Capricho* consideramos que prevaleçam cinco enunciados: saúde; higiene; educação; ciência; prazer/erotismo. E esses enunciados são as unidades mínimas do discurso para Foucault e o discurso não é necessariamente linguagem. Ele é uma maneira de estruturar o pensamento. Então, por exemplo, do enunciado “ciência” no período que as revistas são publicadas, estamos falando de uma maneira específica que determinado grupo, naquela época, pensavam a ciência. Esse enunciado é atualizado de diversas maneiras. Na propaganda para o cuidado com os cabelos podemos ver a referência como o produto é resultado de pesquisas, o uso estatístico. Todas essas expressões se referem ao mesmo enunciado “ciência”, e também em relação a outros enunciados.

¹⁸Cf. OHARA, João Rodolfo Munhoz. *Articular Certeau, Bourdieu e Foucault para uma crítica ao conceito de “Indústria Cultural”: Consumo e poder*. Revista de Teoria da História Ano 4, Número 8, Dez/2012 Universidade Federal de Goiás.

Ressaltamos ainda, a relação dos discursos da revista Capricho com o dispositivo biopolítico, no sentido, poder de normatizar a aparência física dos consumidores e o que as pessoas fazem sobre o corpo.

CAPÍTULO 1

FORMAÇÕES DISCURSIVAS EM TORNO DO “BELO”

Existe belo? Como poderíamos adjetivar alguma coisa como belo? Sabemos que a discussão sobre o belo existe desde a antiguidade clássica, com os escritos de Platão. E com o pensamento ligado a filosofia platônica, se observar uma desvalorização da corporeidade em favor da beleza “espiritual”, na qual o modelo da realidade são ideias, das quais as coisas são apenas lívidas e imperfeitas imitações. Aqui entram também as teorias de proporção e simetria, pautadas na beleza da boa forma. Pois, segundo Umberto Eco¹⁹, a partir do tema da beleza elaborado por Platão, nascerá as duas concepções mais importantes da beleza que foram elaboradas no decorrer dos séculos: a beleza como harmonia e proporção das partes (derivadas de Pitágoras) e a beleza como esplendor, exposta no Fedro, que influenciará o pensamento neoplatônico.²⁰

Na Antiguidade Clássica a beleza era para os gregos sinônimo de perfeição da mente e do corpo, cuidava-se do corpo para mantê-lo apto e forte a fim de se tornarem bons atletas e soldados, mas tudo de forma temperante e equilibrada. Os romanos eram conhecidos pelas construções públicas de casas de banho separadas por homens e mulheres. Além das termas que serviam para que as pessoas passassem alternadamente por salas de água quente e fria, o que provocava a transpiração que eliminava as impurezas da pele²¹. Na Idade Média a beleza não era muito bem vista aos olhos da Igreja, sobretudo, a católica que exercia função predominante na vida das pessoas. Como exemplo, a maquiagem era algo ligado ao pecado, pois era uma prática considerada sedutora.

A partir do Renascimento a maquiagem começa a se tornar mais importante, os usos de joias, os penteados mais elaborados e o luxo ganha visibilidade no vestuário e, quanto mais nobre, mais ornamentado se apresentava. Era uma forma de

¹⁹O autor estuda a História da beleza na cultura ocidental a partir de fontes diversas (principalmente obras de arte) para entender qual era, em determinado momento, o ideal de beleza. Segundo ele, a noção de beleza jamais foi algo absoluto e imutável, mas adotou faces diversas dependendo do período histórico e país. Por fim, que diferentes modelos de beleza coexistem em uma mesma época. Cf. ECO, Umberto. *História da Beleza*. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004. P.12-14.

²⁰ECO, Umberto. *História da Beleza*. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004. P.48.

²¹Cf. FUNARI, P.P.A. *A vida quotidiana na Roma Antiga*. São Paulo: Annablume, 2003 & FUNARI, P.P.A. *Cultura Popular na Antiguidade Clássica*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 1996.

apresentar uma distinção social também. Do século XIX em diante a noção de beleza transforma-se bastante, as atenções voltam para os detalhes; e as indústrias começam a produzir produtos de embelezamento em larga escala e tornando-se mais acessíveis e, sobretudo, no século XX, um novo sistema de comunicação e agenciamento das normas estéticas foi ganhando contornos e afirmação mais efetiva, ou seja, a imprensa feminina e a mídia²². No qual, se divulga técnicas e cuidados estéticos para a “mulher moderna”. Por exemplo, no Brasil, entre os anos de 1954 e 1963, a revista *Capricho* foi um espaço significativo para o discurso de construção da noção de beleza.

Na nossa contemporaneidade, podemos falar em “padrões”, pois hoje temos vários tipos de beleza ou simplesmente “*a beleza está nos olhos de quem vê*”. Deste modo, podemos dizer, que ao longo da história o belo adquiriu diversas formas de acordo com diferentes discursos e práticas. Nesta perspectiva, as noções de *problematização* e de *prática discursiva* de Michel Foucault²³ constituem uma ferramenta para pensarmos a construção do belo nas páginas da revista *Capricho*.

Para autor, a *problematização* é entendida não como uma representação de um objeto pré-existente. Nem a criação, por meio do discurso, de um objeto que não existe, mas “o conjunto de práticas discursivas ou não discursivas que faz entrar alguma coisa no jogo do verdadeiro e falso e o constitui como objeto para o pensamento (seja sob a forma da moral, do conhecimento científico, da análise política etc.)”.²⁴ É nesse mesmo sentido que Gilles Deleuze afirma, no livro *Conversações*, que...

pensar é, primeiramente, ver e falar, mas com a condição de que o olho não permaneça nas coisas e se eleve até as ‘visibilidades’, e de que a linguagem não fique nas palavras ou frases e se eleve até os enunciados. É pensamento como arquivo. Além disso, pensar é poder, isto é, estender relações de força, com a condição de compreender que as relações de força não se reduzem à violência, mas constituem ações sobre ações, ou seja atos, tais como ‘incitar, induzir, desviar, facilitar

²²Cf. VIGARELLO, Georges. *História da Beleza*. Tradução Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006. No segundo capítulo desenvolveremos essa ideia na parte “2.3 Democratização da beleza”.

²³Paul-Michel Foucault (1926-1984) nasceu na cidade de Poitiers, na França. Filho de médicos renomados - seu pai, Paul Foucault, era cirurgião e professor da Escola de Medicina local. Formou-se em filosofia (1948) pela Sorbonne e psicologia (1949) pela École Normale Supérieure da Rue D’Ulm, ambas em Paris.

Em 1970 Foucault será nomeado para o Collège de France em substituição a Jean Hyppolite, a cadeira que ele ocupará será criada especialmente para abrigá-lo: “História dos Sistemas de Pensamentos”.

²⁴FOUCAULT, Michel. Polêmica, política e problematizações In: *Ética, sexualidade, política*. Organização e seleção de textos Manoel Barros de Motta; tradução Elisa Monteiro, Inês Autran Dourado Barbosa. – 2. Ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010. P.242. (Coleções Ditos & Escritos V).

ou dificultar, ampliar ou limitar, tornar mais ou menos provável...’. É o pensamento como estratégia.²⁵

A partir da fala desses intelectuais podemos admitir, em suma, que *problematização* é o processo – constituído por práticas discursivas e não discursivas – de construção de um problema para o pensamento e, conseqüentemente, da produção de discursos e práticas para solução desse problema.

Além disso, a análise comporta duas camadas. Por um lado, a *visibilidade* que são locais de luminosidade ou formas de luminosidade que distribuem “o visto e o não visto, o claro e o escuro”; por exemplo, o panóptico que é um local que permite ver todos os elementos ou todas as partes e ao mesmo tempo não ser visto, que serve de instituição de saber poder prisional controlando e apreendendo sobre o criminoso através da “observação”, pelos métodos disciplinares e pelos processos de exame. E, por outro lado, a *dizibilidade* que são os enunciados que compõem a camada discursiva que têm regras próprias que mudam historicamente e correspondem em cada época um “regime enunciativo”, por exemplo, a delinquência como nova maneira de dizer sobre o criminoso. Assim, “maneira de dizer e forma de ver, discursividades e evidências, cada estrato é feito de uma combinação das duas e, de um estrato ao outro há variação de ambas e de sua combinação.²⁶

Apesar dessas camadas terem suas características diferentes, há o primado do enunciado, “embora eles se insiram um no outro e não parem de se interpenetrar, compondo cada estrato ou cada saber”.²⁷ Por exemplo, a prisão e o aparelho policial, a partir do final do século XVIII, cria um campo de visibilidade, coloca o criminoso à disposição do examinador. Isso é uma condição de possibilidade para o surgimento da criminologia que, por sua, vez aplica uma série de ferramentas (estatísticas, hermenêuticas, etc.) e estabelece novas possibilidades ação sobre esses criminosos, modificando assim o aparato prisional e policial²⁸.

Nesse sentido, pensar a constituição da beleza na revista *Capricho* é estudar as práticas discursivas que constituem os padrões de beleza, que se imbricam com o desejo (o que as pessoas querem) e as falas sobre o corpo (que já circulam, como

²⁵DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Tradução de Peter PálPelbart. São Paulo: Ed. 34, 2013 (3 edição). P.123-124. (Coleção TRANS).

²⁶DELEUZE, GILLES. *Foucault*. Tradução Claudia Sant’Anna Martins; revisão da tradução Renato Ribeiro – São Paulo: Brasiliense, 2005. P. 58.

²⁷ Ibidem. P. 70.

²⁸ Cf. FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Tradução: Raquel Ramallete. Petropolis: Vozes, 1987.

as da indústria farmacêutica) no qual o corpo é *fabricado*. Entretanto, antes de nos debruçarmos sobre as páginas da revista, é preciso discutir com maior detalhamento os elementos do pensamento de Foucault significativos para nossa empreitada que começa no próximo subcapítulo.

1.2 A História, o documento e as Práticas discursivas

Michel Foucault no livro *Arqueologia do saber* (1969) estabelece uma densa relação crítica com a “História Tradicional”, apontando o fato dos historiadores voltarem sua atenção às continuidades, à totalidade (história global) que supõe “todos os fenômenos de um mesmo espaço-tempo são variações ou exprimem um núcleo central, supõe a existência de uma mesma historicidade para diferentes séries”.²⁹ Deste modo, eliminando a heterogeneidade, a dispersão, os acidentes, a descontinuidade que fazem parte dessa nova proposição de análise histórica adotada por ele (história geral) que “supõe a existência de fenômenos, acontecimentos e temporalidades, procura descrever diferentes séries e o jogo (não a unidade) de correlações com as outras, define seu objeto a partir de um problema e de um conjunto de documentos selecionados”.³⁰

Foucault afirma que os problemas colocados pela “História Tradicional” e as suas proposições para a análise histórica são os mesmos, mas os efeitos de superfície são inversos, ou seja, a crítica do documento. Segundo o autor a história mudou sua posição acerca do documento, esta não é mais os rastros silenciosos nos quais tínhamos que interrogar para reconstituir o passado “ela é o trabalho e a utilização de uma materialidade documental”.³¹ Assim, ele compreende que há uma materialidade documental e a utilização dessa materialidade é o trabalho sobre isso que vai reconstituir o passado. O “documento não é o feliz direito, memória; a história é,

²⁹RAMOS, Igor Guedes. *Genealogia de uma operação historiográfica: as apropriações dos pensamentos de Edward Palmer Thompson e de Michel Foucault pelos historiadores brasileiros na década de 1980*. Assis, 2014. P.159. (Tese de Doutorado).

³⁰ Ibidem, p. 159.

³¹FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P. 07.

para uma sociedade, uma certa maneira de dar status e elaboração à massa documental de que ela não se separa”.³²

A questão é que a história tradicional procurava extrair dos documentos um “sentido profundo” atravessava toda a história da humanidade e unifica todos os aspectos da vida humana; o que está sendo feito naquele momento é extrair “séries” dos documentos e estabelecer suas relações, por exemplo: crescimento demográfico na Europa gerado pelo aumento da produção agrícola e ambos permitem um incremento no comércio na América. No caso dos historiadores, o destaque é nas “séries” de longa duração (mentalidades e os Braudelianos), em Foucault são as séries de curta duração, sistemas punitivos. Deste modo, vemos o belo como resultado de rupturas e mudanças e não um desenvolvimento contínuo de uma estética ou a busca de adaptação a uma essência de beleza.

Para escapar dos problemas da “História Tradicional”, é preciso um método diferente do estruturalismo e da hermenêutica. Segundo Deleuze, a arqueologia de Foucault se opõe as essas duas formas modernas de análise da linguagem: a formalização e interpretação. Nesse sentido, o estruturalismo que analisa a língua como um conjunto estruturado e os significantes “tenta eliminar tanto o sujeito quanto o sentido, buscando leis objetivas que governam toda a vida humana”³³; e, a hermenêutica que analisa o discurso à procura do sentido tácito e profundo das palavras.

A “História Tradicional” seria, então, uma forma de memorizar os monumentos do passado e essa “nova” História transforma o documento em monumentos, ou seja, esse procedimento que permite descrever as práticas discursivas que atravessam em cada época os documentos:

o documento não é um ‘indício neutro’ do passado, foi construído por relações de força. Daí, o procedimento de Foucault é manter-se na *exterioridade* do documento e descrever historicamente as diferentes relações de força, é fazer valer a *raridade* e o *acúmulo* dos discursos.³⁴

³²Ibidem, p. 07.

³³DEYFRUS, Hubert; RABINOW, Paul. *Michel Foucault - Uma Trajetória Filosófica: para além do estruturalismo e da Hermenêutica*. Tradução: Vera Portocarrero e Gilda Gomes Carreiro; Introdução: traduzida por Antonio Cavalcanti Maia; revisão técnica: Vera Portocarrero. – 2ed. Rev. – Rio de Janeiro: Ed.Forense Universitária, 2010.

³⁴RAMOS, Igor Guedes. *Genealogia de uma operação historiográfica: as apropriações dos pensamentos de Edward Palmer Thompson e de Michel Foucault pelos historiadores brasileiros na década de 1980*. Assis, 2014. P.162. (Tese de Doutorado).

Logo, o princípio de raridade trata-se de observar as regras de aparecimento dos enunciados, pois “os atos são raros” [...] e “a questão são as correlações que geralmente acompanham esses atos, ou melhor, verificar se raridades aparecem em séries correlatas”³⁵ e assim, suas formas de utilização e de apropriação. Contraponto a ideia de “análise do discurso está colocada, na maior parte do tempo, sob o duplo signo da totalidade e da pletora”.³⁶

Já, o princípio de exterioridade não se trata de analisar “quem fala”, mas “como o conjunto das coisas ditas, as relações de poder, as regularidades e as transformações que podem aí ser observadas, o domínio do qual certas figuras e certos entrecruzamentos indicam o lugar singular de um sujeito falante”.³⁷ E por último, o princípio de acúmulo que não expressa no sentido de algo constante, mas “trata os enunciados na densidade do acúmulo em que são tomadas e que, entretanto, não deixam de modificar, de inquietar, de agitar e, às vezes, de arruinar”.³⁸

Na esfera discursiva a arqueologia busca as condições de enunciação do discurso e de sua eleição como *discurso*³⁹ *verdadeiro* e não a apreensão de uma suposta objetividade do conhecimento ou manifestação de um sujeito que pensa, que conhece e diz. Trata-se de determinar a *positividade* de um saber, ou seja, o regime discursivo ao qual pertencem as condições (discursiva e não discursiva) de exercício de uma função enunciativa. São essas condições de enunciação *o dito e o regrado* em uma dada configuração que a arqueologia procura *descrever*. Assim, substitui-se “a busca das totalidades pela análise da raridade, o tema do fundamento transcendental pela descrição das relações de exterioridade, a busca da origem pela análise dos acúmulos”.⁴⁰

Tal como Foucault, não procuramos uma estrutura universal, um sentido profundo ou os significados do belo na revista *Capricho*, mas descrever suas relações com outros enunciados como posições corporais, prescrição sobre dieta alimentar entre outros. Podemos usar como exemplo, a diferença do soldado do século

³⁵JOANILHO, André Luiz. *Michel Foucault e a pesquisa histórica: questões de método*. In: DENIPOTI, Cláudio & JOANILHO, André Luiz. Orgs. *Leituras em História*. Curitiba: 2003. P. 19.

³⁶FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P. 134.

³⁷Ibidem, p. 139.

³⁸Ibidem, p. 141.

³⁹“Um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiem na mesma formação discursiva; ele não forma uma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou utilização poderíamos assinalar (e explicar, se for o caso) na história; é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência” In: FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P. 132.

⁴⁰FOUCAULT, Michel, op.cit. P.142.

XVII e do soldado do século XVIII presente no livro *Vigiar e Punir*, em que o primeiro aparece com uma série de características físicas como: o formato dos ombros, dos braços, das pernas e etc.; no qual “era reconhecido de longe um soldado” e o segundo a partir de uma série de procedimentos, treinamentos e “correções” o soldado torna-se fabricado. O autor afirma que durante a época clássica houve uma descoberta do corpo como objeto e alvo do poder e toda uma gama de incitações para modelar, treinar esse corpo de forma que se torne útil e apto.⁴¹

Nós criamos saberes que passam conhecer melhor os indivíduos, suas subjetividades, suas formas de vida, suas maneiras de ser. Esses saberes chamados de ciências humanas passaram a ter um conhecimento extenso sobre o que as pessoas pensam, no modo de vida, no funcionamento do dia-a-dia que, portanto, podem intervir nas vidas dos sujeitos - quando se tem problema de língua procura-se um fonoaudiólogo, um saber, se tem um problema afetivo procura-se um psicanalista; temos assim, um conjunto de saberes que intervêm na vida das pessoas produzindo esses próprios indivíduos.

Saber ou saberes para Michel Foucault está vinculado em diferentes tipos de discursos e não necessariamente em discursos científicos, pois um saber é aquilo de que “podemos falar em uma prática discursiva que se encontra assim especificada: o domínio constituído pelos diferentes objetos que irão adquirir ou não *status* científico”; “podem atravessar textos literários ou filosóficos” e podem também estar em “ficções, reflexões, narrativas, regulamentos institucionais, decisões políticas”.⁴² Assim, o saber se caracteriza por suas combinações do visível e do enunciável próprias para cada camada.

A revista *Capricho* entra como um espaço de saber que se define por possibilidades de utilização e de apropriação oferecidas pelo discurso que se articula com as práticas não discursivas. Isso pode ser visto nas matérias e propagandas que incitam a transformação do corpo e seu aprimoramento por meio de produtos específicos e práticas “corretas”. Destacamos que esses saberes circulam nos textos, nas propagandas e nas imagens que falam de diferentes práticas sociais como, por exemplo, as de embelezamento, de saúde e de higiene. Investimentos que são direcionados,

⁴¹Cf. FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Tradução: Raquel Ramalhe. Petropolis: Vozes, 1987. P.117.

⁴²FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P. 2014-205.

igualmente para a aquisição e manutenção da saúde, da beleza e de uma possível feminilidade.

Assim, o enunciado para Foucault define/descreve as condições nas quais se realizou a função que deu uma série de signos, ou seja, os enunciados e as formações discursivas⁴³ são resultados de lutas de um saber ou saberes, que se quer igualmente poder, antes de serem formas de linguagem. Pois, o saber não é próprio das obras científicas como vimos, mas de todo um conjunto de enunciados que perpassam diversas obras e discursos. Evidencia-se que o enunciado não se reduz a uma unidade linguística, mas é uma função, porque

trata-se, antes de uma função que se exerce verticalmente, em relação às diversas unidades, e que permite dizer, a propósito de uma série de signos, se elas estão aí presentes ou não [...] é que ele não é em si mesmo uma unidade, mas sim uma função que cruza um domínio de estruturas e de possíveis e que faz com que apareçam, com conteúdos concretos, no tempo e no espaço.⁴⁴

Dessa forma, é preciso problematizar o que faz com que existam tais conjuntos de signos que permitem que essas regras e formas possam se atualizar. Trata-se de descobrir as regras de formação da correlação do enunciado que “está antes ligado a um ‘referencial’ que não é constituído de ‘coisas’, de ‘fatos’, de ‘realidade’, ou de ‘seres’, mas de lei de possibilidade”.⁴⁵ A partir disso, os enunciados não são frases, palavras ou proposições, mas “formações que apenas se destacam de seus *corpus* quando os sujeitos da frase, os objetos da proposição, os significados das palavras *mudam de natureza*, tomando lugar no ‘diz-se’, distribuindo-se, dispersando-se na espessura da linguagem”.⁴⁶

Foucault diz que para que uma sequência de elementos linguísticos possa ser considerada como um enunciado, ela deve ter existência material,

essa materialidade repetível que caracteriza a função enunciativa faz aparecer o enunciado como um objeto entre os que os homens produzem, manipulam, utilizam, transformam definitiva – e perdida no passado, como a decisão de uma batalha, uma catástrofe geológica ou a morte de um rei -, o enunciado, ao mesmo tempo que surge em

⁴³“É uma regularidade entre discursos em um recorte espacial e temporal”. Cf. RAMOS, Igor Guedes. *Genealogia de uma operação historiográfica: as apropriações dos pensamentos de Edward Palmer Thompson e de Michel Foucault pelos historiadores brasileiros na década de 1980*.

⁴⁴FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P.98.

⁴⁵Ibidem, P.102.

⁴⁶DELEUZE, GILLES. *Foucault*. Tradução Claudia Sant’Anna Martins; revisão da tradução Renato Ribeiro – São Paulo: Brasiliense, 2005. P. 29.

sua materialidade, aparece com um status, entra em redes, se coloca em campos de utilização, se oferece a transferência e a modificações possíveis, se integra em operações e em estratégias onde sua identidade se mantém ou se apaga. Assim, o enunciado circula, serve, se esquia, permite ou impede a realização de um desejo, é dócil ou rebelde a interesses, entra na ordem das contestações e das lutas, torna-se tema de apropriação ou de rivalidade.⁴⁷

Assim, parafraseando André Luiz Joasilho, na relação enunciativa a referência passa pelo objeto, como, por exemplo, no estudo que estamos desenvolvendo: o objeto é a beleza corporal; logo, a pergunta que podemos fazer não é o *por quê*, mas *como* se constituíram em um determinado momento práticas discursivas e não-discursivas que designaram o que é “ser bonita” ou “como posso me sentir, tornar-me bonita”?

A partir, de “conjuntos enunciados que se apóia em um mesmo sistema de formação; é assim que poderei falar de discurso clínico; do discurso econômico; do discurso da história natural, do discurso psiquiátrico”.⁴⁸ O enunciado é, ao mesmo tempo, não visível e não oculto, afirma Foucault, pois não se trata de descobrir o que está oculto, porque o enunciado se refere a um jogo de posições do sujeito e a uma materialidade. Assim, é preciso estar atento ao campo dos fatos do discurso a partir do qual são construídos. O projeto do autor trata-se de

uma descrição dos acontecimentos discursivos como horizonte para a busca das unidades⁴⁹ que aí se formam [...] Como apareceu um determinado enunciado, e não outro em seu lugar? [...] Análise do campo discurso compreende o enunciado na estreiteza da singularidade de sua situação; de determinar as condições de sua existência, de fixar seus limites da forma mais justa, de estabelecer suas correlações com os outros enunciados a que pode estar ligados, de mostrar que outras formas de enunciação exclui.⁵⁰

E também, fazer “aparecer” o espaço em que desenvolvem os acontecimentos discursivos e descrever os jogos de relações. Assim sendo, a descrição dos fatos do discurso estará liberada de todos os agrupamentos considerados como unidades naturais, imediatas e universais, afirma Foucault, pois teremos a possibilidade de descrever outras unidades baseadas por um conjunto de decisões controladas.

⁴⁷Ibidem, P.118-119.

⁴⁸Ibidem, P.122.

⁴⁹Exemplos: medicina, política...

⁵⁰FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P. 30-31.

Por isso, “é preciso recorte provisório; empiricamente escolher um domínio em que as relações ocorram o risco de numerosas, densa [...] outra região que estejam ligados uns aos outros; apreender em um enunciado: o de sua existência e das regras de seu aparecimento”.⁵¹ Ao serem colocadas em correlação, “as falas” poderão constituir uma formação discursiva e essa não passa necessariamente pelo sujeito enunciante, ou seja, são discursos que podem ser ocupados por vários sujeitos, sem serem feitas referências específicas a eles.

Dessa forma, chegamos onde o Foucault apresenta mais um elemento, as práticas discursivas, ou seja, “maneiras de fazer” - “o intermediário que pode definir o que são as coisas e situar o uso das palavras”.⁵² Assim...

não podemos confundi-la com a operação expressiva pela qual um indivíduo fórmula uma idéia, um desejo, uma imagem; nem com a atividade racional que pode ser acionada em um sistema de inferência; nem com a ‘competência’ de um sujeito falante, quando constrói frases gramaticais; é um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinada no tempo e espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou lingüística, as condições de exercício da função enunciativa.⁵³

É necessário dizer, com relação à prática discursiva que Foucault acrescentará, nas obras seguintes, “a questão do poder que, embora delineado, no período arqueológico, somente ganhará corpo na fase genealógica, abandonando o conceito de formações discursivas”.⁵⁴

1.3 Poder disciplinar/ Biopolítica

A partir de meados da década de 1970, a análise de Michel Foucault torna-se cada vez mais genealógica, temos uma perspectiva que procura despir a maneira como os discursos se investem em intuições diversas e balizam práticas não

⁵¹Ibidem, P. 33.

⁵²RAMOS, Igor Guedes. *Genealogia de uma operação historiográfica: as apropriações dos pensamentos de Edward Palmer Thompson e de Michel Foucault pelos historiadores brasileiros na década de 1980*. Assis, 2014. P.118. (Tese de Doutorado).

⁵³FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P. 133.

⁵⁴JOANILHO, André Luiz & JOANILHO, Mariângela P. Galli. *O enunciado em Michel Foucault*. Disponível

em:<http://www.researchgate.net/publication/258999463_Enunciado_e_discurso_em_Michel_Foucault>. Acessado em: 03/05/2014. P.16.

discursivas que informam determinadas formas do exercício do poder e mais, o saber no âmbito das relações de poder e das lutas políticas considerando a verdade como produção histórica. Isto é, os tipos de discurso que elas acolhem e fazem funcionar como verdadeiros, como os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros ou falsos. Para Foucault não se trata de focalizar o sujeito como sujeito de conhecimento, como ponto de origem a partir do qual o conhecimento é possível e a verdade aparece, mas diz respeito ao fato de ver como é que o sujeito é fundado e refundado permanentemente através da história⁵⁵.

O corpo é considerado como um investimento político e esse é compreendido como superfície, pois

o corpo é ao mesmo tempo uma massa, um invólucro, uma superfície que se mantêm ao longo da história [...] como objeto de relações de poder-saber que constituem atitudes corporais e formas de sujeito, o corpo sofre as ações baseadas em diferentes tecnologias historicamente elaboradas.⁵⁶

E essas relações de poder vão marcar o corpo, investi e vão torná-lo uma realidade ou uma verdade. Assim, o corpo é transitório, mutável e não é universal; Foucault diz que até o século XVIII o corpo dos indivíduos é essencialmente a superfície de inscrição de suplícios e penas; o corpo era feito para ser supliciado, nas palavras do autor “o corpo está diretamente mergulhado num campo político, as relações de poder tem alcance imediato sobre ele; elas o investem, o marcam, o dirigem, o supliciam, sujeitam-no a trabalhar, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais...”⁵⁷

A partir do século XIX surgem instâncias de controle em que o corpo adquire uma significação diferente, nesse sentido, o corpo não deve ser supliciado, mas o que deve ser formado, reformado, corrigido, o que adquirir aptidões, receber um certo número de qualidades, qualificar-se como corpo capaz de trabalhar⁵⁸.

Nessa rede, a função não é mais de punir as infrações dos indivíduos, mas de corrigir suas virtualidades, capaz de inúmeras interferências conforme as leis, os

⁵⁵Cf. FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Tradução Roberto Cabral de Melo Machado e Eduardo Jardim Morais, supervisão final do texto Léa Porto de Abreu Novaes... et al. J. – Rio de Janeiro: NAU Editora, 2003.

⁵⁶MENDES, Cláudio Lúcio. *O corpo em Foucault: superfície de disciplinamento e governo*. Revista de Ciências Humanas, n. 39, 2006. P.168.

⁵⁷FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Tradução: Raquel Ramallete. Petropolis: Vozes, 1987. P. 25.

⁵⁸Cf. FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Tradução Roberto Cabral de Melo Machado e Eduardo Jardim Morais, supervisão final do texto Léa Porto de Abreu Novaes... et al. J. – Rio de Janeiro: NAU Editora, 2003.

códigos morais e também, da ampliação da cientificidade e da tecnológica de cada cultura que criam sobre os corpos, os discursos que sobre ele produz e reproduz as marcas que o identificam e o poder de nomeá-lo, classificá-lo e estabelecer, por exemplo, o que é considerado um corpo belo, saudável e feminino.

O poder para Foucault não é algo que se possui e nem está num lugar específico, apesar das disposições que o acomodam, ele é relacional como, por exemplo, ele se dá nas relações menores: professor / aluno, pais / filhos. Assim, o que regula essas relações de força é a capacidade de normatizar o outro, a partir das próprias ações, um para com o outro. Segundo Foucault

[...] o poder não se dá, não se troca nem se retoma, mas se exerce, só existe em ação, como também da afirmação que o poder não é principalmente manutenção e reprodução das relações econômicas, mas acima de tudo uma relação de força.⁵⁹

O poder, antes de ser constituído pelo exercício da dominação como, por exemplo, de uma classe, é difuso, local “notar-se-á que ‘local’ tem dois sentidos bem diferentes: o poder é local porque nunca é global, mas ele não é local nem localizável porque é difuso”.⁶⁰ Deste modo, o poder deve ser analisado como algo que só funciona em cadeia, ou seja, funciona e se exerce em rede, e o mais interessante: o poder passa pelos indivíduos, pois “nas malhas os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre os centros de transmissão”.⁶¹

Segundo o autor as relações de poder são, antes de tudo, produtivas, ou seja, o que importa é produzir, e isso não se limita ao discurso econômico, mas serve qualquer coisa, desde que tenhamos corpos úteis. Logo, “o poder não tem essência, ele é operatório. Não é atributo, mas relação de forças, que passa tanto pelas forças dominadas quanto pelas dominantes, ambas constituindo singularidades”.⁶²

Por fim, o poder não é apenas repressivo, ou opera necessariamente pela violência quando se dirige aos corpos, neste ponto o que chama atenção é justamente “... se a função do poder fosse dizer ‘não’, ele dificilmente seria obedecido.

⁵⁹FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Organização e Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: edição Graal, 1979. P.175.

⁶⁰DELEUZE, GILLES. *Foucault*. Tradução Claudia Sant’Anna Martins; revisão da tradução Renato Ribeiro – São Paulo: Brasiliense, 2005. P. 36.

⁶¹FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Organização e Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: edição Graal, 1979. P.183.

⁶²DELEUZE, Gilles. *Ibidem*. P. 37.

O que acontece com o poder como assinalamos, é que ele é uma relação, é uma ‘rede produtiva’. O poder produz saber, ele cria a realidade ao invés de vetar”.⁶³

As tecnologias de poder se encontram em diferentes instituições da vida cotidiana, como próprio Foucault analisou: nas fábricas, nas escolas que se tem uma pedagogização do corpo. Segundo ele, uma boa caligrafia supõe uma ginástica; uma rotina cujo código abrange o corpo por inteiro, da ponta do pé à extremidade do indicador, assim, demonstra que um corpo disciplinado forma o contexto de realização do mínimo gesto⁶⁴ e ao mesmo tempo, um saber que tem agora por característica não mais determinar se alguma coisa se passou ou não, mas de determinar se um indivíduo se conduz ou não como deve se conduzir, conforme regras.

Observamos isso, nas páginas da revista *Capricho*, o jeito de se comportar, aparentar, depende de certas performances. Deste modo, no método genealógico, que parte do pressuposto que o sujeito não existe como entidade portadora de essência, mas que sua constituição é conformada historicamente, em que tanto as técnicas disciplinares como as técnicas relativas ao biopoder têm como o caminho de ação o corpo.

Para Michel Foucault a biopolítica é o nome dado a um conjunto de práticas (discursivas e não discursivas) historicamente singular que, desde o século XVIII, que se tentou racionalizar os problemas propostos à prática governamental, pelos fenômenos próprios a um conjunto de seres vivos constituídos em população. É o momento em que a saúde, a beleza, o corpo, dos indivíduos viram um problema de governo dos outros - deixa de ser um problema do governo de si - daí uma série de práticas massivas sobre a população, consideramos a revista *Capricho* é mais um espaço dessas práticas.

Pois, antes, entre o soberano e o súdito havia o direito de vida e morte esse direito de vida e morte é condicionado à defesa do soberano e a sua sobrevivência enquanto tal. Segundo Foucault, a época clássica conheceu uma transformação muito profunda no mecanismo de poder, no qual “um poder destinado a produzir forças, a fazê-las crescer e a ordená-las mais do que a barrá-las, dobrá-las ou destruí-las. Com

⁶³CARDOSO JR, Hélio Rebello. Corpo e sexualidade entre disciplina e biopolítica IN: *Michel Foucault: sexualidade, corpo e direito*. Organizadores: Luiz Antônio, Francisco de Souza, Thiago Teixeira Sabatine e Boris Ribeiro de Magalhães. – Marília. : Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. P. 163.

⁶⁴ Cf. FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Tradução: Raquel Ramallete. Petropolis: Vozes, 1987. P. 130.

isso o direito de morte tenderá a se descolar ou pelos menos, a se apoiar nas exigências de um poder que gere a vida e a se ordenar em função de seus reclamos”.⁶⁵ Foucault afirma que agora o direito de morte apresenta-se como o complemento de um poder que se exerce, positivamente, sobre a vida.

A partir do século XVIII o poder sobre a vida desenvolveu duas formas ou dois pólos com seu desenvolvimento interligados: o primeiro pólo é o corpo como máquina (disciplinas do corpo), surge nas escolas, hospitais, fábricas, que se resulta na docilização e na disciplinarização do corpo. O poder disciplinar é um poder que concerne ao indivíduo que se efetua por meio do exame, ou seja, da vigilância permanente, de forma classificatória que permite distribuir os indivíduos, medi-los, localizá-los e por fim, utilizá-los ao máximo.⁶⁶

O segundo pólo é o corpo-espécie (regulações da população) que se formou um pouco mais tarde (XVIII) que mobiliza outro componente estratégico, a gestão da vida sobre a população, como explicado anteriormente. Agora o poder age em duas frentes diferentes, pois o controle se estendeu aos ambientes abertos, que se tornaram locais de resistência ao poder disciplinar que é em locais fechados. Assim, tornou sua aplicação de poder no meio social mais efetiva. A sexualidade

encontra-se precisamente nesse entrecruzamento entre os dois eixos da tecnologia política da vida, a do indivíduo e da espécie, a do adestramento dos corpos e a regulação das populações, a dos controles infinitesimais, o micropoder sobre o corpo e as medidas massivas, estimacões estatísticas, intervenções que visam o corpo social como um todo. De fato, o sexo faz a ponte entre o corpo e a população, tal ponto que o era a sociedade do sangue, correspondente ao poder da soberania, na era do biopoder torna-se sociedade do sexo.⁶⁷

Assim, a biopolítica é possível por meio de biopoderes locais, na medida em que se tornam preocupações políticas, como a saúde, sexualidade e etc. Portanto, a um sistema de normatização dos comportamentos e existências, no qual essa norma “corresponde à aparição de um bio-poder, isto é, de um poder sobre a vida e das formas de governamentalidade que a ela estão ligadas”.⁶⁸ Pela primeira vez na História o biológico reflete se no político, o “limiar da modernidade biológica de uma sociedade

⁶⁵FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 2010. P.148.

⁶⁶Cf. FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Tradução: Raquel Ramallete. Petropolis: Vozes, 1987.

⁶⁷PELBART, Pál Peter. *Vida Capital: ensaios de Biopolíticas*. São Paulo: Editora Iluminuras, 2003. P.58.

⁶⁸REVEL, Judith. *Michel Foucault: conceitos essenciais*. Tradução: Maria do Rosário Gregolin, Nilton Milanez, Carlos Piovesani. São Carlos: Claraluz, 2005. P.65.

se situa no momento em que a espécie entra como algo em jogo em suas próprias estratégias políticas”.⁶⁹ E mais,

a razão por que a questão do homem foi colocada – em sua especificidade de ser vivo de ser e em relação aos outros seres vivos – deve ser buscada no novo modo de relação entre a história e a vida: nesta posição dupla da vida, que a situa fora da história como suas imediações biológicas e, ao mesmo tempo, dentro da historicidade humana, infiltrada por suas técnicas de saber e poder. Não necessário insistir, também, sobre a proliferação das tecnologias políticas que, a partir de então, não investir sobre o corpo, a saúde, as maneiras de se alimentar e de morar, as condições de vida, todo o espaço da existência.⁷⁰

Trata-se de distribuir os vivos em um domínio de valor e utilidade e que a lei funcione como norma e a instituição jurídica se integre a aparelhos cada vez mais contínuos, como: médicos, administrativos cujas funções são, sobretudo, reguladoras. Sendo assim, “uma sociedade normalizadora é o efeito histórico de uma tecnologia de poder centrada na vida”.⁷¹ Antes,

sempre a vida fez pressão sobre a história sobretudo através das epidemias e da fome, mas agora só quando estas foram relativamente controladas é que a vida começou a ser objeto do saber, e a espécie vivente, tomada como uma força que se pode modificar e repartir de maneira ótima, tornou-se objeto de intervenção.⁷²

A vida faz parte do campo do poder, no qual se investe na vida e no homem enquanto ser vivo. Segundo Fernanda Bruno

na atualidade, ocorre uma outra mudança de objetivo e , por consequência, altera-se a relação entre política e a história. A vida e a saúde dos indivíduos tornam-se um fim em si mesmas [...] quanto a articulação entre política e história, trate-se de maximizar o prestígio do governo [...] o que está em jogo não é mais a expansão geográfica, mas a propagação da imagem.⁷³

Assim, entendemos que os discursos da revista *Capricho* contribuem com o dispositivo da “biopolítica” que conseqüentemente produz tipos de sujeitos, pois, como acrescenta a autora os “elementos vivos no interior de uma população que precisa ser regulada passam a indivíduos vivos no interior de uma platéia que precisa ser seduzidas”.⁷⁴

⁶⁹FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 2010. P.156.

⁷⁰ Idem. *Ibidem*.

⁷¹ *Ibidem*. P.157.

⁷²PELBART, Pál Peter. *Vida Capital: ensaios de Biopolíticas*. São Paulo: Editora Iluminuras, 2003. P.58.

⁷³BRUNO, Fernanda. *O biopoder nos meios de comunicação de corpos virtuais*. Dossiê: Comunicação, mídia e consumo. São Paulo, Vol.3, Nº6. Mar. 2006. P. 72.

⁷⁴ Idem. *Ibidem*.

Assim, nosso objetivo, é a possibilidade de entender como o discurso sobre beleza aparece nos enunciados em algumas das sessões presente na revista *Capricho* dentro de determinadas regras de formação constituídas historicamente, ou seja, como já dizia Paul Veyne⁷⁵ nas práticas que se instituem em torno de objetos. Por fim, verificar a hipótese que o conceito de beleza está associado ao bem-estar das pessoas enquanto uma prática de ser saudável, que perpassa no corpo.

⁷⁵VEYNE, Paul. M. *Como se escreve a história e Foucault revoluciona a história*. 2º edição. Brasília: EDUNB, 1992 e 1998.

CAPÍTULO 2

A INDUSTRIALIZAÇÃO E O CONSUMO: Beleza e saúde nos Anos 1954 - 1963

É no pós-guerra, mais nomeadamente nos anos 1950/1960, que um conjunto de transformações sociais emerge na configuração social e há mudanças de comportamentos e de valores.

Nesse ínterim, houve a popularização do consumo “incentivado pela propaganda e pelo sistema de crediário, possibilitou a um maior número de pessoas tornarem o dia-a-dia mais agradável”.⁷⁶ Consequentemente, a possibilidade de comprar eletrodomésticos, o carro, as radiovitrolas e os aparelhos de TV. Segundo Rodrigues os anos 1950 constituem um importante momento do desenvolvimento da história do homem contemporâneo, pois

em parte como decorrência da Segunda Guerra, acentuaram-se as características da sociedade moderna, originada na Revolução Industrial. Os avanços tecnológicos baseados nos novos conhecimentos científicos permitiram intensificar o ritmo de produção e a exploração do trabalho. A quantidade e a variedade dos bens produzidos, cada vez mais, exigiam a expansão dos mercados e do consumo. Os Estados fortaleceram-se enormemente. As cidades cresceram tornando-se metrópoles cujo tamanho ultrapassa as possibilidades da escala humana [...] os meios de comunicação de massa são explorados ao máximo. Jornais, revistas, TV, cinema, cartazes, outdoors impregnam o dia-a-dia, vendendo produtos, estabelecendo comportamentos, divulgando uma cultura produzida por especialistas.⁷⁷

Essas mudanças no cenário mundial refletiram no Brasil, especialmente na segunda metade dos anos de 1950, que foi marcado pelo avanço do processo de industrialização brasileiro. Este desenvolvimento econômico do País foi influenciado pelo investimento público diretos do Estado ou de empresas estatais e, pouco pelo capital internacional e privado nacional.

No dia 31 de janeiro de 1956, tomava posse na presidência do Brasil Juscelino Kubitschek de Oliveira, a política adotada priorizou a industrialização acelerada, os investimentos em infra-estrutura de transportes, além da criação da Sudene

⁷⁶RODRIGUES, Marly. *A década e 50: populismo e metas desenvolvimentistas no Brasil*. 4ª edição. São Paulo: editora ática, 1999. P. 13.

⁷⁷Ibidem. P.15-16.

(Superintendência para o Desenvolvimento do Nordeste) e a construção da nova capital – Brasília. Com seu “*Plano de Metas*”, criado por um órgão encarregado de traçar a estratégia de desenvolvimento para ao País, o Conselho de Desenvolvimento, órgão diretamente subordinado ao presidente, com o slogan “*50 anos em 5*”.

O Plano de Metas de JK era um conjunto de 31 metas para o período de 1956-1960, incluindo-se a construção de Brasília. As 30 metas setoriais foram agrupadas em cinco áreas: Energia, transportes, alimentação, indústria de base e educação. Essa política do Juscelino Kubitschek para estimular o crescimento industrial ficou conhecida como “*nacional-desenvolvimentista*”, ela concentrava suas atenções em investimentos na área de energia e de transportes. Para isso, JK utilizou o capital estrangeiro permitindo a entrada de empresas multinacionais para o Brasil, como a montadora de automóveis, Volkswagen.

No livro “*50 anos em 5: A FIESP e o desenvolvimentismo*” Maria José Trevisan reflete sobre a práxis empresarial através do discurso da FIESP, a partir de 1955 até 1961. Essa reflexão é importante para compreendermos a configuração da industrialização no Brasil.

Segundo a autora nos anos de 1950 até 1960 a burguesia industrial perseguia o objetivo de criar um consenso social em torno do projeto de industrialização. Assim, pressionando o Estado, para que dirigisse suas ações naquele sentido, assumindo, entre outras coisas, o compromisso de gerar as condições de infraestrutura necessárias à instalação de empresas estrangeiras e nacionais no Brasil. Por isto, existe uma consonância entre as ideias do empresariado industrial e o plano de metas do presidente Juscelino Kubitschek.

Ainda, a noção da construção da nacionalidade passava pelo desenvolvimento capitalista, cuja concretização dependia do investimento de capitais privados, especialmente no setor industrial, os empresários disseminavam essa forma de pensamento. De tal modo, que a industrialização como proposta seria para enfrentar a pobreza nacional em prol de uma riqueza nacional

evidencia-se aqui o papel prioritário reservado como espinha dorsal de uma nação e sempre pensada como a mola propulsora do desenvolvimento econômico do qual depende a erradicação dos males e desequilíbrios gerados pela pobreza.[...] Elegendo a pobreza como a causa dos males nacionais, e propondo a sua superação, vai pouco a

pouco o discurso empresarial oferecendo os elementos de uma complexa construção e encaminhando os dados de uma proposta abrangente que diz respeito a toda a sociedade [...] o objetivo de salvar o homem brasileiro e elevá-lo à condição de participante dos frutos do progresso. O propósito de salvação do povo legitima assim a estratégia da industrialização, qualificando-a pelo seu traço aglutinador e benfeitor da coletividade.⁷⁸

Para Marly Rodrigues, “Kubitscheck conseguiu, sobretudo, catalisar a esperança dos brasileiros, criando, uma mentalidade desenvolvimentista. Era preciso ter os olhos no futuro, despertar a Nação, aproveitar suas potencialidades e riquezas”.⁷⁹ Esse anseio de expansão da industrialização no Brasil pela visão do empresariado necessitava de maiores investimentos na implantação da indústria de base e “diz respeito às propostas contidas na plataforma de Juscelino Kubitschek, cuja vitória acena para os empresários o sinal esperado: estão dados os pré-requisitos que configuram um novo momento da estratégia de industrialização”.⁸⁰

Portanto, os anos de 1950 esteve imerso em uma atmosfera de desenvolvimentismo industrial e urbano influenciado pela economia mundial. O lema “50 anos em 5”, de Juscelino Kubitschek, faz parte e expressa um conjunto de práticas que provocou um grande crescimento da indústria, e a chegada de multinacionais contribuiu para inflamar o mercado brasileiro de bens de consumo. Esta produção necessitava-se de consumidores.

Neste contexto, as revistas se tornam um veículo privilegiado deste empreendimento. Pois, era um meio de comunicação com grande circulação pelo País e traziam para os lares produtos de vários segmentos. Inclusive os de higiene e beleza, como: Sabonetes Lever; Gessy; Creme de beleza Antisardina; Creme C Pon’s; Leite de colônia; os produtos da marca Helena Rubinsten⁸¹ e os famosos produtos da Avon que estão no mercado dos cosméticos até hoje.

⁷⁸Ibidem. P.61-62.

⁷⁹RODRIGUES, Marly. Op.cit., P. 61.

⁸⁰TREVISAN, Maria José. Op.cit., P. 63.

⁸¹Polonesa (1872-1965) foi ela quem introduziu o conceito de “dia da beleza”, pois nos anos de 1920 mudou-se para Austrália onde desenvolveu e comercializou um produto de beleza chamado “valaze”. É considerada pioneira nos cuidados com a beleza sob o ponto de vista científico, ensinava como as mulheres deviam cuidar da pele, sobretudo, a partir da diferenciação da classificação da sua pele. Seu instituto nasceu em Melbourne, em 1906 abriu-se uma filial em Paris, em 1908 outra em Londres e por fim Nova York em 1915. Atualmente a marca Helena Rubinsten pertence ao grupo da L’OREAL. Ver mais: <http://ela.oglobo.globo.com/beleza/pele/helena-rubinsten-ganha-biografia-escrita-por-editora-da-elle-francesa-9689248>; <http://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/2013/08/1333936-biografia-de-helena-rubinstein-conta-a-trajetoria-da-mulher-que-inventou-a-beleza.shtml> Acessado em: 27/05/15.

2.2 Revista *Capricho* e a imprensa feminina

A imprensa feminina no Brasil começou no século XIX, principalmente, com a vinda da corte, exigindo mais a participação da mulher. Segundo Dulcília Helena Schroeder Buitoni

Dentro desse contexto, a moda assumiu grande importância para a mulher que morava nas cidades, ainda mais se fosse na Corte. As tendências européias eram copiadas e aí entra o fator imprensa, primeiro com a importação de figurinos vindos de fora e depois com a publicação, aqui, de jornais e revistas que reproduziam gravuras de moda.⁸²

Basicamente as publicações contavam com moda e literatura e eram voltadas para as mulheres da aristocracia. A autora faz um panorama de referências de revistas e jornais e assim trabalha com dois centros que são considerados principais: São Paulo e Rio de Janeiro. A partir das pesquisas bibliográficas feitas por ela, pode-se dizer que o primeiro periódico feminino brasileiro foi “O espelho Diamantino” de 1827.

Nos anos 1910, surge um veículo dirigido, especialmente, às mulheres “Revista Feminina”⁸³ fundada por Virgínia de Souza Salles, aqui, discutia-se o direito das mulheres, como o voto. Em 1920, segundo Dulcília Buitoni a uma maior influência da arte europeia, e têm-se mais revistas lançadas como: “Vida Doméstica” em 1929. Na década de 30,⁸⁴ a mulher conquista o direito ao voto, e na década 40 o jornalismo norte-americano se expande, como por exemplo, “as agências mandavam material que era traduzido e raramente adaptado. Texto vinha assinado por nomes estrangeiros; fotos também”.⁸⁵

Em 1950 e 1960 as revistas femininas foram adquirindo contornos mais industrializados e, por conseguinte, seguindo as metas empresariais. Na

⁸² BUITONI, Dulcília. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. Edições Loyola, São Paulo: 1981. P.12.

⁸³ Ressaltamos que essa revista tinha uma característica um pouco diferente das outras que tratavam de assuntos mais coloquiais “de mulheres” – embora ela também tratasse de civilidade, etiqueta, costumes, educação, pois ela é, digamos assim, “feminista” – embora representativa do movimento feminista liberal, ou seja, movimento formado por mulheres da elite, da classe média. Para saber: RAGO, Margareth. *Adeus ao feminismo? Feminismo e (Pós) Modernidade no Brasil*. Cadernos AEL, n. 3/4, 1995/1996.

⁸⁴ Nota de curiosidade: Em 1933 sai na França a primeira revista dedicada à beleza inteiramente: VOTRE BEAUTÉ. Seu editor era Eugène Schuller, o fundador da L'OREAL. Ver mais: FAUX, Dorothy Schefer. *Beleza do século*. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

⁸⁵ BUITONI, Dulcília. Op.cit., P.73.

década de 50 marca o início de um desenvolvimento maior na industrialização da imprensa brasileira, que se refletiu com mais intensidade nas revistas, pois entravam em fase de produção industrial, principalmente as femininas” [...] foi indispensável **“transformar a seção feminina em suplemento foi uma necessidade criada pela urbanização crescente e também pela concorrência** [grifo nosso].⁸⁶

Na parte destacada, a autora está se referindo à necessidade das revistas e jornais, que não abarcava conteúdos femininos, em criar um espaço dedicado a esses assuntos, pois o contexto exigia. Além da importância da publicidade, porque, a partir dos anos 1950 se desenvolve, sobretudo, um comportamento voltado para consumo no Brasil,

nesse momento que a publicidade brasileira se moderniza e passa a ser feita segundo critérios técnicos rigorosos. Foi nestes anos que as agências introduziram no Brasil as técnicas mais aperfeiçoadas de marketing e que o negócio publicitário, estimulado pelo desenvolvimento industrial e urbano, se expandiu [...] o crescimento do empreendimento publicitário no Brasil prolongou-se por toda a década de 60 e, ao final do período, as agências nacionais já se encontravam mesmo em condições de fazer concorrência às rivais estrangeiras [...], todavia a rapidez com que isso ocorreu a partir do pós-guerra e seu boom na década de 70 são indícios de que uma transformação mais profunda se operava naquele período.⁸⁷

Nesta configuração que a revista *Capricho* começou a ser veiculada a partir de 18 de junho de 1952, seu principal público alvo eram as mulheres – fazia parte do grupo da Editora Abril que foi fundado em 1950 por Victor Civita⁸⁸, era uma revista quinzenal, com fotonovelas no qual apresentava histórias de amor desenhadas em quadrinhos, “esse também foi um dos trunfos da nova revista: apresentar histórias completas, quando as correntes se limitavam a publicar em capítulos”.⁸⁹ Segundo Raquel de Barros Pinto Miguel

O lançamento da *Capricho* contou com uma grande campanha publicitária, com investimento em *jingles* e *slogans* no rádio, jornais e em outras revistas. De uma maneira mais ostensiva, a campanha publicitária lançou mão ainda de enviar, a um certo número de pessoas selecionadas na lista de endereços, uma revista e uma carta, que

⁸⁶Ibidem. P.84-85.

⁸⁷FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. “*Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*”: *Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil (1954-1964)*. São Paulo: Editora HUCITEC, 1998. P.21-22.

⁸⁸Para mais informações sobre a editora Abril, eles fornecem o histórico no link: <http://www.grupoabril.com.br/institucional/historia.shtml>. Acessado em: 27/10/2012.

⁸⁹ BUITONI, Dulcília. Op.cit., P.86.

continha o seguinte texto: “(...) Rica leitura para o lar, presente magnífico para a mãe, para a esposa e para a filha. (...) É que Capricho é a revista ideal para a mulher. Primorosamente impressa apresenta em cada número uma fotonovela completa, contos românticos, conselhos de beleza e modas, além de uma enorme variedade e temas de grande interesse feminino”.⁹⁰

Depois de algum tempo passou a editá-la mensalmente, seu tamanho (20,5 x 27,5) e parecem outros tópicos como: moda, beleza, contos e variedades. Como já foi expresso o principal público alvo eram as mulheres, porém com uma tendência mais voltada para as mulheres da classe média, sem contar que haviam propagandas de produtos tanto para os jovens – para os filhos dessas mulheres – como para o marido. Para Miguel Pinto...

[...] independente de quem fossem suas leitoras — pois certamente uma revista que chegou a vender 500 mil exemplares em uma única edição, como é o caso da Capricho, pode ser tida como uma revista que ultrapassa qualquer barreira de classe social ou econômica — as editoras preocupavam-se em mantê-las e em conquistar novas adeptas.⁹¹

A editora Abril no decorrer da década de sessenta do século passado foi lançando mais periódicos no mercado brasileiro, voltado para o público feminino, masculino e para informações no geral, aqui algumas representantes: “*Realidade*” (1966), “*Claúdia*” (1961), “*Quatro Rodas*” (1960) e “*Veja*” (1969). Para João Manuel de Mello e Fernando Novais

no que diz respeito aos jornais e revistas, sua expansão no pós-64 está ancorada no crescimento da nova classe média, que tem renda suficiente para comprá-los. É verdade que a imprensa já vinha se modernizando desde o pós-guerra [...] no mercado de revistas, o poderio da Editora Abril é inquestionável. O parque editorial diversifica-se em publicações – de feitio atraente, no qual proliferam as ilustrações – voltada para um público bem determinado: ‘a pessoa bem informada’ para mulher, para o jovem, para o proprietário de automóvel, para o homem de negócios etc.⁹²

⁹⁰MIGUEL, Raquel de Barros Pinto. *A revista Capricho como um “lugar de memória” (décadas 1950-1960)*. Tese apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Doutora em Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Florianópolis, 2009. P.100-101.

⁹¹Ibidem. P.104.

⁹²MELO, João Manuel Cardoso de. NOVAIS, Fernando A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna, In: *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. Coordenador geral da coleção Fernando A. Novais; organizadora do volume Lilia Moritz Schawarcz – São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (História da vida privada no Brasil 4). P.639.

Essa editora continua com um grande complexo no mercado editorial até hoje e algumas dessas revistas ainda são veiculadas. Por fim, a partir do ano de 1981, “a revista *Capricho* foi reformulada para falar com o público adolescente”.⁹³

Nas revistas *Capricho* analisadas neste trabalho, a capa normalmente apresenta uma imagem de uma mulher centralizada, quase sempre com um sorriso, com maquiagem com cores vivas e a maioria com cabelos curtos ou até os ombros. Temos também o nome de uma ou duas fotonovelas, que significavam “a menina dos olhos” da revista, pois eram muito requisitadas, quase sempre de amor como já foi dito e uma notícia de destaque na época.

No canto superior a direita da capa mostrar a grande circulação do periódico na época “A MAIOR REVISTA FEMININA da América do Sul: 517.000 EXEMPLARES”. Abaixo do título da revista temos “Revista Mensal da Mulher Moderna”, assim podemos perceber como a revista *Capricho* abarcava um grande público e tinha uma grande popularidade, na parte final do lado esquerdo da capa havia a quantidade de páginas e o valor da revista.

Como podemos notar, as principais estratégias utilizadas nas capas das revistas são os usos das expressões corporais e principalmente dos rostos:

⁹³Esse dado está: <http://www.grupoabril.com.br/institucional/historia.shtml>. Acessado em: 27/10/2012.



Figura 1 – Capricho - Ano III - Nº 27/ Maio de 1954.



Figura 2-Capricho - Ano V – nº56/Outubro de 1956.

Observamos o crescimento da influência norte-americana na cultura brasileira como podemos perceber pela própria capa da revista em que há o “close-up”⁹⁴ no rosto do indivíduo, prática que começou a ser explorada no cinema americano, que vemos transposto na revista. O foco de atenção volta-se para o rosto. “Esse artifício eventualmente usado é o de explorar o rosto cheiíssimo no retângulo da capa, de forma a gerar a sensação de que o modelo está a poucos centímetros do leitor”.⁹⁵

⁹⁴“A primeira mudança dramática nesse cenário veio com o cinema. Ou, mais precisamente, com David Wark Griffith. Ele inventou o close-up, e o close-up tornou a juventude um imperativo. Ampliado na tela gigante e todo iluminado, o rosto tinha que ser jovem. Intensificando os efeitos da luz, ele vislumbrou a mágica essencial do cinema, seu poder de espiritualizar as imagens, de atribuir uma aura numinosa, transformando suas lindas adolescentes em anjos irradiantes. Um desenvolvimento posterior dos estúdios, a arte ilusionista da maquiagem, lhes permitiu fazer atrizes adultas parecerem jovens”. In: SEVCENKO, N. O Grande motim. Folha de São Paulo, São Paulo, 20 set. 1998. Mais!,p.5. <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs20099805.htm>. Acessado em: 14/03/2015.

⁹⁵SILVA, Ana Cristina Teodoro da. *O tempo e as imagens de mídia: capas de revistas como signos de um olhar contemporâneo*. Assis: 2003. P.150.



Figura 3 - Capricho – Ano VII – Nº 82/Dezembro de 1959.



Figura 4 - Capricho - Ano - XII - nº143/Janeiro 1964.



Figura 5 - Capricho – Ano – nº 109/Janeiro de 1973.

Dentro temos na parte de trás da capa uma propaganda normalmente ligada a produto de cozinha ou de beleza. É interessante notar que essas propagandas aparecem com imagens, mas ao mesmo tempo com um pequeno texto explicativo falando da importância do produto, sua qualidade e até mesmo sua funcionalidade.

Na primeira página, mais uma vez temos as informações sobre o mês, o ano e o número da revista e o sumário com as reportagens mais importantes como, por exemplo: em primeiro lugar uma fotonovela e um breve resumo na frente, em segundo lugar o nome de um conto, em terceiro lugar uma reportagem “A beleza dos brotinhos” e ambos com um resumo na frente para a leitora ter uma prévia do que será visto. Na segunda página começa com um conto com temas sobre amor, traição entre outros, há uma ilustração mostrando uma cena da estória, os contos nunca terminam na mesma página, ele se prolonga no decorrer da revista como, por exemplo: “Voltei para sempre...” na parte de baixo da página “conclui na pág. 50”.

Nas páginas seguintes propagandas sobre higiene, maquiagem, remédios, produtos ligado ao íntimo das mulheres, como: absorventes, modelos de sutiã, que constitui a página inteira com bastantes imagens e textos, há também propagandas que ocupam metade da página, ambas estão em preto e branco ou colorido.

Além das propagandas, têm as reportagens principais que aparecem em várias páginas da revista, essas reportagens têm como temas cinema, beleza, moda, cuidado com o corpo, produtos domésticos e vários outros que se desenvolve no decorrer da revista. Grande parte da revista consiste no desenrolar das fotonovelas.

Tem uma parte reservado para anúncios de vários tipos, desde cursos de “rádio e televisão/eletrotécnica português, inglês/ Auxiliar e caixa/ Bordado, tricô e crochê/estudando por correspondência/desenho mecânico”.

A sessão “*Capricho Cozinha*” é um espaço dedicado para algumas receitas de comidas que vem acompanhado de uma propaganda ao lado sobre alguns utensílios domésticos ou algo ligado a supermercado. Há também, as sessões “*Capricho Beleza*”, “*Capricho Saúde*” que aparecem dicas/discutem para melhorar a saúde e a beleza, “*Entre mulheres*”, “*Novidades femininas*” que mostrava as grandes novidades do mercado para o público feminino e “*Cantinho sonoro*” Luiz Aude, em que se aborda sobre músicas, etc. É interessante perceber, que algumas dessas sessões podem aparecer

num número da revista e no outro não, ou seja, elas não são fixas. Poderíamos dizer que há uma alternância de edição para edição.

Outro ponto da revista que fazia sucesso era “*O coração pergunta e Margan Mason responde*” que são os conselhos sentimentais no qual uma leitora mandava uma carta para redação da revista sobre assuntos diversos, mas percebermos que a maioria é sobre alguma coisa que esteja angustiando a leitora, como: “*Estamos cada vez mais apaixonados e pensei em fugir com ele. Porém pensei em meus pais, que tudo fazem por mim (Flor sofredora de Aracajú)*”. Os “conselhos sentimentais” persistem em todas as revistas analisadas, espaço para compartilhar anseios, discutir problemas e indicar soluções. Nesse sentido e considerando sua ampla circulação, seria possível pensar a revista como meio de constituição e exposição de um código moral e comportamental verdadeiro, adequado, funcional.

Na segunda metade dos anos de 1960, percebe-se uma maior descontração nas fotografias que ilustram a revista de modo geral, porém nos anúncios fica mais evidente, como por exemplo, mostra mulheres de maiôs, mais soltas, com calça, que segundo João Manuel de Mello e Fernando Novais

para a mulher, talvez o fato mais significativo tenha sido a incorporação da roupa masculina [...] especialmente a calça comprida – um espanto para os mais tradicionalistas -, mas, também, da camiseta, do tênis, do paletó [...].⁹⁶

Podemos assim perceber o vestuário feminino da época e suas incorporações nas suas formas de ser, porém sabemos que isso era para uma minoria, pelo menos nos anos 1960.

É interessante dizer que havia propaganda voltada para produtos em relação aos filhos dessas mulheres, então a revista apresenta várias formas de consumo sejam para elas ou de como melhor cuidar dos membros da família, pois

a mulher já havia sido introduzida na sociedade de consumo. As revistas femininas trazem cada vez mais anúncios, a atestar a capacidade compradora do público. Mais páginas a cores, mais ‘reportagens’ de moda, matérias ensinando a comprar melhor eletrodomésticos, etc. O projeto editorial de cada veículo dirigido às mulheres tem em vista o consumo, em primeiro lugar. Contos, culinária, psicologia, conselhos de beleza não são escolhidos por si,

⁹⁶MELO, João Manuel Cardoso de. NOVAIS, Fernando. Op.cit., P.571.

tudo o que vai dentro de uma revista ou está ligado diretamente a um produto (moda e maquilagem, por exemplo), ou serve de atrativo para que a revista seja comprada e com isso divulgue a publicidade nela contida.⁹⁷

O tema, a “vida moderna”, a “mulher moderna” fazia parte dos anúncios da Revista Capricho (como já dissemos na própria capa “Revista Mensal da Mulher Moderna”) e do imaginário a ser acossado pelas leitoras.

É preciso notar, que nas décadas de 1950 e 1960 os bens de consumo ligados à imagem do novo, conseqüentemente do moderno, eram oferecidos tanto para os homens quanto para as mulheres, uma vez que “a guerra terminará algum tempo e o consumo crescente de bens não duráveis exigia mais espaço para seus anúncios e conseqüentemente, mais espaço para a mulher, consumidora potencial”.⁹⁸ Sendo que “a americanização da publicidade brasileira tem um papel fundamental na difusão dos padrões de consumo moderno e dos novos estilos de vida”.⁹⁹

Além disso, como vimos no tópico anterior, esse período caracteriza-se por intensas transformações decorrentes do desenvolvimento econômico, da modernização no Brasil, levando a um crescimento da indústria nacional e assim, possibilita-se a ampliação tecnológica para a produção midiática, a aceleração do processo de urbanização, cresce também o mercado consumidor de periódicos, de bens materiais no geral e a especialização educacional e profissional.

2.3 Democratização da beleza

Segundo o historiador Georges Vigarello só é possível entender melhor a “*história da beleza*” como uma invenção. E aponta três maneiras: primeiramente, no século XV por meio de uma curiosidade estética nova nos rituais de entrada de príncipes nas práticas de corte e essa novidade “reside na vigilância bem particular dada ao belo e às impressões provocados por ele”.

⁹⁷BUITONI, Dulcília. Op.cit., P.92.

⁹⁸Ibidem., P.76.

⁹⁹MELO, João Manuel Cardoso de. NOVAIS, Fernando. Op.cit., P.641.

O segundo ponto é “uma estética inédita concedido a uma parte precisa e singular do corpo”, como por exemplo, no século XIX uma descoberta da beleza do “baixo”, que até então era dada atenção da cintura para cima, principalmente o rosto.

Finalmente, a partir de XVIII se altera a questão da beleza para as expressões, baseando-se no olhar: “o conteúdo revelado pelo olhar se individualizou, mesclando, como nunca, a irreduzível singularidade de uma pessoa à evidência de sua beleza”¹⁰⁰ e das formas do corpo. Aqui, se tem uma mudança de diversas formas, entre elas, a descoberta funcional do corpo

uma reflexão estética se aprofunda, portanto, como século XVIII, buscando uma ‘unidade’ da beleza, uma referência mais funcional, como aquela representada pelos ‘interesses’, precisamente o sensível: familiaridades imediatas, preferência, mas também eficácia do corpo ou reforço da saúde.¹⁰¹

No século XVIII vemos também de forma mais aprofundada a separação da visão da beleza humana da visão divina normalmente ligada ao bem e a perfeição da natureza. Assim, a uma história da beleza física que reflete “lentas descobertas de territórios e objetos corporais insensivelmente valorizados”.¹⁰²

O autor inicia à discussão sobre beleza e bem-estar na última parte do livro chamada “a beleza democratizada? (1914-2000)”. Em que - 1º) as revistas femininas evocam um cotidiano com duplo aspecto no qual se associa a profissão e os cuidados de beleza; 2º) o cinema democratiza a *vontade embelezamento*, “a excelência da beleza poderia ser partilhado. O ideal poderia ser domesticado, incessível e acessível ao mesmo tempo”.¹⁰³

Surgem novas palavras por meio da cultura cinematográfica, sobretudo, entre as duas guerras no cotidiano, glamour; fotogenia; tenacidade. A mulher brasileira vivia a atmosfera dos anos dourados do cinema e identificavam-se com o

¹⁰⁰VIGARELLO, Georges. *História da Beleza*. Tradução Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006. P.86.

¹⁰¹Ibidem. P.74.

¹⁰²Ibidem. P. 191.

¹⁰³Ibidem. P.162.

padrão de beleza apresentado nas telas¹⁰⁴. As musas atribuíam seu “glamour” nas propagandas, como do sabonete Lever¹⁰⁵:

As
“estrélas”
do cinema
sabem
por que
usam
Lever

*Pier
Angeli*
“estréla” da
METRO
GOLDWYN MAYER

SABONETE
LEVER

LEVER

...e Você?

Até onde a escolha de um sabonete é importante para Você? As “estrélas” sabem que o sabonete que lhes acaricia a pele diariamente é um dos pontos mais importantes para a sua beleza. Por isso, 9 entre 10 “estrélas” já têm uma preferência definida: LEVER – o sabonete que elas preferem porque nele encontram a pureza dos ingredientes, a suavidade da espuma e o mais delicado perfume. Na verdade, LEVER representa um cuidado a mais para mantê-las lindas e atraentes. E Você? Já pensou nesse cuidado a mais para a sua beleza?

Use LEVER e ouça do “alguém” que Você ama uma frase que a tornará muito feliz...

Para mim,
Você é
tão linda
quanto
Pier Angeli!

TALCO
LEVER
Com o mesmo
perfume do
Sabonete das
“Estrélas”!

Usado por 9 entre 10 “estrélas” do cinema!

Figura 6 - Ano VII - nº80 - Outubro de 1958

¹⁰⁴Porém, “o cinema divulgava de exemplos sugestivos de uma beleza fatal e ardente, nem sempre considerada honesta e moralmente decente [...] A imprensa feminina traduziu o glamour da mulher fatal em moldes mais superficiais e ligeiros”. In: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. “Sempre Bela”. In: *Nova História das Mulheres no Brasil*. Organizadoras Carla Bassanezi Pinsky e Joana Maria Pedro. – São Paulo: 2012. P.111.

¹⁰⁵Em 1963, Lever foi relançado como Lux aqui no Brasil. Ver mais: http://www.unilever.com.br/Images/Lux_tcm95-107328.pdf. Acessado em: 24/04/2015.

Os conselhos das estrelas sobre a beleza são “preciosos” pois, “9 entre 10 ‘estrelas’ já têm uma preferência definida: LEVER o sabonete que elas preferem porque nele encontram a pureza dos ingredientes, a suavidade da espuma e o mais delicado perfume”. Essas artistas de sucesso como a Pier Angelini¹⁰⁶ apareciam nestas propagandas para confirmar também a ideia de limpeza corporal ligado ao corpo belo e bem cuidado, pois o segmento de higiene e beleza estava-se fortalecendo no País. Por isso, a importância dos Jingles nos anos de 1950 e pouco mais tarde, os comerciais transmitidos pelos televisores¹⁰⁷ e das revistas para difundir “novos” hábitos e comportamentos.

Essa beleza podia ser compartilhada, pois, como quase todas as revistas diziam nessa época “não a mulher feia... só há mulheres que se descuidam”. Para Vigarello esse argumento já vem desde século XIX, “a novidade estava na maneira de ilustrar. Tornada pedagogia das massas, pretende promover belezas saídas do próprio público: o anônimo transformando por seu mérito, o semelhante tornado admirável”.¹⁰⁸

Portanto, houve uma massificação da beleza e ao mesmo tempo diminuiu as distâncias tão demarcadas e hierarquizadas dos séculos passados, para o autor, a partir 1950-1960 o corpo se tornou nosso objeto de consumo e de construção por meio de técnicas diversas. Se antes a beleza era inerente a uma classe, casta, estado e ajudava a marcar a hierarquia social. Agora a beleza é construída e, por isto mesmo, permite mobilidade social desde que o indivíduo “trabalhe” adquira as técnicas e produtos necessários para construir essa beleza. A revista e seus elementos formam o meio material e os enunciados dessa nova prática discursiva.

Com a generalização dessa beleza ao alcance de todas pelo mercado versátil e uma beleza mais “livre” e trabalhada pela dinâmica da “igualdade”. O “predomínio de *bem-estar* é mesmo considerado fator primordial da beleza. É o dizem, à sua maneira, os tratados de beleza, modelando a ‘melhor forma’ na maneira de se sentir bem e em harmonia com seu corpo”.¹⁰⁹ A partir da associação beleza e bem-estar (se tornou um princípio do embelezamento) que o Vigarello começou a empreender,

¹⁰⁶ Atriz italiana (19/06/1932 – 10/08/1971). Ver mais: <http://www.annamariapierangeli.com/Biography.htm>. Acessado em: 24/04/2015.

¹⁰⁷ Campanha Sabonete Lever Cores - 1959: <http://www.propagandashistoricas.com.br/2014/04/sabonete-lever-cores-1959.html>. Acessado em: 24/04/2015.

¹⁰⁸ VIGARELLO, Georges. Op.cit., P.163.

¹⁰⁹ Ibidem. P. 162.

vamos fazer ponto de ligação com o nosso trabalho, mas vinculando essas ideias com práticas de ser saudável.

Denise Bernuzzi de Sant'Anna ressalta que o embelezamento feminino tem uma história, esta sendo heterogênea e pouco explorada. Isso não significa que seja por falta de documentação

na verdade, um conjunto diversificado de registros do 'gesto de embeleza' permanece dormente nos arquivos: teses, artigos, congressos de cosmetologia, manuais de beleza, guias de boa forma, anúncios publicitários e conselhos publicados em revistas femininas, almanaques e jornais. Existem, também, os documentos das empresas de cosméticos e das agências de publicidade, tais como os catálogos de vendas, as pesquisas feitas junto ao consumidor, os estudos de mercado, etc.

A autora continua "a abundante documentação, apesar de dispersa, confirma que a insistente preocupação com o embelezamento feminino faz parte de uma história que contém tanto de supérfluo quanto de indispensável".¹¹⁰ Essa história mostra o espaço íntimo e coloca o *corpo feminino* em lugar de destaque como veremos adiante, além da valorização dos produtos e métodos de beleza e tudo isso ligado a outros interesses como: "econômicos, os padrões morais e os argumentos científicos de cada época".¹¹¹

Mas, quem tinha o poder de falar sobre a "beleza" ou a "beleza feminina"? Quem durante muito tempo ditava as regras, caracterizava os discursos do que é ou não "belo" e apresentava conselhos? Para a autora

durante décadas, a maior parte dos conselheiros de beleza é formada pelo sexo masculino. Antes dos anos 50, eles eram, sobretudo, médicos e escritores moralistas, para quem a aparência feminina deveria revelar a beleza de uma alma pura, condição para manter o corpo limpo, belo e fecundo.¹¹²

Já nos anos de 1950 e 1960 ocorrem grandes mudanças nas vidas das pessoas com a massificação da beleza. Nesse ponto o pensamento de Sant'anna ressoa a posição de Vigarello, ou seja, ocorre uma espécie de democratização do belo. Pois, foi...

[...] uma época de transformações aceleradas para a história do embelezamento no Brasil: modernização das técnicas de produção de perfumes e de cosméticos, ampliação do mercado de produtos

¹¹⁰SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma História do corpo no Brasil. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant' Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995. P. 121.

¹¹¹Ibidem. P. 122.

¹¹²Ibidem. P. 125.

industrializados ligados ao conforto e aos cuidados corporais, a batalha da beleza pretende ser, mais do que nunca, uma luta pessoal e cotidiana, que diz respeito não apenas mulheres da elite mas também às funcionárias, secretárias, professoras e donas de casa. Desde então, a representação publicitárias dessas mulheres se torna mais frequente e a ênfase em torno do uso dos produtos de beleza mais integrados à vida cotidiana nas ruas, dentro de casa, nos locais de trabalho, lojas, etc. Não há mais um momento especial para se fazer bela já que todos os momentos devem ser conjugados com um trabalho sobre si mesmo de conquista da beleza e de prevenção da feiúra.¹¹³

Na propaganda do sabonete Lever logo acima, demonstra essa nova visibilidade do corpo feminino “comum” quando perguntam: “... e Você?” ao, mesmo tempo, demonstra que esse corpo precisa ser construído. A partir, de sua vontade pessoal, práticas de higiene e beleza com um toque das “estrêlas”¹¹⁴.

A imprensa feminina, a publicidade, o cinema, a fotografia contribuíram para uma normatização e para ideias de corpo feminino na escala do grande número. Neste sentido, a mulher se torna um público específico que consome além que, os produtos e práticas de embelezamento deixaram ser privilégio de “classe”, ou seja, houve uma difusão dos cuidados estéticos em todas as classes¹¹⁵. Com esse *boom* da beleza “a partir dos anos 60, a uma valorização maior da beleza masculina”¹¹⁶, a uma igualação tendencial dos dois gêneros em matéria de valor conferido à aparência

¹¹³Ibidem. P.131.

¹¹⁴Grafia da época.

¹¹⁵Com efeito, essa democratização de certas práticas também fica evidenciada em outros campos como, por exemplo, o da moda. Segundo Gilles Lipovetsky em outro livro chamado ‘*O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*’ – é abordada no capítulo III a revolução democrática do prêt-à-porter, que seria “a lógica da produção industrial. [...] É em 1949 que J.C Weill lança na França a expressão ‘prêt-à-porter’ tirada da fórmula americana readytowear, e isso a fim de libertar a confecção de sua má imagem de marca. À diferença da confecção tradicional, o prêt-à-porter engajou-se no caminho novo de produzir industrialmente roupas acessíveis a todos, e ainda assim ‘moda’, inspiradas nas últimas tendências do momento [...] o prêt-à-porter quer fundir a indústria e a moda, quer colocar a novidade, e o estilo, a estética na rua” In: LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades Modernas*. Trad.: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. P.109-110.

¹¹⁶Em relação com esses vários seguimentos que a moda vai criando e ao mesmo tempo vai objetivando consumidores específicos, além das mulheres e dos jovens, o homem também é chamado, mas “a novidade reside sobretudo no formidável desenvolvimento do que se costuma chamar de sportswear. Com o vestuário de lazer de massa, o traje masculino fez sua verdadeira entrada no ciclo da moda com suas mudanças frequentes, seu imperativo de originalidade e de jogo. Depois da rigidez austera, das cores escuras ou neutras, o vestuário masculino deu um passo em direção à moda feminina integrar a fantasia como um de seus parâmetros de base” In: LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades Modernas*. Trad.: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. P.129).

física”.¹¹⁷ Além, da própria beleza andrógina que temos como referencial a modelo Twiggy.

Na revista *Capricho* mesmo o foco sendo para público mulhêril, na parte da publicidade ou até mesmo reportagens vemos imagens de homens bem vestido e cuidados, porque temos que ter em mente que a mulher levaria para vida cotidiana os produtos que muitas vezes poderia ser usado para toda a família. Além de toda aura de romantismo e mulher dona de casa presente na revista. Essa é uma propaganda da pasta dental *Kolynos* – revista *Capricho*, observem:



Figura 7 - Ano XI - nº126 - Agosto de 1962

Está propaganda da *Kolynos* também enuncia a sensação de “frescor”, expõe os dentes alvos que são resultantes do uso dos dentifrícios, no qual exigia

¹¹⁷LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. Tradução: Maria Lucia Machado – São Paulo: Companhia das Letras, 2000. P.121.

“sorrisos bonitos”¹¹⁸. Para além da atmosfera de sonho das revistas femininas, elas efetuaram um trabalho de *racionalização* do mundo da beleza que será ressaltado no próximo capítulo, pois

a imprensa feminina rompe a cultura ancestral dos segredos femininos. Dirigindo-se a todas as mulheres, valorizando os meios de sedução, substituindo os segredos pela informação, a imprensa feminina fez o universo da beleza entrar na era moderna da educação das massas e da promoção do consumo cosmético por intermédio de instâncias especializadas.¹¹⁹

As imperfeições estéticas parecem menos anuladoras, a beleza física afirma-se a legitimidade e a possibilidade das práticas transformadoras da aparência. De tal modo, que

a espetacularização dos corpos femininos pode ser observada em várias instâncias culturais tais como revistas, peças publicitárias, programas televisivos, cartazes, filmes... Os corpos lá representados inscreve no que denomino de ‘imperativo da beleza’: conjunto de ações voltadas para a construção de práticas e discursos que tomam a beleza como uma obrigação. Uma meta em função da qual as mulheres devem investir esforços, energias, dinheiro e emotividades. Sob os auspícios de discursos médicos e hedonistas, inúmeras prescrições são direcionadas para a edificação deste imperativo, cuja rede de poderes a ele associado investe o corpo feminino como objeto de consumo próprio e também de uma sociedade que tem na aparência corporal um dos marcadores da identidade dos sujeitos.¹²⁰

As revistas foram uns dos grandes divulgadores das novas formas de cuidar do corpo. Assim, os “corpos marcados pelo imperativo da beleza segundo o qual, mesmo que a mulher não seja bela, deve fazer o possível e o impossível para ser, ou, ainda, para parecer ser”.¹²¹

A associação beleza e saúde não é algo novo, porém como esses discursos perpassam no corpo e assim produzem sujeitos em que a prática de ser saudável é que mais se quer, nunca esteve tão forte como em nossa sociedade moderna. Pois, pensamos que o corpo carrega essas marcas de normatização e ao mesmo tempo o efeito de bem-estar.

¹¹⁸Cf. SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. *História da Beleza no Brasil*. – São Paulo: Contexto, 2014.

¹¹⁹LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. Tradução: Maria Lucia Machado – São Paulo: Companhia das Letras, 2000. P.159.

¹²⁰GOELLNER, Silvana Vilodre. A cultura fitness e a estética do comedimento: as mulheres, seus corpos e aparências. In: STEVENS, Cristina Maria Teixeira e SWAIN Tania. *A construção dos corpos: perspectivas feministas*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2008. P. 250.

¹²¹ Ibidem. P.251.

CAPÍTULO 3

CONSTRUIR O BELO. O DISCURSO SOBRE O CORPO FEMININO

Como vimos no final do capítulo anterior a beleza a partir dos anos 1950 deixou de ser “luxo” que poucas pessoas tinham acesso e passou a ser uma escolha (principalmente pelos objetos materiais da beleza) e uma responsabilidade (correta aplicação de técnicas científicas em si) que está ao alcance de qualquer um. No campo da comunicação (revistas ou magazines) e do consumo o indivíduo pode intervir no próprio corpo em nome da beleza, por meio dos produtos “cientificamente comprovados”, como muitas reportagens e propagandas veiculadas na revista *Capricho* fazem questão de destacar; Podemos dizer que a beleza passa ser comercializada.

Assim, optamos por analisar algumas revistas que datam de 1954 a 1963¹²². Recortaremos destas revistas reportagens, propagandas, notas, conselhos. Escolhemos esse período e esses tipos de textos pela recorrência de temas e produtos relacionados à questão da beleza, saúde e bem-estar. Como já foi dito, nosso objetivo é a construção de um feixe de relações e de regularidade entre diferentes enunciados, que favoreçam o questionamento a respeito dos efeitos produzidos no corpo e na noção de beleza do período. A análise será por amostragem no sentido, que alguns exemplares serão utilizados para o desenvolvimento do trabalho, é uma probabilidade viável justamente pela repetição dos conteúdos da revista *Capricho*.

Os meios de comunicação, inclusive a revista *Capricho*, começam a conceder cada vez mais espaços aos cuidados que se deve ter com a beleza e, principalmente, como isso se imbrica com a saúde oferecendo informações sobre as condições de vida, hábitos e comportamento, como gerir melhor seu tempo e seu corpo. Por meio de preceitos de recomendação, assim, as práticas dos cuidados da beleza estão ligadas a outros campos como: práticas corporais; práticas alimentares; práticas de saúde e do próprio ato de embelezamento.

¹²²A escolha desse período, também foi motivada, devido ao acesso que tivemos. Havia mais revistas desses anos no acervo do Centro de Documentação e Pesquisa Histórica (CDPH) – Universidade Estadual de Londrina (UEL) para consulta.

Além disso, temos desdobramentos em outros campos do discurso, por exemplo, o econômico (perfumaria, cosméticos); científico (teste, o desenvolvimento de novos produtos e valor de verdade) e o pedagógico (correção). A busca da beleza está no que se diz e no que se faz. Assim, o corpo se torna fabricado, as pessoas fazem mais exercícios físicos, têm uma alimentação balanceada, pois, com a saúde em dia, “sua pele fica melhor”, “os cabelos mais fortes e brilhantes”, mais disposição para fazer as atividades diárias, entre outros. Como diz Georges Vigarello corpo é o “nosso mais belo objeto de consumo”¹²³.

E, ainda, é preciso destacar a desnaturalização da beleza. Pois, ser belo não é apenas questão de genética, mas de esforço, de investimento para corrigir a natureza...

[...] estamos enredadas numa trama discursiva que produz ‘verdades’ sobre o que somos ou, ainda, o que julgamos ser. A todo o momento nos deparamos com discursos e práticas que investem nossos corpos, incitam nossos desejos, produzem nosso imaginário, movimentam, em cada uma de nós, de modo diverso e peculiar, assujeitamentos e resistências.¹²⁴

Logo, é a *possibilidade* e o *dever* de construir o corpo para ser belo, saudável, elegante, bem sucedido, etc. Quando a beleza é desnaturalizada, não ser belo deixa de ser uma condição dada e se torna uma condição escolhida que recai sobre o próprio indivíduo e toda a responsabilidade da adequação de si, mesmo ao padrão normatizado.

Como já foi discutido no capítulo um, o enunciado é a unidade mais rara do discurso¹²⁵, em Foucault. Neste trabalho, consideramos que existem apenas cinco enunciados relacionados em todas as propagandas, notas, reportagem na revista *Capricho: ciência* (em especial, a ciência como instância de estabelecimento de verdades sobre o mundo), *saúde* (em especial, a saúde enquanto um bem a ser gerenciado e otimizado), *higiene* (em especial como um índice de distinção social e de civilização), *educação* (no sentido de que é possível educar o corpo, e que existem

¹²³ Cf. VIGARELLO, Georges. *História da Beleza*. Tradução Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

¹²⁴ GOELLNER, Silvana Vilodre. A cultura fitness e a estética do comedimento: as mulheres, seus corpos e aparências. In: STEVENS, Cristina Maria Teixeira e SWAIN Tania. *A construção dos corpos: perspectivas feministas*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2008. P. 246.

¹²⁵ Cf. FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P. 07.

práticas adequadas para a educação do corpo), e *prazer/erotismo* (no sentido de apresentar o corpo feminino como um lugar de prazer). Esses cinco enunciados são atualizados de diversas maneiras - pelos textos das propagandas, pela maneira como as imagens são apresentadas, etc.

Para iniciar o contato com as fontes, em primeiro lugar, buscamos analisar por agrupamento de enunciados e segundo lugar, procuramos apresentar uma regularidade entre esses enunciados. Assim, observar o possível discurso sobre a beleza e a saúde do corpo, e as estratégias necessárias para manter o corpo saudável. Essa prática é um discurso em relação a corpos saudáveis, que, expressa uma ideia de que cada indivíduo levando em conta sua genética e seu próprio corpo deve cuidar de si para conservar a boa saúde e uma boa aparência implica também em ter uma vida mais longa.

A gestão do corpo não se dá pela sua condição atual, mas foca-se nas suas possibilidades, logo, a relação do indivíduo com o corpo é sempre em torno daquilo que ele pode se tornar, as pessoas passam a ver o corpo como se ele exigisse um cultivo, ele é percebido não como uma matéria acabada, mas maleável, no qual, pode-se intervir e construir, por meio de práticas “adequadas”.

3.1 Técnicas de embelezamento

Nesta pequena nota¹²⁶ “*Comendo*” *Beleza* presente na revista *Capricho* de 1954, observamos dois enunciados, o da saúde e o da educação. No sentido de como proceder para “purificação do organismo” num tom de aconselhamento e descontração “amiga leitora”. O primeiro enunciado aparece de forma para indicar as condições mais favoráveis para uma conservação do organismo que “*necessita boa limpeza, e para isso, nada melhor do que comer frutas*”. O segundo enunciado aparece na disposição que a leitora deve ter, porque haverá necessidade de mudanças de hábitos e comportamento “*durante uma semana, substitua o café da manhã por uma ou duas frutas [...]*” e aparece também no resultado “[...] *você perceberá que se sente como ‘nova’*. É lógico, seu organismo estará limpo de todas as impurezas e sua pele

¹²⁶Uso termo nota em algumas fontes mesmo que a revista não o caracterize ela assim. Pois, normalmente são colocadas nas partes de extremidades das revistas. Como se fossem algo digno de “atenção”, às vezes, dialoga com a matéria que está ao lado ou propaganda.

também”. Essa nota descreve o funcionamento do corpo e também informa as virtualidades, ou seja, aquilo que está em potencial a ser feito. A revista investe num discurso de embelezamento de várias formas que recai na possibilidade de transformação do corpo e no próprio estilo de vida, “*é a coisa mais simples deste mundo! Só se trata de comer cada dia uma porção de beleza*”.

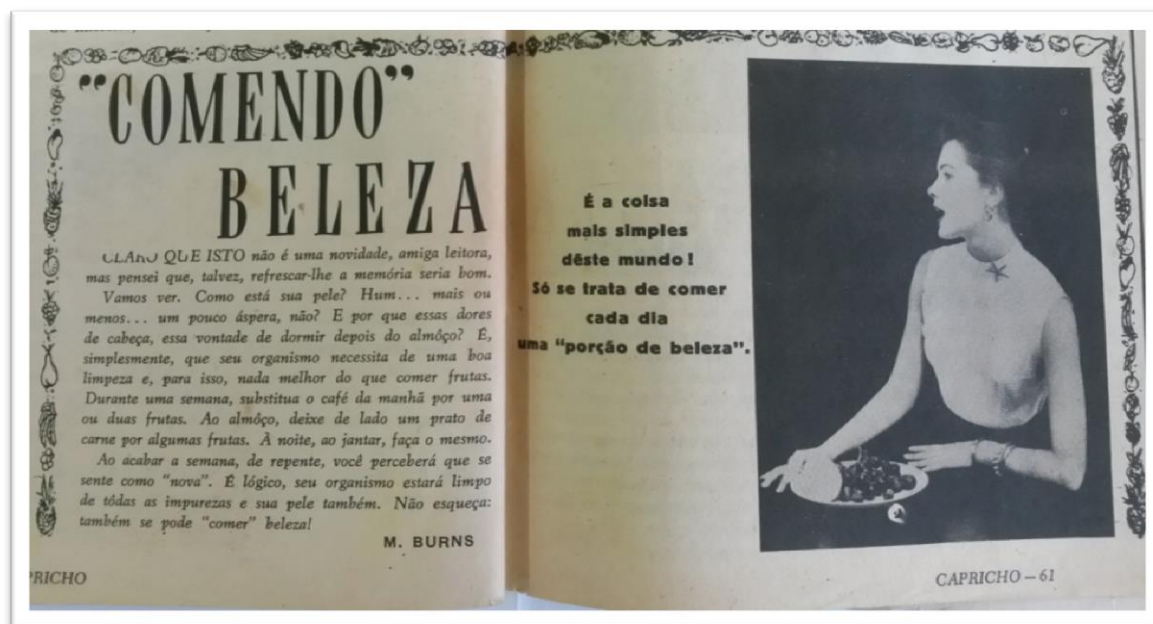


Figura 8 - Ano III - nº27/ Maio de 1954

Em outras propagandas podemos perceber as relações que forma os enunciados de ciência, higiene e saúde como: “*Conserve por mais tempo o encanto de sua pele!*” o Leite de Colonia têm três fundamentos básicos, pois é um “tratamento” de beleza; uma ação medicinal e uma possibilidade de uma longevidade da pele que consiste na permanência da juventude. Pois “*sejam quais forem os preparos que você use, não há nada que se compare ao Leite de Colonia para remover totalmente as impurezas e os resíduos que se entranham no poro*”- aqui se evidencia que as soluções feitas de forma cotidianas não são o bastante, por isso “[...] *Você não terá mais que ocultar manchas, sardas e espinhas, pois a ação medicinal do Leite Colonia evita essas e outras imperfeições*”.

Trata-se da introdução das ideias do creme medicinal relacionado à saúde como princípio ativo para a beleza da pele “*para seu tratamento de beleza, é indispensável um limpeza profunda e tonificante de sua cútis com a comprovada ação medicinal [...]*”. Logo, não é simplesmente a possibilidade de cobrir suas imperfeições,

essa sugestão provia a higienização como forma de prevenção e certa liberdade para intervir no desenho facial, aproximando assim, o embelezamento da saúde.

*Conserve por mais tempo
o encanto de sua pele!*

Para o seu tratamento
de beleza, é indispensável
uma limpeza profunda e
tonificante de sua cútilis com a
comprovada ação medicinal do

Leite de Colonia

Poros obstruídos... poros dilatados!
Eis um risco que sua beleza não
pode correr. Proteja-se, pois, fazendo
uma limpeza constante e profunda
de sua cútilis. Para essa limpeza
revigorante e profunda, sua pele necessita
do Leite de Colonia. Sejam
quais forem os preparados que você
use, não há nada que se compare

ao Leite de Colonia para remover
totalmente as impurezas e os resíduos
que se entranham nos poros.
E você não terá mais que ocultar
manchas, sardas e espinhas, pois a
ação medicinal do Leite de Colonia
evita essas e outras imperfeições.
Convença-se você própria, experimentando-o
ainda hoje.

*É o mais simples
cuidado da beleza!*

Embeba algodão
em Leite de Colonia
e use-o, em suaves
fricções sobre seu
rosto bem molhado
de água. Assim,
toda pele aceita bem
Leite de Colonia.

*Insista com
Leite de Colonia*

- preparado pelo médico Dr. A. Studart

1.124 Charles A. Elmore

Figura 9 - Ano V - nº 56/ Outubro de 1956

Já na propaganda do “*Creme de Alface Brillhante*” consiste em um pequeno texto ocupa-se de aconselhar a manutenção da boa aparência e no próprio título “*A beleza é obrigação*” traz um imperativo de cuidado e responsabilização individual

pelos cuidados pessoais. Aqui, os enunciados de educação e ciência se estabelecem, pois neste texto presente na revista *Capricho* podemos observar um discurso que traz receitas para a modificação do corpo.

Os cosméticos femininos não se resumem a ‘maquiar-se’, ao utilizar-se de batom, pó facial e máscara para cílios, eles são capazes de modificações na pele: “sua ação rápida para embranquecer, afinar, refinar a *cútis* [...]”. Modificar o próprio corpo não é apenas um golpe de marketing, uma questão de propaganda, é uma questão da modificação como técnica que se exerce sobre o corpo, é uma prática que transpassa o discurso da propaganda, pode-se dizer que esta propaganda é possível justamente devido à presença desta ideia de possibilidade de agir sobre o próprio corpo buscando alguma transformação. No caso, você tem como resultado “o brilho de uma pele viva e sadia” e evita “os panos, as manchas e asperezas e a tendência para pigmentação”.

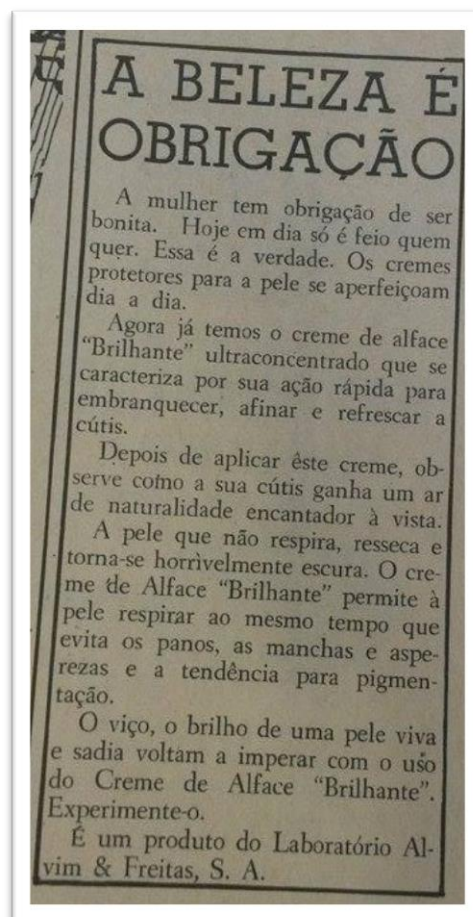


Figura 10 - Ano V I- nº 66/ Agosto de 1957

Essa próxima fonte trata-se de um teste chamado “Não basta um belo rosto! Fôrça de vontade também” na página 39. O corpo (e a beleza) é apresentado

como lugar de modificação mais uma vez, porém para isso você tem que ter “*fôrça de vontade*”. A beleza não é dada é criada, agora têm técnicas para isso. Porém, têm aqueles que são belos por força de vontade, e aqueles que são feios por falta dele. Daí surge à obrigatoriedade, o feio é o desleixado, o ocioso.



Figura 11 - Ano VI - nº 66/ Agosto de 1957

E também, o enunciado de prazer e erotismo está articulado com a sensação de transformação, incita a mulher a não desistir caso o resultado do teste for

ruim, “*pois isso se adquire com o tempo e com a boa vontade*”. Segundo Denise Bernuzzi de Sant’Anna “ao invés de fazer o elogio dos antigos modelos de beleza, eles¹²⁷ preferem visar o potencial das leitoras, apreendidas a partir de suas especificidades físicas e psíquicas”.¹²⁸ Porém, se o espectro do padrão de beleza é mais amplo, isso não implica que ele não exista: “ser gorda”, por exemplo, não se enquadra no padrão de beleza e saúde do período, conforme emerge nas propagandas.

Na reportagem sobre alimentação Ano – VIII - nº 85 março de 1959 “*Bom apetite... e emagreça!*” página 102, toma várias páginas da revista, além dizer sobre vários tipos de dietas para emagrecer com “saúde”, a matéria contém ponto de vista de médicos (especialistas americanos e ingleses), psicanalistas e até mesmo resultado feito em testes em animais - falando dos perigos de comer demais e a obesidade. Aqui, temos os enunciados de ciência e saúde. A parte que ressaltamos é da relação saúde e bem-estar:

Um sacrifíciozinho é necessário e não só por vaidade, como se pôde ver. Além da beleza, da perfeição física o fato de se ter um peso normal, de acôrdo com a idade e a altura é muito importante na questão da saúde. Sabe-se muito bem que a gordura excessiva é extremamente prejudicial à saúde, que obriga o coração a desenvolver um esforço muito grande que pode vir a prejudicar sem funcionamento e a provocar doenças cardíacas bastante graves que podem muito bem ser evitadas.

Tudo que se fizer em prol de sentir melhor de saúde e também mais segura de si, que é o que acontece quando a gente se sabe bonita, vale a pena!

O regime que aqui apresentamos em nada poderá prejudicar a saúde, de quem o seguir fielmente, pois não é um ‘regime de fome’, dêsses que podem provocar fraquezas orgânicas muito perigosas, mas a verdade é que se o peso não baixar, depois de algum tempo em eu se fizer o regime, convém consultar um médico, pois, provavelmente essa gordura rebelde será devido a algum distúrbio glandular ou desequilíbrio orgânico

A grande questão é saber aperfeiçoar e gerenciar a saúde, através de uma dieta e de um esforço de controle de peso. A partir disso, se evidencia as falas dos

¹²⁷Para autora seriam os profissionais de beleza (modelos, esteticistas, esportistas...) que começam cada vez mais participarem nas elaborações das reportagens sobre esses assuntos. Cf. SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma História do corpo no Brasil. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant’ Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995. P. 135.

¹²⁸SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma História do corpo no Brasil. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant’ Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995. P. 135.

especialistas, vemos uma correlação com o enunciado da cientificidade e uma maneira específica que determinados grupos, na época da presente reportagem, pensavam que a “ciência” era uma ferramenta de iluminação racional para solucionar o problema da “gordura excessiva”. As medidas do peso corporal como situa Carmen Lúcia Soares no texto ‘*Pedagogia do corpo: Higiene, ginásticas, esporte*’ que é “dada pela balança permite, portanto, pensar na sensibilidade e na tolerância em relação à visibilidade dos corpos e é instrumento indispensável na constituição das pedagogias higiênicas”.¹²⁹

Assim, segundo Fernanda Bruno “não é mais no espaço fechado da escola, do hospital ou do asilo que os indivíduos são convidados, incitados ou obrigados a se encarregarem da saúde. É no espaço aberto dos meios de comunicação que tal apelo tem lugar”.¹³⁰ E, podemos perceber muito esse início de relação no discurso da revista *Capricho*, que hoje, está mais predominante em várias mídias.

Além disso, é preciso considerar que estes enunciados de saúde e beleza participaram, no final da década de 1960, na formação do que a Denise B. Sant’Anna denomina de “dispositivo de lazer” no livro “O prazer justificado: História e Lazer” (1969-1979). Neste trabalho a autora ilustrada a transformação do ócio em lazer e essa passagem do ócio ao lazer evidencia uma obrigatoriedade de cuidar da saúde, da beleza e da importância da velocidade, para isso havia várias formas de agenciar os corpos dos trabalhadores...

Conhecer com a ajuda do saber médico as possibilidades e características de cada corpo para ajustá-las às regras e à moda da ginástica e dos esportes podia não ser um movimento geral mas, sem dúvida, tratava-se de um tipo de uso de tempo livre que, graças a uma injeção de setores e interesses – a publicidade, os meios de comunicação de massa, as indústrias de lazer e de cultura, os clubes e organizações esportivas, a juventude, da velocidade e da descontração; imagem cujo padrão de beleza estaria sujeito a uma determinada disciplina alimentar, física, lúdica, a certas formas de experimentar o prazer e também, condicionando ao consumo de produtos que contivessem a promessa de tornar qualquer um semelhante ao modelo de corpo ideal veiculado nesses anos: produtos farmacêuticos, fórmulas caseiras e industrializadas para emagrecer, ter saúde, manter-se jovem, disposto e ágil, produtos dietéticos que se tornaram cada vez mais comuns nos supermercados e anúncios televisivos.¹³¹

¹²⁹SOARES, Carmen Lúcia. *Pedagogias do corpo: higiene, ginásticas, esporte*. In: *Figuras de Foucault*. Organização por Margareth Rago e Alfredo Veiga-Neto. 2 ed. – Belo Horizonte: Autêntica, 2008. P.76.

¹³⁰BRUNO, Fernanda. *O biopoder nos meios de comunicação de corpos virtuais*. Dossiê: Comunicação, mídia e consumo. São Paulo, Vol.3, Nº6. Mar. 2006. P. 73.

¹³¹SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. *O prazer justificado: História e lazer (São Paulo, 1969/1979)*. São Paulo: Editora Marco Zero, 1994. P. 81-82.

Deste modo, esses programas de lazer buscavam produzir um homem saudável, ágil e responsável. Segundo a autora a esse culto de corpo, ou melhor, a um certo tipo de corpo que é o da saúde e velocidade, associam-se um jeito de ser, valores e expectativas redimensionar e sujeitar todos os outros tipos de corpos, pois quem não se cuida é ocioso (não tem força de vontade se entrega ao ócio) e o ócio é mal visto nessa nova sociedade que está se procurando formar no Brasil e esse corpo que se cultua só pode emergir a partir de um certo modo de perceber e de avaliar os demais corpos na sociedade, capturando alguns de seus valores e recodificando-os a partir de leis gerais de mercado, silenciando-se os ou tachando-os de menos belos, inferiores e fracos¹³².

Na próxima fonte trata-se de uma matéria intitulada “A água e o sabonete” com o subtítulo “O banho pode ser uma autêntica cura de beleza” mostra bem a inserção do hábito de tomar banho com sabonetes com a preocupação de saber qual é o melhor para cada pele (seca, oleosa, normal) e as vantagens para uma epiderme saudável, higienizada e também as desvantagens. À hora do banho pode ser prazerosa, porém “*não esqueçam de que se há banhos que nos dão uma verdadeira sensação de descanso e frescor, há também os que enervam, congestionam, cansam e que, inclusive, prejudicam nossa beleza ao ressecar a pele ou relaxar os tecidos. Convém evitar tudo isso*”.

A matéria expõe várias outras dicas da influência do banho e o corpo, mas outro ponto que chama atenção é “*se não tiver banheiro...*” que demonstra que esses preceitos de como tomar banho necessita de uma forma, ou seja, “*fique atentos a ducha é o melhor dos tônicos e economiza o banho. Explicarei a melhor forma de tomar esse banho: de cócoras no chão; joelhos presos pelos braços, cabeça encostando nêles, o mais possível, depois de uma ensaboada geral. Se ficar assim durante 5 minutos, sob uma ducha morna, obterá uma massagem perfeita e uma absoluta sensação de repouso*”.

¹³²Cf. Idem. P.83- 100.



Figura 12 - Ano VIII - nº 83/ Janeiro de 1959

Segundo Vigarello no livro *O limpo e o sujo*, que se trata, de uma história da higiene corporal ao longo dos séculos que parte do banho medieval até chegar ao banho moderno. No qual, vemos uma inserção (na hora do banho) da “intimidade” e do “pudor” a partir das sociedades burguesas, pois até então, não era uma preocupação. Logo, essa preocupação com a limpeza no banho que começou a desenvolver nos meados do século XIX começa se associar a essas outras práticas e a idéia do banho diário e a higiene íntima. O uso da água começa a se popularizar, segundo o autor,

a água dos privilegiados não poderia, no entanto, pertencer só a eles. Uma dinâmica insensível de equalização faz dela um objeto melhor dividido no século XIX. Uma crescente vontade de educação popular também a torna um instrumento de pedagogia: a limpeza seria tanto edificadora como protetora.¹³³

A higiene torna-se cada de vez mais específica, “é preciso a descoberta microbiana para que mude ainda, na virada do século, a importância dada a

¹³³VIGARELLO, Georges. Higiene do corpo e trabalho das aparências. In: *História do corpo: Da Revolução à Grande Guerra*. Tradução de João Batista Kreuch, Jaime Clasen. Revisão da tradução Ephraim Ferreira Alves. 3 ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. P.387.

limpeza, como a dada a imagem do corpo”.¹³⁴ Desde modo, as matérias e objetos ligados a limpeza e higiene são visados para transformação, como podemos observar na reportagem “*A água e o sabonete*” de 1959. Para Michelle Perrot a modernidade atuou por novas práticas corporais, como:

A higiene, a água, as abluções desnudaram os corpos, os quais o espelho e a luz elétrica permitiram que fossem mais bem vistos, na sua integralidade. O banheiro tornou-se um lugar íntimo de autoconhecimento, grande tema dos pintores impressionistas. Entende-se: para os meios urbanos privilegiados, à medida que a adução da água vai progredindo lentamente, mas que se converte em sinônimo de democracia. Lavar-se, estar limpos, cheirar bem, cuidar de cabelos mais curtos passam a ser desejos compartilhados pela maioria das mulheres.

No século XX, as revistas femininas tiveram um papel notável na difusão desses novos modos de comportamento que afetam as sociedades urbanas.¹³⁵

Há uma grande preocupação nas revistas em passar esse hábito de higiene e limpeza, pois em quase todas as revistas analisadas, o tema higiene e beleza e os cuidados de si são muito recorrentes. Como disse Denise Bernuzzi de Sant’Anna “preocupados com a higiene, os conselheiros de beleza insistem na necessidade de fiscalizar os armários, o avesso das roupas, o banheiro, os quartos e o *corpo feminino*, sobretudo suas regiões mais ‘reservadas’ [...]”¹³⁶. E mais, podemos dizer que essa reportagem evoca o cuidado com o corpo no sentido de higienizá-lo e embelezá-lo como algo imbricado, tendo em vista a questão dos enunciados raros se relacionando entre si e sendo atualizados.

Na propaganda de sabonete “*Gessy*” podemos observar essa relação de beleza e higiene de forma ainda mais íntima com a leitora, pois aparece uma moça sorridente, se acariciando e ensaboada, logo, passa também a sensação bem-estar ao tomar banho com produto porque, além da limpeza “*a espuma de GESSY torna a pele macia e aveludada, realçando a sua beleza – o perfume é suave e provocante...*”. Observem:

¹³⁴Ibidem. P.390.

¹³⁵PERROT, MICHELLE. Os silêncios do corpo da mulher. In: *O corpo feminino em debate*. Organização Maria Izilda Santos de Matos; Rachel Soihet – São Paulo: Editora UNESP, 2003. P. 23.

¹³⁶SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma História do corpo no Brasil. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant’ Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995. P. 131.

**MAIS PERFUME...
MAIS ESPUMA...
MAIS BELEZA
PARA VOCÊ!**

Há um novo encanto no banho com o delicioso SABONETE GESSY!
A espuma de GESSY torna a pele macia e aveludada, realçando a sua beleza - o perfume é suave e provocante... e a consistência da massa finíssima faz de GESSY o sabonete mais durável e econômico! Perfumado... delicioso... experimente o

Gessy
SABONETE

Figura 13 - Ano VIII - nº90/ Agosto de 1959

Os banhos e limpezas diárias de todas as partes do corpo são recomendados nas matérias e propagandas da revista *Capricho*, a utilização de diversos produtos específicos para manutenção de corpo saudável e belo são inseridos como

necessidade de consumo e podemos ver na própria propaganda do sabonete “... e a consistência da massa é finíssima faz de GESSY o sabonete mais durável e econômico”. Podemos dizer, que esse hábito não era mais entendido como uma purificação da raça, como nos discursos das décadas anteriores, mas tem ligação com a beleza e sedução da mulher. Uma mulher “caprichosa” que representa a limpeza, a saúde, a beleza da família e essas práticas deveriam ser feitas de forma prazerosa. Para Sant’Anna a outro ponto, “a higiene do corpo serve, assim, para manter acesa a chama do amor conjugal. Por isso ela é tratada como sinônimo de beleza e sedução”.¹³⁷

Essas propagandas de banhos e higiene íntima denotam também além de um lugar que sugere um bem estar individual que a leitora pode ter e até mesmo de uma reflexão com seu próprio corpo é “um espaço que, nas revistas, começa a ser valorizado quanto aquele da cozinha”.¹³⁸

Na fonte a seguir: propaganda sobre *Creme C Ponds* vem ao lado esquerdo uma nota “*A beleza em seu alcance*” com duas perguntas de uma “leitora” que a Gladys Seymor responde. As dúvidas giram em torno de como melhor cuidar da pele, quais cuidados que ela pode fazer em casa sem a necessidade de ir ao instituto de beleza. O enunciado de higiene, saúde e ciência são predominantes nessa propaganda.

A dica é o *Creme C Ponds* (que os editores colocam a propaganda ao lado da nota) porque embeleza e, ao mesmo, tempo protege: “*as impurezas e as células mortas da pele dissolvem-se e são removidas, ressurge uma pele radiante, encantadora, imaculada! E tudo em 60 segundos!*” Ou seja, é necessário cuidar bem da sua pele. Água e sabão não são suficientes para uma “limpeza profunda” na *cútis* “– *Claro que não, menina! Água e sabonete, apenas, destroem, os óleos naturais da pele pelo espaço de 1 a 3 horas, após a lavagem*”. Interessante perceber como no texto constroem-se uma forma para esse produto e como você deve utilizá-lo para um maior desempenho: “*depois dêse período, a natureza devolve lentamente a oleosidade perdida, mas nesse espaço de tempo a pele se prejudicou precisa usar um creme de limpeza. Um bom creme. Depois de lavar o rosto, passe o creme, e retire-o com algodão ou com lenço de papel. Veja quanta impureza a água e o sabão haviam deixado! Isto é limpar profundamente*”.

¹³⁷SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma História do corpo no Brasil. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant’ Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 132.

¹³⁸Ibidem. P. 133.

A beleza a seu alcance

Por Gladys Seymour

— Minha pele está emurchecida e feia, mas não tenho muito tempo nem dinheiro para despende com institutos de beleza. Como posso fazer um tratamento em casa ?



— Antes de qualquer tratamento de beleza, minha amiga, cuide da limpeza de sua pele. Não uma limpeza superficial, com água e sabão, apenas. Procure um bom creme de limpeza, o Creme C, por exemplo, e limpe cuidadosamente, todas as noites, o seu rosto. Se sua pele for seca, o Creme S a ajudará. E para base do pó de arroz, o Creme V servirá como proteção e maneira de conservar o "maquillage". É um tratamento completo, fácil, não lhe roubará mais que alguns minutos, e barato. O que você não deve é descurar de sua pele. Esses primeiros sintomas trarão outros, e logo você parecerá ter 15 anos mais do que a sua idade verdadeira. E você não quer isso, não é mesmo ?

— Que quer dizer "limpar profundamente" a pele? Uso água e sabonete, todas as noites. Não basta isso ?



— Claro que não, menina! Água e sabonete, apenas, destroem os óleos naturais da pele pelo espaço de 1 a 3 horas, após a lavagem. Depois desse período, a natureza devolve lentamente a oleosidade perdida, mas nesse espaço de tempo a pele já se prejudicou bastante. Por isso, é preciso usar um creme de limpeza. Um bom creme. Depois de lavar o rosto, passe o creme e retire-o com algo de um lenço de papel. Veja quanta impureza a água e o sabão haviam deixado! Isto é "limpar profundamente". O Creme C, pois, limpeza é o ideal para isso. Além disso, muito mais rapidez que a natureza para restituir os óleos da pele, que são a sua beleza natural. Com ele você sabe a verdade o que é "limpar profundamente". Para compreender melhor a importância de uma pele limpa, peça o "Guia de Elegância e Encanto", escrevendo para o Departamento de Beleza Pond's—Seção B 1—Caixa Postal 3.705—Rio de Janeiro. Você receberá esse folheto inteiramente grátis.



Mlle. Lina Ledoux revelará o segredo de sua cutis mais limpa, de seu "maquillage" mais atraente, nas novas cenas filmadas pela Pond's.

Um tratamento de beleza começa e termina com Pond's

... uma limpeza profunda, cada noite, com o Creme C Pond's. Sômente o Creme C Pond's — muito penetrante — pode realizar êsse trabalho de limpeza profunda, que a sua cutis exige. Além do mais, refresca, clareia e suaviza.

... uma base suavizante e protetora com o Creme V Pond's. Leve, invisível, sem gorduras, o Creme V Pond's é o "maquillage" moderno que embeleza e protege.

Creme C Pond's



Creme V Evanescente Pond's

— Finíssima e invisível base para pó, leve, aderente, pura como o orvalho. E, também, — que milagre de beleza para a sua cutis! Em apenas 1 minuto — uma boa camada do Creme V Evanescente Pond's no rosto — as impurezas e as células mortas da pele dissolvem-se e são removidas, ressurge uma pele radiante, encantadora, imaculada! E tudo em 60 segundos!



Siga a linha de beleza que Paris consagra!

Figura 14 - Ano VIII - nº 84/ Fevereiro de 1959

Tanto a reportagem como a nota aconselha a importância da beleza e da limpeza da pele, mas agora com a ajuda dos produtos cientificamente aprovados, no qual as "imperfeições da pele" devido ao mal "cuidado" ou o uso "errado" de certas coisas que eram consideradas normais são abolidas. Não são mais os "ingredientes caseiros", mas "as resoluções da ciência médica". E isso, leva para uma cientificidade do conhecimento de si.

Na sessão *saúde e beleza* presente em algumas das edições da revista *Capricho* (no ano de 1959 que tivemos mais acesso) com o título “5 minutos com o médico. Uma amiga de sua pele: a banana”.

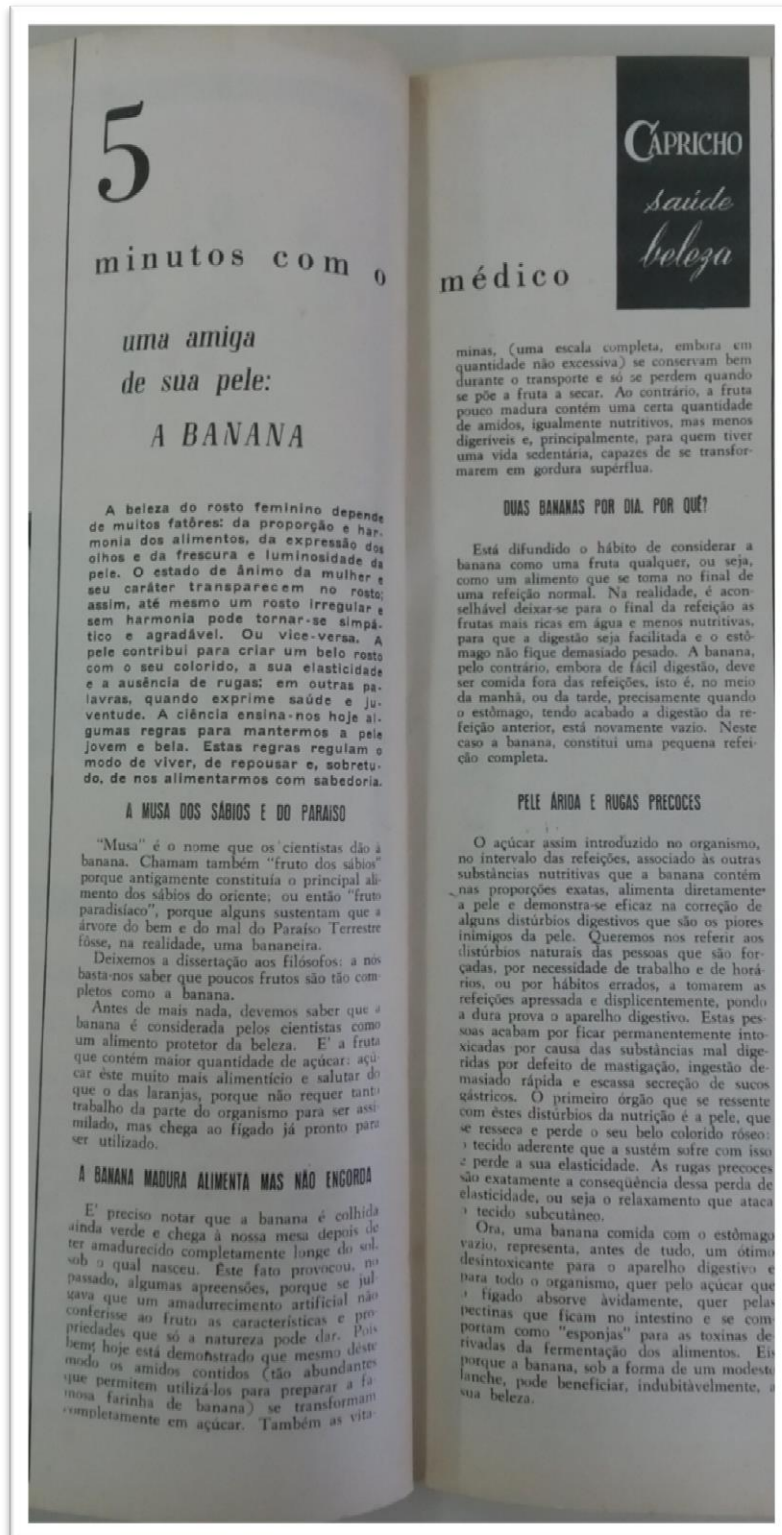


Figura 15 - Ano VIII - nº 92/ Outubro de 1959

A matéria mostra os porquês da importância de ingerir a banana no dia-a-dia e os benefícios que isso acarreta no corpo, principalmente na pele. Essas ideias sobre os benefícios da banana vêm com auxílio do saber médico como próprio nome da matéria remete e também, “*a ciência ensina-nos hoje algumas regras para mantermos a pele jovem e bela. Estas regras regulam o modo de viver, de repousar e, sobretudo, de nos alimentarmos com sabedoria*”.

Pensar os discursos de cuidados com o corpo na revista *Capricho* possibilitou perceber uma preocupação na manutenção da vida “saudável”, na “longevidade” e na “boa aparência”, percebe-se, de forma sutil, nestas práticas uma lógica biopolítica, ou seja, que se coloca a administração da vida como centro da ação. Evidencia-se, assim, que a preocupação com a manutenção do corpo, com a longevidade, com a aparência, com a saúde, são elementos que estão condicionados historicamente.

Na matéria “Boa aparência” na página 61 demonstra que a visibilidade do corpo compõe as ações do dia-a-dia e de tal modo, ensina lições de civilidade. Podemos dizer que se trata de uma forma de “educar o corpo o para vida social”¹³⁹. Nesse caso, os enunciados proeminentes são o de educação e higiene.

¹³⁹Cf. SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. “Sempre Bela” In: *Nova História das Mulheres*. Organizadoras Carla Bassanezi Pinsky e Joana Maria Pedro – São Paulo: Contexto, 2012.

Boa aparência



*É possível ter boa aparência,
um ar bem cuidado,
sem possuir um belo rosto
ou um corpo escultural.*

Se você acha que não tem boa aparência, minha amiga, faça um exame de consciência. Muitas vezes, a culpa é toda nossa: temos preguiça, alegamos falta de tempo e, simplesmente, nos descuidamos de nossa aparência. Depois, na hora de sair, tentamos esconder nossos pontos fracos.

Boa aparência inclui higiene, capricho, bom gosto.

Quantas vezes uma garota que trabalha fora deixa de tomar seu banho pela manhã, porque levantou tarde ou está fazendo muito frio? E, no entanto, o banho diário, a água de colônia, o talco e o desodorante, não podem ser transferidos de um dia para outro. Os dentes precisam ser escovados pela manhã, à noite e depois das refeições, além da visita anual ao dentista. Pernas e axilas devem ser depiladas todas as semanas e as unhas precisam ser feitas cada oito dias. Os cabelos também necessitam de um xampu semanal e de cem escovadelas todas as noites antes de deitar-se.

Outro segredo da boa aparência, é vestir-se, pintar-se e pentear-se de maneira adequada, de acordo com a idade, a hora e o lugar onde se vai.

A roupa deve estar impecavelmente limpa, escovada, passada a ferro, com todos os botões pregados, as alças no lugar, as barras feitas, os zíperes funcionando bem e os elásticos em ordem.

As meias devem ser lavadas todas as noites, ao tirá-las, e os sapatos precisam ser escovados e engraxados frequentemente. Nunca se deve gastar o saltinho até o fim, mas sim mandar consertá-lo sempre que necessário.

Sua bolsa deve estar sempre arrumada por dentro, como se você estivesse à espera de que alguém fosse abri-la e examiná-la. E, é claro, use bolsas que combinem com seus sapatos e luvas.

CAPR

Figura 16 - Ano X - nº 109/ Março de 1961

No mesmo tom, a reportagem sobre “*Conselhos de beleza*” é um manual de beleza mais prático que ensina como embelezar a cútis, cuidar dos cabelos, das unhas e etc... Nesse sentido, as recomendações refletem não somente na transformação da pele através do cuidado diário, mas na própria vivência em outros âmbitos sem ser só o doméstico “*não calque o lápis. Isto é válido em qualquer ocasião e sobre tudo para o dia e para o trabalho*”, sendo assim, “na medida em que as cidades brasileiras cresciam e as mulheres integravam o mercado do trabalho, os conselhos de beleza incluíam recomendações relacionadas ao comportamento: saber andar, se sentar, dançar, descer as escadas, sair do automóvel, conversar e etc.”.¹⁴⁰

A revista *Capricho* passa muito bem uma ideia de manual de civilidade, etiqueta, costumes, etc., justamente por expor em suas matérias e propagandas lições como se cuidar, qual o melhor procedimento a seguir e assim, uma nova maneira de fazer o corpo. Além de estar em consonância com as ideias vigentes no período, ou seja, um Brasil de mudanças, de progresso. Onde muitas pessoas estavam fazendo transição de moradias¹⁴¹ (as migrações das zonas rurais para zonas urbanas), de vidas e que o desconhecido estava “desmistificado” nas páginas das revistas. Em algumas fontes as matérias aparecem de forma muito acessível para os leitores, ou seja, com discursos de passo a passo e com imagens para ilustrar o que estava sendo anunciado.

¹⁴⁰Idibem. P.111.

¹⁴¹Ver mais: CAMARGO, Ana Amélia, ABRAMOVAY, Ricardo. *Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil: panorama dos últimos 50 anos*. N°621. Rio de Janeiro, 1999.

Conselhos de beleza

Que tipo de mulher é você? Elegante, ou seja, que sabe maquilar-se com gosto e apuro? Sofisticada? Preguiçosa e um pouco negligente? Leia com atenção este artigo. Discuta as perguntas que aqui lhe formulamos e terá uma resposta.

O CUIDADO COM O CABELO

Lavá-los, sim; mas sem exagerar e sobretudo não acreditar que lavando freqüentemente o cabelo oleoso poderá corrigir este defeito. Lave-o cada oito dias, aproximadamente. Pode-se melhorar de aspecto com fricções apropriadas no couro cabeludo e também escovando-o intensamente. Sem dúvida as famosas cem escovadas deixam a cabeleira sã. Para cabelo sêco, fricções com pomadas à base de lanolina; para o cabelo oleoso, fricções com loção à base de álcool. Antes de fazer permanente dê ao seu cabelo um banho de óleo.

A LINHA DAS SOBRANCELHAS

Nada muda tanto a expressão do rosto como a linha das sobrancelhas. A moda atual exige sobrancelhas naturais, depiladas ao mínimo para evitar aquele aspecto descuidado com alguns fios rebeldes. Devem ser mais espessas na raiz do nariz, afinando para o exterior. Para que os olhos pareçam maiores, se as sobrancelhas são demasiado espessas, deve depilar-se pela borda inferior.

A PINTURA DOS OLHOS

Não calque o lápis. Isto é válido em qualquer ocasião e sobretudo para o dia e para o trabalho. Nada envelhece nem vulgariza tanto um rosto como uma maquilagem ocular mal feita. Basta um pouco de cosmético para arquear as pestanas e escurecê-las nas pontas. Para a noite, poderá aplicar uma sombra sobre as pálpebras superiores, levemente esfumadas desde o centro até o fim e continuar as sobrancelhas com um traço suave. Um traço suave também sob os olhos.

COMO CORTAR AS UNHAS

"Cortar" é maneira de dizer, pois todos sabem que unhas se lixam, não se cortam. Dê-lhes uma forma de amêndoa alongada; é a mais elegante. Unhas muito compridas dão a impressão de garras e certamente não embelezam as mãos. Deixe estas unhas compridas para as mulheres ociosas que cultivam as unhas como flôres em vasos. Dão mostras de mau gosto. O esmalte deve ser de cor viva, mas clara. Algumas mãos melhoram de aspecto com esmalte rosa-claro cintilante. Evite os tons demasiado escuros e violáceos.

AS MÃOS

Muitas vezes são causa de preocupação, sobretudo quando são magras e de pele sêca. O único remédio é nutri-las freqüentemente. Faça uma massagem com creme de noite, antes de deitar-se, e ponha luvas de algodão. Use sempre loção ou creme para as mãos cada vez que lavá-las e depois de enxugá-las bem. Se no inverno notar que elas se tornam vermelhas, faça-lhe banhos com água quente, aumentando pouco a pouco a temperatura e depois passe creme, como de costume. Este tratamento é aconselhado para todas as mãos.

Figura 17 - Ano XI - Nº 121/ Março de 1962

Nesta reportagem vamos falar da higiene, saúde enquanto um enunciado:

BELEZA

Tenha um rosto encantador!

Sim, minhas queridas, precisamos ter um rosto encantador, limpando a pele profundamente, para evitar o aparecimento de cravos e espinhas.

E' claro que precisamos retirar toda a maquiagem à noite e lavar o rosto, para que a cutis respire. E preciso também, lavar o rosto pela manhã. Porém, esses cuidados não chegam para as que têm pele oleosa. Esta precisa de uma limpeza completa mensal, para que fique sempre bonita, sem cravos e sem espinhas.

A limpeza de pele pode ser feita em um bom instituto de beleza, que dispõe de todos os aparelhos necessários. Entretanto, se por este ou aquele motivo, você não puder fazê-la num instituto, faça-a em casa mesmo. Há um processo simples, econômico, que não depende de nenhum aparelhamento especial e dá ótimos resultados.

Em primeiro lugar, separe o material necessário para sua limpeza de pele, que é o seguinte:

- 1 bacia com água fervente
- 1 toalha de rosto
- 1 lençinho de fazenda fina e macia
- 1 limão
- 1 punhado de folhas de eucalipto
- algodão
- vaselina
- água-de-rosas
- álcool canforado

Reunido o material, proceda da seguinte maneira:

a) lave o rosto com água morna e sabonete. Em seguida, faça uma ligeira massagem com a vaselina e as pontas dos dedos, nos lugares onde tiver cravos. Geralmente, estes se localizam nos lados do nariz e no queixo. As massagens devem ser rotativas;

b) esprema o limão na bacia, junte as folhas de eucalipto e derrame a água fervente por cima.

c) proteja os olhos com dois pedaços de algodão embebidos em água-de-rosas. Para segurá-los use seus óculos escuros, ou amarre uma tira de pano;

b) cubra a cabeça e rosto com a toalha e incline-se sobre a bacia, a fim de que todo o vapor vá direitinho para

o seu rosto e abra os poros, para facilitar a extração dos cravos e impurezas;

e) depois de uns dez minutos, tire as compressas dos olhos, enxugue ligeiramente o rosto e, com o lençinho macio e as pontas dos dedos, vá espremendo os cravos. Faça o favor de não usar as unhas e sim apenas as pontas dos dedos;

f) depois de tirar os cravos (se você tiver muitos, não tire todos no mesmo dia: tire o que for possível e faça nova limpeza de pele uma semana depois). Mas, depois de tirar os cravos, lave bem o rosto com sabonete e água morna, enxaguando com água fria;

g) por último, embeba um pedaço de algodão em álcool canforado e passe-o pelo rosto todo. Isso desinfeta e fecha os poros.

Nunca faça sua limpeza de pele num dia em que precisar sair mais tarde. Como é natural, a cutis fica avermelhada durante algumas horas, de maneira que é preferível fazer num dia sem compromisso. No dia seguinte, aplique no rosto compressas bem frias de água-de-rosas, que amacia a pele e ajuda a fechar os poros dilatados.

Aliás, se você tiver poros dilatados, convém usar um adstringente, além, é claro, de manter a pele bem limpa. Há diversas loções adstringentes à venda, nas boas farmácias e perfumarias. Escolha uma que seja fabricada por firma conhecida e de confiança, pois os produtos de beleza devem ser muito bem escolhidos. Às vezes, custam um pouco mais caros, mas o resultado compensa.

Um produto caseiro, que dá resultados excelentes é o seguinte:

- 50 g de éter
- 50 g de álcool
- 50 g de água-de-rosas

Após lavar o rosto, passa-se um algodão embebido nessa mistura, sem esfregar, apenas levemente.

E lembre-se, para ter uma pele limpa, aveludada e luminosa, o cuidado mais importante é o da alimentação. Uma dieta rica em frutas, verduras, leite, ovos e carnes grelhadas e sem condimentos é o principal.

Cuide de sua cutis, minha querida, e você verá, dentro de algum tempo, como o aspecto de seu rosto melhorará. Não espere obter resultado imediato, pois isso não acontece. Mas com paciência e constância, você conseguirá maravilhas. ★



CAPRICO - 39

Figura 18- Ano XI- nº120/ Janeiro de 1962

Veja que nesta reportagem “*Tenha um rosto encantador!*” dentro da *sessão Beleza*. Podemos observar a mudança de práticas (de limpeza da pele) domésticas/caseiras para a possibilidade de lugares especializados:

Sim, minhas queridas, precisamos ter um rosto encantador, limpando a pele profundamente, para evitar o aparecimento de cravos e espinhas.

E' claro que precisamos retirar tôda¹⁴² a maquilagem à noite e lavar o rosto, para cútis respire. É preciso também, lavar o rosto pela manhã. Porém, êsses cuidados não chegam para as que têm pele oleosa. Esta precisa de uma limpeza mensal, para que fique sempre bonita, sem cravos e sem espinhas.

A limpeza de pele pode ser feita em um bom instituto de beleza, dispõe de todos os aparelhos necessários. Entretanto, se por êste ou aquêlo motivo, você não puder fazê-la instituto, faça em casa mesmo. Há um processo simples, econômico, que não depende de nenhum aparelho especial e dá ótimos resultados. Em primeiro lugar, separe o material necessário para sua limpeza de pele, que é o seguinte:

1 bacia com água fervente

1 toalha de rosto

1 lencinho de fazenda fino e macia

1 limão

1 punhado de fôlhas de eucalipto

Algodão

Vaselina

Água-de-rosas

Álcool canforado [...]

[...] E lembre-se, para ter uma pele limpa, aveludada e luminosa o cuidado com a alimentação. Uma dieta rica em frutas, verduras, leite, ovos e carnes grelhados e sem condimentos é o principal

Podemos observar que há um discurso de eliminação de coisas que são produzidas “naturalmente” na pele como os cravos e as espinhas através da higienização constante. Essa incitação está ligada tanto para aperfeiçoar a cútis como para obter uma “boa aparência”.

Dentro da própria matéria há a correlação com outras práticas vizinhas, como a alimentar. Aqui entra também, a ideia do alimento funcional, ou seja,

¹⁴²Grafia da época.

o que pode fazer bem ou mal para o corpo e está ligado ao enunciado da saúde, no sentido, de melhor gerir esse corpo com alimentos “balanceados e saudáveis”.

Denise Bernuzzi de Sant’Anna observa a partir dos anos de 1950 e 1960 no discurso que a valorização da beleza depende do aprendizado de algumas técnicas e que cada mulher é responsável por sua aparência, se antes precisava “prevenir a feiúra” com cosméticos caseiros, a indústria da cosmetologia “contribui para sofisticar as distinções entre produtos nocivos e produtos adequados à beleza [...] o desenvolvimento da cosmetologia permite a criação de produtos de maquiagem que, ao invés de simplesmente dissimular os pontos ‘feios’, quer preveni-los e corrigi-los”.¹⁴³

Nas propagandas de sutiãs que têm uma inseparável relação com a transformação do corpo e marca as possibilidades de alteração da aparência física no sentido do corpo parecer mais adequado ao padrão de beleza vigente no período. Cada modelo de sutiã modifica a silhueta corporal, além da mobilidade e a acomodação do busto feminino. Logo abaixo, duas propagandas de marcas de sutiãs “*Soutien Sedutora*” (1956) e “*Soutien Poème - De Millus*” (1963). Na primeira a mulher é representada de forma sutilmente íntima e a importância de estar bela, elegante e confortável:

Alças anatômicas
com três pontos de sustentação e equilíbrio,
mantendo o busto em posição de confortável e...
“Sedutora”.

Na segunda propaganda tem-se uma mulher elegante ao fundo, o produto em evidência com o seguinte dizer:

Soutien Poème
Vista um ‘Poème’ De Millus!
Você ficará mais elegante,
Mais encantadora, mais fascinante!
[...]
De Millus
Ergue... Prende... Realça!

¹⁴³SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma História do corpo no Brasil. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant’ Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995. P. 134-135.

Madame... a senhora pediu por isto!
 ...e finalmente aqui está
 o soutien com

os três pontos essenciais

para a
 beleza de
 seu busto!




Alças anatómicas
 com três pontos
 de sustentação
 e equilíbrio,
 mantendo o
 busto em posição
 confortável e...
 "sedutora".

BELEZA • ELEGÂNCIA • CONFORTO

SOUTIENS
"Sedutora"

Figura 19 - Ano v - nº56, Outubro de 1956

Soutien Poème
 Vista no "Poème" De Millus!
 Vai fazer mais desejo,
 mais esvairá, mais levitará!



De Millus
 Esque... Prende... Resgate!

Figura 20 - Ano XII - nº133, Março de 1963

Como podemos perceber, as publicidades nas revistas utilizam e exploram imagens/fotos em preto e branco e um texto que expõe a importância do produto. Ressaltamos que as duas propagandas usam “elegância” como forma de vender, porém, na propaganda de 1956 se apoia na anatomia do corpo como as alças influenciam no resultado para uma sedução e já na propaganda de 1963 o sutiã aparece com a forma bem estruturada e cheio de adorno, a mulher sorridente e toda arrumada, pois, no começo dos anos de 1960, ainda, tem-se uma áurea de sonho e encantamento presente na revista *Capricho*, ao poucos vemos a introdução de fotos nas propagandas dando um ar mais real das mulheres, pois antes, eram quase sempre desenhadas.

Na metade da década de 1960 a mulher aparece não só como dona-de-casa e mãe, mas aquela que ajuda também nos rendimentos da casa e ao mesmo tempo cuida de sua aparência. Os códigos de elegância fazem compreendermos a historicidade não apenas do corpo, mas também dos valores atribuídos a ele. Segundo Tania Regina de Luca

As revistas ensinam, aconselham, propõe, indicam condutas (o que fazer ou vestir, como agir ou se portar, do que gostar, o que é de bom ou mal tom em situações específicas). Cumprem, dessa maneira, funções pedagógicas e podem influir no processo de constituição do indivíduo, na maneira como este se autopercebe e se relaciona com o mundo a sua volta.¹⁴⁴

A educação corporal passa principalmente pelas práticas adequadas para a educação do corpo ligado ao bem-estar. Os cuidados e o uso de produtos se tornam cada vez mais complexos como já foi dito anteriormente. Assim, as mulheres são convidadas a encontrarem seu próprio corpo e estimuladas a conhecê-lo e a aperfeiçoá-lo, assim sendo, a revista *Capricho* é palco para diversos tipos de propagandas, matérias que relaciona a higiene, a saúde, a educação, a ciência, o prazer e a aparência como: cremes embelezadores, sabonetes, maquiagens, etc... Que estão intimamente ligados com a transformação e ao aprimoramento do corpo.

¹⁴⁴LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista In: *Nova história das mulheres no Brasil*. Organizadoras Carla Bassanezi Pinsky e Joana Maria Pedro. – São Paulo: Contexto, 2012. P. 463.

3.2 Saberes “Colonizados”

Podemos dizer, que a construção da beleza na revista *Capricho* não passa mais pela prática de si¹⁴⁵, mas pela normatização da ciência. Isso se evidencia em dois níveis: no do enunciado, ou seja, no discurso que forma determinados objetos, determinados sujeitos e no da visibilidade que são as técnicas e práticas cotidianas que permite a forma do sujeito objeto. Nesse sentido, o que cria a subjetividade é a relação com a norma. Logo, o discurso sobre a beleza perpassa entre os produtos caseiros até os mais científicos, mas, ao mesmo tempo, a revista também mostra a confluência das duas práticas, além de outras formas de atualização dos outros enunciados, tendo em mente que cada enunciado é povoado por margens vizinhas de outros enunciados como afirma Michel Foucault.

A regularidade do discurso é embasada na relação com a *ciência*, às vezes, representado de forma sutil, como na fala dos especialistas ou a partir de inferências sobre o saber desses, por exemplo, no trecho presente na propaganda “Leite de Colonia” de 1956 “*preparado pelo médico Dr. A. Studart*”. Por meio desse *saber-poder* investido sobre os corpos formam-se hábitos de docilidade e de regulação que começam a fazer parte do dia-a-dia, tornando-se “verdade”, quase sempre percebida como natural. Para Foucault, a *verdade* é o conjunto de procedimentos regrados para a produção, a distribuição e a circulação de enunciados, no qual se atribuem efeitos específicos de poder, ou seja, em cada sociedade o poder faz com que algo seja aceito como verdadeiro. Outro exemplo é na fonte “creme de alface brilhante”- “*é um produto do Laboratório Alvim & Freitas, S.A*” de 1957. Neste ponto, a revista necessita buscar apoio em um discurso dito “verdadeiro” para dar mais veracidade ao seu conteúdo.

Nas análises também ficou evidente a domesticação da medicina, à medida que além da preocupação com a saúde do corpo belo e sadio, há um discurso que privilegia o próprio vocabulário relacionado ao que seria “científico”. Segundo Anne Marie Moulin no século XX “saudou um novo direito do homem, o direito à saúde, compreendida como plena da pessoa, direito de fato compreendido, sobretudo,

¹⁴⁵Segundo Michel Foucault o sujeito constitui-se ativamente por meio das “práticas de si”. Trata-se de um exercício de si sobre si mesmo, que se busca a elaboração de uma determinada maneira de ser.

como o direito à assistência médica”¹⁴⁶, leva em consideração e se justifica através do “aumento regular da longevidade”.

Neste sentido, a autora diz que a saúde passa-se a ser verdade e igualmente a utopia do corpo, no qual a pessoa deve se esforçar para parecer saudável. Podemos falar, em relação à revista *Capricho*, que observamos uma “popularização” do saber médico para um melhoramento da tez, para uma boa alimentação, para evitar impurezas na pele e, sobretudo, no organismo. Assim, no século XX a produção de imagens do corpo passa por múltiplas possibilidades, na exploração do corpo e no prolongamento da vida, pois, “o aumento do saber-poder dos médicos suscitou a inquietação ao mesmo tempo na corporação e no público, e alimentou a exigência que o indivíduo participe mais nas decisões que lhe dizem respeito”.¹⁴⁷

Na matéria de 1959 “5 minutos com o médico. Uma amiga de sua pele: a banana” vemos essa preocupação do prolongamento da vida através da manutenção juventude: “a beleza no rosto feminino depende de muitos fatores: da proporção e harmonia dos alimentos, da expressão dos olhos e a luminosidade da pele. O estado de ânimo da mulher e seu caráter transparecem no rosto; assim, até mesmo um rosto irregular e sem harmonia pode torna-se simpático e agradável. Ou vice-versa. A pele contribui para criar um belo rosto com seu colorido, a sua elasticidade e a ausência de rugas; em outras palavras, quando exprime saúde e juventude”. Outro ponto a ser realçado é que o texto, como por exemplo, da propaganda *Crema C Ponds* de 1959 explica cientificamente, ou pelo menos, tenta dar uma ar científico. O creme melhora a pele porque faz uma “limpeza profunda” e dissolvem e removem “as impurezas e as células mortas [...] ressurgem uma pele radiante...”.

Michel Foucault afirma que há uma “insurreição de saberes dominados” e esse se caracteriza de duas formas: o primeiro está ligado aos conteúdos históricos sepultados em sistematizações formais que podem reaparecer por meio da crítica feita “através do instrumento da erudição”.¹⁴⁸ E o segundo que se caracteriza o saber das pessoas ou saber desqualificados que são “uma série de saberes que tinham sido desqualificados como não competentes ou insuficientemente elaborados: saberes ingênuos, hierarquicamente inferiores, saberes abaixo do nível requerido de

¹⁴⁶MOULIN, Anne Marie. O corpo diante da medicina. In: História do corpo: As mutações do olhar: O século XX. Sob direção de Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine e Georges Vigarello; Tradução e revisão Ephraim Ferreira Alves. 4.ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. P.15.

¹⁴⁷Ibidem. P. 80.

¹⁴⁸FOUCAULT, Michel. Genealogia e Poder. In: *Microfísica do poder*. Organização e Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: edição Graal, 1979. P. 170.

conhecimento ou de cientificidade”.¹⁴⁹ E o autor acrescenta que tanto o “saber erudito” e tanto o “saber das pessoas/desqualificado” são na realidade “o saber histórico da luta”.

A partir disso, podemos dizer que existem uma re-afirmação de prática e uma desqualificação na revista *Capricho*, a primeira está ligada a prática das pessoas mais “antigas” aquilo que é passado de mãe para filha, no qual a prática só ganha legitimidade se a ciência disser que ela é legítima e a segunda prática seria essa mesma passada mãe para filha, mas é considerada errada ou se fazia de forma errada. Como podemos observar na própria propaganda do *Creme C Ponds* que deixa claro que “água e sabão” não são mais suficientes para o cuidado da pele. E também na reportagem “*Tenha um rosto encantador!*” dentro da *sessão Beleza* de 1962 que aparece esse diálogo confluyente entre a possibilidade de fazer a limpeza da pele com produtos caseiros caso não possa ir num instituto de beleza - “*Um produto caseiro, que dá resultados excelentes é o seguinte: 50g de éter; 50g de álcool; 50g de água-de-rosas. Após lavar o rosto, passe-se um algodão embebido nessa mistura, sem esfregar, apenas levemente*”.

Portanto, nas publicações das revistas *Capricho* dos finais dos anos de 1950 até o início dos anos de 1960 o corpo belo e sadio e a positividade relacionado a ele teve uma forte influência da publicidade que apareciam nas revistas em forma de propagandas, nas matérias entre outros que contribuía com as ideias da indústria da beleza e da cosmetologia (estudo do que se refere aos produtos cosméticos e às suas aplicações) que estava em plena ascensão. Sant’Anna afirma que

no caso da cosmetologia, vale sublinhar que, no Brasil e no exterior, este campo de saber ganha maior autonomia em relação à química e à dermatologia, o que contribui para sofisticar as distinções entre produtos nocivos e produtos adequados à beleza. Por vezes, a publicidade incorpora e modifica estas preocupações em favor de cada produto anunciado.¹⁵⁰

A revista dialoga tanto com esse novo campo saber que estava se estabelecendo sem deixar de se preocupar com aquilo que já estava sendo feito, evidenciando - se assim, uma nova mudança de prática que seria mais adequada e que não necessariamente elimina outra, mas como diz Sant’Anna “é constituída de novas

¹⁴⁹Ibidem. Idem.

¹⁵⁰SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma História do corpo no Brasil. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant’ Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995. P. 134.

exigências e de novas preocupações antes inexistentes”.¹⁵¹ Nesse caso, o saber se apresenta um nível particular de discursos que situam entre a “opinião” e o “conhecimento científico” uma prática cotidiana e regrada, no qual o indivíduo se transforma, sofre mutações pelo caráter dos enunciados e se encontra nos meios não-discursivos, ou seja, no caráter ativo da relação poder-saber.

¹⁵¹Cf. *Ibidem*. P. 135.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma determinada quantidade de cada alimento é indicada para a ingestão: verduras, carne, massas, frutas, ovos e açúcar. Também é recomendada a prática de exercícios físicos regularmente e o descanso necessário para uma vida saudável é de 8 horas por dia. O objetivo destas práticas é manter a saúde e a beleza, de forma que a última esteja relacionada à primeira. O que chama a atenção sobre este discurso é a manutenção de uma vida saudável.

A revista *Capricho* faz parte de locais pedagógicos que ditam o que precisamos fazer e como fazer. O culto ao corpo passa pela medicina, pela estética, pela economia que agencia mudanças que fazem o corpo enquadrar-se em uma ordem discursiva segundo a qual ele deve ser jovem e magro, pois aqui não cabe o corpo ocioso, doente, feio e com aspecto de velhice. A gordura é ligada a um sujeito improdutivo que não se preocupa com sua saúde. Observamos que nos enunciados direcionados ao público feminino o convite à beleza dá-se por meio dos sentimentos de confiança e de construir seu próprio corpo. Existe assim, “uma corporeidade mediada, onde o sujeito passa a ter noção do próprio corpo a partir dos exemplos fornecidos pela mídia através das formas simbólicas”.¹⁵²

Podemos dizer, que o discurso nessas fontes no qual a fabricação do corpo passa por práticas que envolvem a relação com outras atitudes, o corpo aparece fragmentado. Observa-se nas propagandas e matérias produtos para rosto; depois vai adquirindo outras partes do corpo, assim, ele é recomposto em uma nova totalidade. A fabricação do corpo passa em criar para si uma nova totalidade. No caso, desses discursos veiculados pela revista: o sadio, belo e fortalecido.

Portanto, é necessário dizer, vinculado ao pensamento de Michel Foucault, por que esses discursos nas revistas *Capricho* participam de um dispositivo biopolítico e entram em biopoderes, pois se trata: poder de normatizar a aparência física dos consumidores e mais, o que as pessoas fazem sobre o corpo. Assim, não é apenas um novo ideal de belo, mas acima de tudo um investimento tanto governamental¹⁵³ de

¹⁵²LACHI, P. & NAVARRO, P. O corpo moldado: corporeidade mediada e subjetividade. In: Tasso, I e & NAVARRO, P. orgs. *Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas*. Maringá: Eduem, 2012. P.35.

¹⁵³No sentido, que a “governamentalidade moderna coloca pela primeira vez o problema da ‘população’, isto é, não a soma dos sujeitos de um território, o conjunto de sujeitos de direito ou a categoria geral da

gerir a população, como o correlato de práticas discursivas de outros saberes. Essa gestão política da vida, ou seja, a biopolítica se aplica a fim de governar a vida e a racionalizar esses problemas, como: sexualidade, higiene, saúde, destarte, “saber-poder é um a gente da transformação da vida humana, nele residindo às tecnologias de biopolíticas relacionados à população ou à espécie humana”.¹⁵⁴

Como já foi dito, compreendo a beleza através da revista *Capricho* incluindo a noção de saúde, pois ser belo é ser saudável e ser normatizado, isso significa o que comer, quando comer, quais exercícios fazer, qual o creme fica melhor para cada pele, qual o horário correto de fazer determinada coisa.

Deste modo, temos a “sociedade apolínea”, ou seja, do corpo perfeito, que transforma corpos “degradados” em perfeitos. Se pudesse dizer que a beleza tem um lugar, seria no saudável. Por meio dessas reflexões, podemos dizer que essa “beleza apolínea” “aparece” na forma da correção, no sentido de corrigir o a mulher, mostrar o caminho a “seguir”, não apenas do caráter estético, mas do “logos” de uma racionalização da beleza, assim, temos o culto ao corpo que faz parte do correlato de práticas discursivas ligadas a outros saberes, como o pedagógico e o médico. Segundo Denise Bernuzzi de Sant’Anna...

... Dentro e fora do âmbito científico, toda ação destinada a conhecer, a fortalecer e a embelezar o corpo contém também sua parte de impotência e de risco. Dos espartilhos ao body-building, passando pela voga dos regimes e das cirurgias plásticas, aos instrumentos e serviços criados para aumentar a saúde e embelezar as aparências desencadeiam o surgimento de preocupações em relação ao funcionamento corporal outrora inexistente.¹⁵⁵

Por isso, para a autora a importância de problematizar os saberes científicos e não científicos que ajudam a interiorizar novas normas e afinam-se as estratégias de controle das condutas.

‘espécie humana’, mas o objeto construído pela gestão política global da vida dos indivíduos (biopolítica). Essa biopolítica implica, entretanto, não somente uma gestão da população, mas um controle das estratégias que os indivíduos, na sua liberdade, podem ter em relação a eles mesmos e em relação aos outros. As tecnologias governamentais concernem, portanto, também ao governo da educação e da transformação dos indivíduos, àquele das relações familiares e àquele das instituições” (REVEL, 2012, p.54). Foucault (1979) afirma que governamentalidade é o encontro entre as técnicas de dominação exercidas sobre outros e as técnicas de si.

¹⁵⁴CARDOSO JR, Hélio Rebello. Corpo e sexualidade entre disciplina e biopolítica IN: *Michel Foucault: sexualidade, corpo e direito*. Organizadores: Luiz Antônio, Francisco de Souza, Thiago Teixeira Sabatine e Boris Ribeiro de Magalhães. – Marília. : Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. P. 172.

¹⁵⁵SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Apresentação: políticas do corpo. - Denise Bernuzzi de Sant’Anna. São Paulo: Estação liberdade, 1995. P. 11-12.

O conteúdo disponível faz parte de uma configuração no qual se precisa de uma forma de “educação”, no sentido de contribuir para uma nova sociabilidade que aparece nesse contexto com as grandes migrações que já vinha ocorrendo desde anos de 1950 para as zonas urbanas. Assim, as práticas são reformuladas e a forma de representar as mulheres vai se desmitificando, tendo respaldo nas mulheres da contemporaneidade.

Deste modo, não ressaltamos a negatividade do poder dos anúncios das revistas, como forma de “alienar” ou “manipular”; mas sim a positividade desses anúncios, isto é, como os discursos da revista *Capricho* fazem parte de um gosto de um público e a normatização biopolítica deste público. Por fim, entendemos os enunciados da revista como uma possibilidade de discurso na sociedade. Tratar-se da repetição de um número muito pequeno de enunciados relacionados entre si (saúde, higiene, educação, ciência e prazer).

FONTES

CAPRICHOS, ano – III – nº27, Maio de 1954. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – V – nº56, Outubro de 1956. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – VI – nº66, Agosto de 1957. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – VII - nº 82, Dezembro de 1959. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – VIII - nº 83, Janeiro de 1959. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – VIII - nº 84, Fevereiro de 1959. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – VIII - nº 85, Março de 1959. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – VIII - nº 90, Agosto de 1959. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – VIII - nº 92, Outubro de 1959. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano – VII - nº 80, Outubro de 1958. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano X – nº 109 Março de 1961. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano XI – nº 120, Janeiro de 1962. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano XI – Nº 121 – Março de 1962. Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano XI, nº126, Agosto de 1962. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano XII, nº133, Março de 1963. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano XII, nº143, Janeiro de 1964. São Paulo: Editora Abril LTDA.

CAPRICHOS, ano, nº109, Março de 1973. São Paulo: Editora Abril LTDA.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Claudio Aguiar. *Cultura e sociedade no Brasil: 1940-1968*. Coordenação Maria Helena Capelato, Maria Lígia Prado. – São Paulo: Atual, 1996. – (Discutindo a história do Brasil).

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: *História das mulheres no Brasil*. Mary Del Priore (org.); Carla Bassanezi (Coord. De textos). – 2ªed – São Paulo: Contexto, 1997.

BRUNO, Fernanda. *O biopoder nos meios de comunicação de corpos virtuais*. Dossiê: Comunicação, mídia e consumo. São Paulo, Vol.3, Nº6. P.63-79. Mar. 2006.

BUITONI, Dulcília. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. Edições Loyola, São Paulo: 1981.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

CAMARGO, Ana Amélia, ABRAMOVAY, Ricardo. *Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil: panorama dos últimos 50 anos*. Nº621. Rio de Janeiro, 1999.

CARDOSO JR, Hélio Rebello. *Tramas de Clio: convivência entre filosofia e história*. Curitiba: Aos quatro ventos, 2001. V. 1. 192 p.

_____. *Para que Serve uma Subjetividade? Foucault, Tempo e Corpo*. Psicologia: Reflexão e Crítica, 2005, 18 (3), pp.343-349. Acessado em: 05/01/2015.

_____. *Corpo e sexualidade entre disciplina e biopolítica* IN: *Michel Foucault: sexualidade, corpo e direito*. Organizadores: Luiz Antônio, Francisco de Souza, Thiago Teixeira Sabatine e Boris Ribeiro de Magalhães. – Marília. : Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.

CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: arte de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1984.

CORBIN, Alain. Introdução. In: *História do corpo: Da Revolução à Grande Guerra*. Tradução de João Batista Kreuch, Jaime Clasen. Revisão da tradução Ephraim Ferreira Alves – Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Tradução de Peter Pál Pelbart. São Paulo: Ed. 34, 2013 (3 edição). (Coleção TRANS).

_____. *Foucault*. Tradução Claudia Sant'Anna Martins; revisão da tradução Renato Ribeiro – São Paulo: Brasiliense, 2005.

DEL PRIORE, Mary. *Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000. (Série Ponto Futuro; 2).

DEYFRUS, Hubert; RABINOW, Paul. *Michel Foucault - Uma Trajetória Filosófica: para além do estruturalismo e da Hermenêutica*. Tradução: Vera Portocarrero e Gilda Gomes Carreiro; Introdução: traduzida por Antonio Cavalcanti Maia; revisão técnica: Vera Portocarrero. – 2ed. Rev. – Rio de Janeiro: Ed.Forense Universitária, 2010.

DUARTE, João Francisco Júnior. *O que é beleza (experiência estética)*. São Paulo: Brasiliense, 1986. Coleção 167: Primeiros Passos.

ERIBON, Didier. *Michel Foucault e seus contemporâneos*. Trad. Lucy Magalhães – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed; 1996.

ECO, Umberto. *História da Beleza*. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.

ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*; org. Michael Schroter; trad. Vera Ribeiro; Revisão técnica e notas; Renato Janine Ribeiro. Jorge Zahar: RJ, 1994.

ETCOFF, Nancy. *A lei do mais belo: a ciência da beleza*. Tradução Ana Luiza Borges de Barros. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

FARHI NETO, Leon. *Biopolíticas: as formulações de Foucault*. – Florianópolis: Cidade Futura, 2010.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Organização e Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: edição Graal, 1979.

_____. 1978 - 1979 Nascimento da biopolítica. In: *Resumo dos cursos do Collège de France (1970-1982)*; tradução, Andréa Daher; Consultoria, Roberto Machado. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997, p. 89-97.

_____. *Segurança, território, população: curso dado no collège de France (1977-1978)*. Edição estabelecida por Michel Senellart; sob a direção de François Edwald e Alessandro Fontana; tradução de Eduardo Brandão; revisão da tradução Claudia Berliner. – São Paulo: Martins Fontes, 2008. – (Coleções tópicos).

_____. *Em defesa da sociedade: curso dado no collège de France (1975-1976)*. Tradução de Maria Ermantina Galvão. – São Paulo: Martins Fontes, 1999. – (Coleções tópicos).

_____. *As Palavras e as Coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. Tradução Salma Tannus Muchail. – 9 ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2007. – (Coleções tópicos).

_____. *História da Sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 2010.

_____. *História da Sexualidade: o uso dos prazeres*. Tradução de Maria Thereza de Albuquerque; Revisão técnica José Augusto Guilhon Albuquerque. - 1ª ed - São Paulo: Paz&Terra, 2014.

_____. *História da Sexualidade: o cuidado de si*. Rio de Janeiro: Graal, 2009.

_____. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

_____. *Vigiar e Punir*. Tradução: Raquel Ramallete. Petropolis: Vozes, 1987.

_____. Polêmica, política e problematizações In: *Ética, sexualidade, política*. Organização e seleção de textos Manoel Barros de Motta; tradução Elisa Monteiro, Inês Autran Dourado Barbosa. – 2. Ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010. (Coleções Ditos & Escritos V).

_____. 1984 – Foucault. In: *Ética, sexualidade, política*. Organização e seleção de textos Manoel Barros de Motta; tradução Elisa Monteiro, Inês Autran Dourado Barbosa. – 2. Ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010. (Coleções Ditos & Escritos V).

_____. *A verdade e as formas jurídicas*. Tradução Roberto Cabral de Melo Machado e Eduardo Jardim Morais, supervisão final do texto Léa Porto de Abreu Novaes... et al. J. – Rio de Janeiro: NAU Editora, 2003.

FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. “*Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*”: *Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil (1954-1964)*. São Paulo: Editora HUCITEC, 1998.

FOUX, Dorothy Schefer. *Beleza do século*. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

GALLO, Sílvio. Corpo ativo e a Filosofia. In: *Século XXI: A era do corpo ativo*. Wagner Wey Moreira (org.) – Campinas, SP: Papirus, 2006.

GIDDENS, Anthony. *As transformações da intimidade*. São Paulo: UNESP, 1993.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A cultura fitness e a estética do comedimento: as mulheres, seus corpos e aparências. In: STEVENS, Cristina Maria Teixeira e SWAIN Tania. *A construção dos corpos: perspectivas feministas*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2008.

GOLDMAN, Marcio. Objetivação e subjetivação no ‘último Foucault’. In: *Michel Foucault: da arqueologia do saber à estética da existência*. Organizadores Guilherme Castelo Branco, Luiz Felipe Baêta Neves. – Rio de Janeiro: NAU; Londrina, PR: CEDFIL, 1998. 236p.

GROS, Frédéric. Situação do curso. In: *Michel Foucault: A Hermenêutica do sujeito*. Edição sob a direção de François Edwald e Alessandro Fontana, por , Frédéric Gros; Tradução Márcio Alves da Fonseca, Salma Tannus Muchail. – São Paulo: Martins Fontes, 2004. – (Tópicos).

GURGEL. Raquel Torres. *A mulher de Capricho: Uma análise do perfil das leitoras através dos tempos*. Estudos semióticos. Vol, nº 1. P.94-106. Acessado em: 01/01/2014.

HARDT, Michael. NEGRI, Antonio. *Império*. Tradução: Berilo Vargas. 6º Edição. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.

HABERT, Nadine. A década de 70: Apogeu e crise da ditadura militar brasileira. 2º edição. São Paulo: Editora Ática, 1994. (Série Princípios).

HORKHEIMER, M., e ADORNO, T. W. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. P. 119.

JOANILHO, André Luiz. *Sombras Literárias: a fotonovela e a produção cultural*. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 28, n. 56, 2008.

JOANILHO, André Luiz & JOANILHO, Mariângela P. Galli. *O enunciado em Michel Foucault*. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/258999463_Enunciado_e_discurso_em_Michel_Foucault>. Acessado em: 03/05/2014.

LACHI, P. & NAVARRO, P. O corpo moldado: corporeidade mediada e subjetividade. In: Tasso, I e & NAVARRO, P. orgs. *Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas*. Maringá: Eduem, 2012.

LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre. Apresentação In: *História: novos problemas*. Direção de Jacques Le Goff e Pierre Nora; tradução de Theo Santiago. Rio de Janeiro, F. Alves, 1976.

LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. Tradução: Maria Lucia Machado – São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

_____. *O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades Modernas*. Trad.: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista In: *Nova história das mulheres no Brasil*. Organizadoras Carla Bassanezi Pinsky e Joana Maria Pedro. – São Paulo: Contexto, 2012.

_____. Fontes impressas: história dos, nos e por meio dos periódicos. In: *Fontes históricas*. Carla Bassanezi Pinsky (Org.) – São Paulo: Contexto, 2005.

MENDES, Cláudio Lúcio. *O corpo em Foucault: superfície de disciplinamento e governo*. Revista de Ciências Humanas, n. 39, p. 167-181, 2006.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto. *A revista Capricho como um “lugar de memória” (décadas 1950-1960)*. Tese apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Doutora em Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Florianópolis, 2009.

_____. *Os cuidados de si e os cuidados do outro: lugares de gênero na publicidade da revista capricho (décadas de 1950-1960)*. Fazendo Gênero 9. Diásporas, Diversidades, Deslocamentos 23 a 26 de agosto de 2010, p.01-19.

MELO, João Manuel Cardoso de. NOVAIS, Fernando A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna, In: *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. Coordenador geral da coleção Fernando A. Novais; organizadora do volume Lilia Moritz Schawarcz – São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (História da vida privada no Brasil 4).

MOULIN, Anne Marie. O corpo diante da medicina. In: *História do corpo: As mutações do olhar: O século XX*. Sob direção de Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine e Georges Vigarello; Tradução e revisão Ephraim Ferreira Alves. 4.ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

NOVAES, Joana de Vilhena. Beleza e feiúra: corpo feminino e regulação social. In: *História do Corpo no Brasil*. Mary Del Priore, Marcia Amantino (orgs.). São Paulo: Editora Unesp, 2011, p. 477-506.

OHARA, João Rodolfo Munhoz. *Articular Certeau, Bourdieu e Foucault para uma crítica ao conceito de “Indústria Cultural”*: Consumo e poder. Revista de Teoria da História Ano 4, Número 8, Dez/2012 Universidade Federal de Goiás.

ORTIZ, Renato (org). 1983. *Bourdieu – Sociologia*. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol.39. P. 6.

PAES, M. H. Simões. *A década de 60: Rebeldia, contestação e repressão política*. Série Princípios. 4ª edição, São Paulo: Ática, 1997.

PASSERINI, Luisa. *Mulheres, consumo e cultura de massas*. In: História das mulheres no Ocidente. Sob a direção de Georges Duby e Michelle Perrot. Editora: Ebrasil. São Paulo, 1992.

PERROT, Michele. *Minha história das mulheres*. São Paulo: Cultura, 2007.

PINSKY, C. B; PEDRO, J.M. (Orgs). *Nova História das mulheres*. – São Paulo: Contexto, 2012.

PELBART, Pál Peter. *Vida Capital: ensaios de Biopolíticas*. São Paulo: Editora Iluminuras, 2003.

RAGO, L. M. *As Mulheres Na Historiografia Brasileira*. Cultura histórica em debate. São Paulo: UNESP, 1994.

_____. *Adeus ao feminismo? Feminismo e (Pós) Modernidade no Brasil*. Cadernos AEL, n. 3/4, 1995/1996.

RAMOS, Igor Guedes. *Genealogia de uma operação historiográfica: as apropriações dos pensamentos de Edward Palmer Thompson e de Michel Foucault pelos historiadores brasileiros na década de 1980*. Assis, 2014. (Tese de Doutorado).

REVEL, Judith. *Michel Foucault: conceitos essenciais*. Tradução: Maria do Rosário Gergolin, Nilton Milanez, Carlos Piovesani. São Carlos: Claraluz, 2005.

RODRIGUES, Marly. *A década e 50: populismo e metas desenvolvimentistas no Brasil*. 4ª edição. São Paulo: editora ática, 1999.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Propaganda e História: antigos problemas, novas questões*. Projeto História, São Paulo, (14), fev. 1997, p.92.

_____. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma História do corpo no Brasil. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant' Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 121-139.

_____. Sempre bela. In: *Nova História das Mulheres*. Organizadoras Carla Bassanezi Pinsky e Joana Maria Pedro – São Paulo: Contexto, 2012.

_____. *O prazer justificado: História e lazer (São Paulo, 1969/1979)*. São Paulo: Editora Marco Zero, 1994.

_____. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014.

SEVCENKO, N. *O Grande motim*. Folha de São Paulo, São Paulo, 20 set. 1998. Mais!, p.5. <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs20099805.htm>. Acessado em: 14/03/2015.

SILVA, Ana Cristina Teodoro da. *O tempo e as imagens de mídia: capas de revistas como signos de um olhar contemporâneo*. Assis: 2003. P.150.

SOARES, Carmen Lúcia. Pedagogias do corpo: higiene, ginásticas, esporte. In: *Figuras de Foucault*. Organização por Margareth Rago e Alfredo Veiga-Neto. 2 ed. – Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

TIBURI, Márcia. “*Toda Beleza é difícil*”: *Esboço de crítica sobre as relações entre Metafísica, Estética e Mulheres na Filosofia*. Disponível em: <http://antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id_articulo=709> Acessado em: 01/01/2014.

TREVISAN, Maria José. *50 anos em 5: A FIESP e o desenvolvimento*. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1986.

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

_____. Panóplias corretoras: Balizas para uma história. In: *Políticas do corpo*. Organização: Bernuzzi de Sant’ Anna – São Paulo: Estação Liberdade, 1995, p. 21-38.

_____. Higiene do corpo e trabalho das aparências. In: *História do corpo: Da Revolução à Grande Guerra*. Tradução de João Batista Kreuch, Jaime Clasen. Revisão da tradução Ephraim Ferreira Alves. 3 ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

VEYNE, Paul. M. *Como se escreve a história e Foucault revoluciona a história*. 2º edição. Brasília: EDUNB, 1992 e 1998.