Bela e educada: como as prescrições em editoriais brasileiros colaboram para o processo sócio-educacional do corpo feminino¹

Bella y educada: ¿cómo contribuyen las recetas en las editoriales brasileñas al proceso socioeducativo del cuerpo femenino?

Beautiful and educated: how do prescriptions in brazilian editorials contribute to the socio-educational process of the female body?

Samanta Barbosa Bergmam²

Alessandro Carvalho Bica³

Resumo

O presente trabalho expõe uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL) que teve como objetivo principal investigar como as prescrições em editoriais brasileiros colaboram para o processo sócio-educacional do corpo feminino, a fim de compreender principalmente como tais prescrições influenciam de forma pedagógica na composição do ideal performático direcionado a mulheres brasileiras. O levantamento ocorreu nas bases de dados online *Scielo* e *Capes Periódicos* a partir dos descritores: "Editorial", "Jornal", "Revista", "Periódico", "Brasil", "Corpo Feminino" e "Mulher", utilizando o operador *AND*. Através da combinação destas terminologias foram encontrados 30 trabalhos, resultando em 4 selecionados. Ao utilizar os procedimentos metodológicos da RSL em conjunto com o aporte teórico proporcionado em obras organizadas por Guacira Lopes Louro, os resultados apontam que há um forte indicativo de construção pedagógica nas prescrições contidas em editoriais, jornais, revistas e periódicos, bem como propagandas referentes ao corpo feminino, ocasionando em uma indução de performance social para o público feminino através de conteúdos consumidos de forma impressa, digital e/ou midiática e também uma presença massiva de comunicações que usam da linguagem mista (verbal e não-verbal) como instrumento sócio-educacional direcionado para mulheres em diferentes níveis e distintos recortes sociais como sexo, gênero, raça, classe e sexualidade.

Palavras-Chave: corpo feminino; editorial; gênero; história.

Resumen

El presente trabajo presenta una Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) cuyo objetivo principal fue investigar cómo las prescripciones en editoriales brasileñas contribuyen al proceso socioeducativo del cuerpo femenino, con el fin de comprender principalmente cómo dichas prescripciones influyen de manera pedagógica en la composición de el ideal de actuación dirigido a las mujeres brasileñas. La encuesta se realizó en las bases

¹ Artigo apresentado no X Encontro Humanístico Multidisciplinar - EHM e IX Congresso Latino-Americano de Estudos Humanísticos Multidisciplinares, na modalidade online, 2024.

² Mestranda em Ensino; Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA); Bagé, Rio Grande do Sul, Brasil; samantabergmam.aluno@unipampa.edu.br.

³ Doutor em Educação; Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA); Bagé, Rio Grande do Sul, Brasil; alessandrobica@unipampa.edu.br.

de datos en línea Scielo y Capes Periódicos utilizando los descriptores: "Editorial", "Diario", "Revista", "Periódico", "Brasil", "Cuerpo Femenino" y "Mujer", utilizando el operador AND. Mediante la combinación de estas terminologías se encontraron 30 trabajos, resultando 4 seleccionados. Al utilizar los procedimientos metodológicos de la RSL en conjunto con el soporte teórico brindado en los trabajos organizados por Guacira Lopes Louro, los resultados indican que hay un fuerte indicio de construcción pedagógica en las prescripciones contenidas en editoriales, diarios, revistas y periódicos, así como en los anuncios referentes al cuerpo femenino, resultando en una inducción de desempeño social para el público femenino a través de contenidos consumidos en medios impresos, digitales y/o medios y también una presencia masiva de comunicaciones que utilizan el lenguaje mixto (verbal y no verbal) como herramienta socioeducativa. Dirigido a mujeres de diferentes niveles y diferentes grupos sociales como sexo, género, raza, clase y sexualidad.

Palabras-clave: cuerpo femenino; editorial; género; historia.

Abstract

The present work presents a Systematic Literature Review (RSL) whose main objective was to investigate how prescriptions in Brazilian editorials contribute to the socio-educational process of the female body, in order to understand mainly how such prescriptions influence in a pedagogical way the composition of the performance ideal aimed at Brazilian women. The survey took place in the online databases Scielo and Capes Periódicos using the descriptors: "Editorial", "Newspaper", "Magazine", "Periódico", "Brazil", "Female Body" and "Woman", using the AND operator . Through the combination of these terminologies, 30 works were found, resulting in 4 being selected. When using RSL's methodological procedures in conjunction with the theoretical support provided in works organized by Guacira Lopes Louro, the results indicate that there is a strong indication of pedagogical construction in the prescriptions contained in editorials, newspapers, magazines and periodicals, as well as advertisements referring to the female body, resulting in an induction of social performance for the female public through content consumed in print, digital and/or media and also a massive presence of communications that use mixed language (verbal and non-verbal) as a socio-educational aimed at women at different levels and different social groups such as sex, gender, race, class and sexuality.

Keywords: female body; editorial; gender; history.

1. Introdução

Este capítulo poderia iniciar trazendo a ideia de que, a partir do momento que um novo ser humano nasce ele passa a ser condicionado a uma socialização com o mundo externo, o que não deixaria de ser verdade. No entanto, essa pesquisa busca ir mais além: afinal, é sabido que antes mesmo da socialização ativa deste pequeno ser, sua concepção e, conseqüentemente, seu processo de desenvolvimento intra e extrauterino, esse condicionamento prévio já ocorre em uma estrutura social repleta de (pre)conceitos e prescrições performáticas. Ocorre então e desde sempre um processo do que será chamado nesta pesquisa de *educacionalização* deste corpo: ou seja, o conjunto de regras, signos, símbolos e influências buscarão moldar este sujeito e suas ações perante a sociedade.

Para tanto, este artigo busca investigar como as prescrições em editoriais brasileiros colaboram para o processo sócio-educacional do corpo feminino, a fim de compreender principalmente como tais prescrições influenciam de forma pedagógica na composição do

ideal performático direcionado a mulheres brasileiras e, perifericamente, outros três pontos, sendo eles: 1) qual o teor prescritivo que jornais, revistas e periódicos expõem sobre o corpo feminino em contexto brasileiro; 2) quais recortes sociais porventura são contemplados ou excluídos nessas prescrições; 3) e por fim, como se constrói este processo pedagógico do corpo feminino levando em consideração seu caráter sócio-educacional no Brasil.

Desta maneira essa escrita tem seu embasamento a partir de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) e se destinada a encontrar trabalhos que contemplem o tema proposto a ser pesquisado, tendo como um dos principais embasamentos os 8 passos contemplados no *Manual de Produção Científica* de Sílvia H. Koller e demais organizadores (2014). Assim, este percurso será dividido em seis capítulos para melhor compreensão, sendo eles respectivamente: 1) “Introdução”, no qual a estrutura deste trabalho será apresentada; 2) “Prescrição sobre papel”, em que haverá um breve resumo sobre o percurso histórico de editoriais e periódicos, como jornais e revistas desde a origem dos primeiros impressos até os tempos atuais cujo o foco é a comunicação híbrida (tanto impressa quanto digital), 3) “Metodologia”, no qual será destinado para a exposição dos trabalhos encontrados referente ao tema a partir da Revisão Sistemática da Literatura (RSL), bem como os demais percursos metodológicos aqui aplicados; 4) “Entrelaços entre realidades”, momento em que serão expostos os principais conceitos que colaboram para o entendimento das prescrições expostas nos editoriais brasileiros acerca do corpo feminino, bem como seu caráter pedagógico, a partir dos trabalhos selecionados e evidenciados no capítulo anterior, estabelecendo interrelações com o aporte teórico externo de duas obras, sendo elas *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação* e *O corpo educado*, ambas organizadas por Guacira Lopes Louro e demais organizadores; 5) “Considerações finais, debate contínuo”, onde há a proposta do arremate final desta pesquisa, a partir das principais conclusões levantadas, mas que, paralelamente, se propõe a ser um debate contínuo e disposto para além das presentes páginas com seu público leitor; e por fim 6) “Referências”, onde estarão catalogados todos os trabalhos aqui utilizados.

Assim sendo, os autores deste artigo esperam minimamente colaborarem com o percurso científico sobre temáticas tão caras a serem debatidas socialmente, sendo elas a ciência feita a partir de pesquisas documentais (impressas e/ou digitais); as

interseccionalidades tão pertinentes que envolvem o cotidiano de todos, como gênero, raça, classe e sexualidade; além da busca por fomentar a ciência realizada em instituições públicas, federais e com educação de qualidade. Que possamos sempre ousar: falar, viver, resistir e mudar a estrutura social, pois é a partir de uma observação atenta ao passado, que conseguimos, portanto, construir novas formas de atuação para o hoje e o amanhã, assim como diz Nancy Fraser em sua célebre frase: “Espero que este olhar para o passado nos ajude a olhar para o futuro”.

2. Prescrição sobre papel

Segundo a matéria intitulada *Origens da Imprensa no Brasil*, disponibilizada pela Biblioteca Digital Nacional (BND), que faz parte da Fundação Biblioteca Nacional, apura-se que o primeiro jornal oficial aprovado pela Imprensa Régia a ser publicado no Brasil foi a *Gazeta do Rio de Janeiro*, tendo sua impressão no Rio de Janeiro no ano de 1808, ainda que, extra-oficialmente um outro jornal já desbravava a área e angariava leitores: era o *Correio Braziliense*, que havia sido lançado em terras brasileiras três meses antes da *Gazeta* e, sendo editado na Inglaterra por Hipólito José da Costa, não havia sido autorizado de forma oficial, já que seu editor possuía ideias muito liberais para os padrões da Coroa.

Assim, têm-se o marco de que, a partir de 1808 a produção de jornais e o consumo dos mesmos já foi sendo desenvolvido e, com o passar do tempo, ganhando ainda mais fôlego. Neste percurso até os dias atuais, comunicações que antes eram “gerais” foram sendo ainda mais segmentadas. Nos primórdios da imprensa a imagem mais comum era a de ver homens com um poder aquisitivo maior em suas poltronas lendo as notícias, porém, com uma maior democratização dos impressos e a luta das mulheres por direitos (como os já mencionado no capítulo anterior), começou a ocorrer uma separação nas comunicações, criando-se desse modo jornais “gerais” (intrinsecamente destinados à homens), e jornais para mulheres, a exemplo do *Jornal das Senhoras* (1852 - 1855) e o *Jornal das Moças* (1914 - 1961).

Passou-se a haver então separações por página e temática: matérias sobre moda, bordado, cosméticos, pequenos folhetins que continham histórias ficcionais e claro, também sobre como manter em dia a saúde do marido, dos filhos e a organização da casa. Além disso, posteriormente com o surgimento do rádio, da televisão e da internet outros formatos foram

sendo criados como as revistas, estações de rádio que traziam as notícias do dia, telejornais e jornais digitais que na sua grande maioria têm livre circulação para todos àqueles que contenham um aparelho com acesso à internet.

3. Metodologia e levantamento bibliográfico

Para que esta pesquisa chegasse até sua fase escrita, houve um longo caminho que precedeu a construção deste artigo. Para tanto, ela foi embasada nos 8 passos básicos prescritos no *Manual de pesquisa científica*, sendo eles: 1) Delimitação da questão a ser pesquisada, que é justamente como as prescrições em editoriais brasileiros colaboram para o processo sócio-educacional do corpo feminino; bem como seus objetivos gerais e específicos, sendo o geral a ideia de investigar como as prescrições em editoriais brasileiros colaboram para o processo sócio-educacional do corpo feminino, a fim de compreender principalmente como tais prescrições influenciaram de forma pedagógica na composição do ideal performático direcionado a mulheres brasileiras, e os específicos estando subdivididos em três: **1)** qual o teor prescritivo que jornais, revistas e periódicos expunham sobre o corpo feminino em contexto brasileiro; **2)** quais recortes sociais porventura eram contemplados ou excluídos nestas prescrições; **3)** e por fim, como se constrói este processo de educacionalização.

Assim, logo na sequência ocorreu o passo 2) Escolha das bases de dados, no qual foram escolhidos a *Scielo* e o Capes Periódicos, com todas as buscas realizadas no dia 01/07/2024, resultando em 30 trabalhos encontrados no geral, e tendo 4 deles selecionados a partir das seleções por título e resumo, com apoio dos critérios de inclusão e exclusão estabelecidos para maior refino dos resultados, nos quais já se englobam os passos 3) Eleição de palavras-chave para busca com o orientador (string de busca); 4) Busca na base de dados e 5) Seleção de artigos pelo resumo, de acordo com os critérios de inclusão e exclusão.

Tabela 1: Quantidade de trabalhos encontrados através das buscas

Descritores	Nº de trabalhos encontrados		Nº de trabalhos selecionados pelo título		Nº de trabalhos selecionados pelo resumo	
	Scielo	Capes	Scielo	Capes	Scielo	Capes

X Encontro Humanístico Multidisciplinar - EHM e IX Congresso Latino-Americano de Estudos Humanísticos Multidisciplinares - CLAEHM

Dezembro de 2024, Online | claec.org/ehm

Artigos Completos

Editorial AND Brasil AND Mulher AND Corpo Feminino	00	01	00	00	00	00
Jornal AND Brasil AND Mulher AND Corpo Feminino	00	03	00	01	00	01
Revista AND Brasil AND Mulher AND Corpo Feminino	00	18	00	14	00	03
Periódico AND Brasil AND Mulher AND Corpo Feminino	00	08	18	00	03	00

Fonte: Os autores, 2024.

Quadro 1: Critérios de inclusão e exclusão dos trabalhos encontrados

Critérios de inclusão	Critérios de exclusão
Apresentar contribuições para a temática de prescrições acerca do corpo feminino em editoriais, jornais, revistas e/ou periódicos em contexto brasileiro	Não apresentar contribuições para a temática de prescrições acerca do corpo feminino em editoriais, jornais, revistas e/ou periódicos em contexto brasileiro
Trazer pontos relevantes sobre prescrições sócio-educativa sobre o corpo feminino em contexto brasileiro em editoriais, jornais, revistas e/ou periódicos em contexto brasileiro e consequentemente em vertentes que esbarram em questões ligadas à estética, consumo e propaganda	Não trazer pontos relevantes sobre prescrições sócio-educativa sobre o corpo feminino em contexto brasileiro em editoriais, jornais, revistas e/ou periódicos em contexto brasileiro e consequentemente em vertentes que esbarram em questões ligadas à estética, consumo e propaganda
Se mostrar relevante às questões estéticas e sócio-educacionais que permeiam os debates sobre o corpo feminino e seu caráter performático na sociedade	Não se mostrar relevante às questões estéticas e sócio-educacionais que permeiam os debates sobre o corpo feminino e seu caráter performático na sociedade
Ser um trabalho inédito e de idioma brasileiro, com avaliação por pares e acesso aberto	Não ser um trabalho inédito e de idioma brasileiro, com avaliação por pares e acesso aberto

Fonte: Os autores, 2024.

Além de posteriormente ter sido realizada a seleção final dos 4 trabalhos aptos a

contribuírem diretamente para a pesquisa, resultando na 6) Extração dos dados dos artigos selecionados e na 7) Avaliação dos artigos (avaliação do referencial teórico), como exemplificado a seguir.

Tabela 3: Trabalhos selecionados a partir das buscas nas bases de dados

Ano	Gênero	Título	Autor(es)
2017	Artigo	O estereótipo da mulher no jornal “Dez Minutos” de Manaus/AM	Adriano Rodrigues; Rafael Lopes; Gilson Monteiro
2011	Artigo	Dos cuidados com o corpo feminino em reclames na Revista do Globo da década de 1930	Joana Carolina Schossler; Sílvio Marcus de Souza Correa
2023	Artigo	Comunicação, Identidade e Consumo: O Fortalecimento do Mercado de Moda Plus Size Feminino no Brasil	Aliana Barbosa Aires
2015	Artigo	Reflexões sobre a cultura da imagem e o imaginário feminino na publicidade	Verônica Dantas Meneses; Cynthia Mara Miranda

Fonte: Os autores, 2024.

Resultando portanto no passo 8) Síntese e interpretação dos dados, que é este artigo em si.

4. Entrelaços entre realidades

O corpo e a forma com a qual ele é visto é uma construção que movimenta muitas esferas, como História, cultura, performance e educação, especialmente quando se é pensado este processo de educacionalização do corpo no ocidente, conforme esclarece Guacira Lopes Louro:

Na tradição do humanismo ocidental, aprendemos a pensar o corpo como o elemento menos nobre de uma série de pares: corpo-alma, corpo-espírito, corpo-mente, corpo-razão. Nesses pares ele ocupava o lugar da natureza em oposição ao da cultura; o local do primitivo em oposição ao civilizado; o lado animal e instintivo em oposição ao racional ou ao humano. [...] Eles [os corpos] são o alvo central de muitas pedagogias culturais que, além das instituições escolares e por vezes de forma mais sedutora e eficiente do que essas, veiculam saberes, transmitem valores

e, efetivamente, acabam por ‘produzir’ os sujeitos sociais. (Louro, Felipe; Goellner, 2013, p. 9, intervenção nossa)

Assim sendo, torna-se evidente que o corpo tanto reflete questões sociais, como também pode atuar como ferramenta para mudá-las, tendo em vista que cada sujeito é um agente histórico de seu tempo. Em especial na trajetória dos corpos femininos no Brasil, os estudos de gênero sempre apontam para a construção da objetificação sexual, o que a partir do advento dos jornais impressos e demais tecnologias sem dúvida foi potencializado e ainda resulta em muitos debates sobre corpo, sexualidade e gênero.

Muitos são os entrelaços possíveis de serem feitos entre os trabalhos encontrados e selecionados em conjunto com os aportes teóricos aqui utilizados, por isso, começar-se-à pelo ponto principal desta pesquisa: o corpo. Para ilustrar esta primeira relação o artigo *Dos cuidados com o corpo feminino em reclames na Revista do Globo da década de 1930*, escrito por Joana Schossler e Sílvio Correa (2011) “[...] trata da mudança nas representações do feminino na década de 1930, com base na publicidade da revista de maior circulação no Rio Grande do Sul à época”, evidenciando de maneira quase que cronológica os processos sociais de ideal de beleza no Rio Grande do Sul, com foco especial na década de 1930 a partir de uma revista de época.

Deixando um pouco de lado a estética européia que se baseava em peles pálidas como sinônimo de pureza e sutileza, os autores pontuam que:

O corpo bronzeado deixou de ser visto como rude, mas como corpo saudável, ‘o rosto deveria sugerir ‘lembranças de férias’ e o corpo, o ‘ar livre’, fazendo triunfar a verdadeira beleza’ [...] Afinal, trata-se de um ‘bronzamento chic’ que nada tem a ver com a pele queimada dos pescadores ou das lavadeiras. (Schossler; Correa, 2011, p. 56)

O que exemplifica a relação deste instrumento [corpo], como também sinônimo do *status quo* que as mulheres possuíam, pois se fossem pálidas demais era sinal de pouca saúde e jovialidade, o que na grande maioria dos casos espantava os pretendentes a marido e, por outro lado, se ficavam “bronzeadas” demais, poderiam ser associadas à pessoas de classe inferior que realizavam trabalhos braçais, ponto que certamente as mulheres de classe média alta evitavam de serem comparadas, principalmente pelo preconceito racial latente no Brasil, um país com tanta diversidade em tons de pele e origem de diferentes traços. Ainda, o trabalho aponta não apenas uma mudança comportamental no dia a dia da população feminina

brasileira e suas representações nas manchetes, mas também aborda como a indústria de cosméticos se posicionou em meio a esta transição de perspectivas.

Se na década de 1910 os anúncios de Nivea tinham ainda como representação do feminino aquela ‘mulher frágil’, cuja cútis delicada devia se proteger do frio do inverno europeu, em poucas décadas tal representação muda e o creme, assim como outros produtos da Nivea, passa a visar à mulher esportiva, veranista. (Schossler; Correa, 2011, p. 57)

Juntamente com esta mudança estética, houve também uma mudança de consumo no vestir e um olhar mais atento a peças que antes não eram vistas como objeto de desejo das mulheres ligado à autoestima, como no caso das *lingeries*.

A marca Valisere chegou a denominar sua lingerie de ‘segunda epiderme’ do corpo feminino. [...] A ‘segunda epiderme’ não aumenta a temperatura do corpo, nem provoca transpirações desagradáveis. Enfim, pelo anúncio da Valisere, a lingerie se coloca literalmente na pele da mulher. Naturaliza-se o artifício. Entre o desejo e sua satisfação não há mais distância, apenas uma lingerie como passagem, ‘um contato que é uma carícia’ [...] Nasce com uma ‘segunda epiderme’ ‘a busca pelo aumento da liberdade, a ilusão de ter conquistado direitos e de concorrer com o masculino’ (Schossler; Correa, 2011, p. 61)

Ponto este que perpassa não apenas no tom “adequado” do bronzeado da pele, nem tão somente às *lingeries*, roupas, acessórios e produtos que as mulheres deveriam consumir, mas também na forma que seu corpo deveria ter. A cultura da magreza é algo que se instaurou para fora das passarelas, onde comumente é associada, e invade até os dias de hoje o imaginário de “mulher ideal” que todos os corpos femininos deveriam buscar atingir. No que tange ao “culto ao corpo” os autores ainda trazem uma reflexão muito pertinente, relativo à separação e categorização destes corpos na sociedade em geral, mas também dentro da “categoria mulher”, afim de que se comparasse umas com as outras:

A cultura física feminina seria uma bela forma de ‘fortalecimento e aperfeiçoamento da raça’. A ginástica rítmica aparece como a melhor forma de se lograr um ‘desenvolvimento muscular natural’ do corpo feminino, sem ‘os exageros que o masculinizem. Além disso, a ‘partir da Belle Époque, o modelo do homem e da mulher magros e longilíneos predomina. Com a nudez do verão, é necessário exibir músculos firmes’. (Schossler; Correa, 2011, p. 64)

A partir deste tópico sobre o consumo e também a modelagem do corpo pode-se trazer o segundo artigo, intitulado *Comunicação, Identidade e Consumo: O Fortalecimento do Mercado de Moda Plus Size Feminino no Brasil*, escrito por Aliana Barbosa Aires, que tem por objetivo “[...] analisar o crescimento do mercado de moda plus size feminino, avaliando seus pontos fracos e fortes, e principalmente, sua influência na formação da identidade da mulher plus size” (Aires, 2023, p. 73). Segundo ela, a relação entre corpo (bem como sua forma e seu peso), sexualidade, produtividade e consumo está posta.

O incentivo à autoestima e a uma vida feliz também pode ser verificado nos conteúdos postados nos blogs; porém esse caminho para a felicidade sempre passa por um longo circuito de consumo englobando produtos e comportamentos. Assim, os blogs e a esfera nacional da web de moda lançam uma nova fase de consumo de moda para mulheres gordas, na qual se vende o modo de vida plus size, influenciando a formação de uma mulher plus size, cuja identidade é baseada em critérios neoliberais de desempenho, com ênfase em sua produtividade, sexualidade e escolhas de consumo [...] Dessa forma, a inclusão das mulheres gordas na dinâmica de consumo de moda – tanto pela oferta de produtos e criação de marcas especializadas quanto pela visibilidade imagética do corpo gordo nos sistemas de representação da publicidade e da mídia – evidencia a manutenção das práticas econômicas do capitalismo em detrimento do fortalecimento das demandas sociais e políticas, embora não se possa negar alguma contribuição para as demandas das mulheres gordas na sociedade brasileira, pois a visibilidade que o mercado vem dando a outras estéticas corporais, que não somente a hegemônica, promove o debate de questões sociais como preconceitos e estigmas. (Aires, 2023, p. 83 e 87)

Dessa forma, tem-se que o corpo feminino deve servir ao outro: a estar esteticamente bonito e desejável; a estar bem vestido - ou em alguns casos quase desnudo - a fim de interessar o olhar alheio (majoritariamente masculino); a estar com uma pele jovial, sem rugas ou flacidez, e bem modelado ao padrão tanto social quanto da tendência de moda vigente. Todo e qualquer corpo que se afaste deste estereótipo padronizado corre sérios riscos de ser taxado como diferente, fora da norma, ou mais ainda, como *errado*.

Nisso, vale aprofundar um pouco mais a ideia do “errado” ao explorar em conjunto com a construção do corpo, a ideia da performance, portanto. Para a filósofa Judith Butler “A performatividade não é, assim, um ‘ato’ singular, pois ela é sempre uma reiteração de uma norma ou conjunto de normas” (Butler, p. 213, 2023). Ou seja, aqui ela expõe e todos os pensamentos e atitudes que cada sujeito tem, é sim um produto também de construções sociais e mais, esta construção consegue ser tão influente que, inevitavelmente, em certa instância dita o comportamento do sujeito em seu contexto de atuação: dita portanto sua performance no mundo. Complementando com a fala de Meyer:

[...] os indivíduos aprendem desde muito cedo - eu diria que hoje desde o útero - a ocupar e/ou a reconhecer seus lugares sociais e aprendem isso em diferentes instâncias do social, através de estratégias sutis, refinadas e naturalizadas que são, por vezes, muito difíceis de reconhecer. Nesse sentido, se tem trabalho com o conceito de *pedagogias culturais*, que decorre, exatamente, da ampliação das noções de educação e de educativo, e com ele se pretende englobar forças e processos que incluem a família e a escolarização, mas que estão muito longe de se limitar a elas ou, ainda, de se harmonizar com elas. Entre essas forças estão, como referi, os meios de comunicação de massa, os brinquedos e os jogos eletrônicos, o cinema, a música, a literatura [...] (Meyer, 2013, p. 24)

Para tanto, os produtos e conteúdos que estes corpos femininos consomem também conseguem ter um caráter pedagógico sobre a performance destes indivíduos na sociedade, bem como podem moldar a forma com a qual eles veem a si próprios. *O artigo Reflexões sobre a cultura da imagem e o imaginário feminino na publicidade*, de Verônica Meneses e Cynthia Miranda, pretende refletir sobre “[...] a construção de práticas de consumo sobre a idealização da imagem feminina a partir da publicidade” (Meneses; Miranda, 2015, p. 171). As autoras afirmam que:

As peças publicitárias aqui analisadas evidenciam uma dupla vida das mulheres em relação ao próprio consumo em dois sentidos que são claramente visíveis tanto pelos aspectos audiovisuais quanto textuais. Uma vida antes de usar os produtos, caracterizada por uma vida triste, escura, sem muito sentido e sem definição, e outra vida que é a transformação das mulheres após o consumo, essa seria uma vida feliz e que traria para a mulher mais autoestima, atitude e realização. Nessa perspectiva, a mulher não é um ser em si, mas a imagem de seu corpo à luz da sociedade do consumo. Outro aspecto observado é uma ênfase à interação mulher-natureza, que revela uma expectativa em relação à mulher de pureza, força, determinação, com reações que fogem das situações cotidianas e ganham uma aura mística até. Entretanto, o apelo ao consumo continua, obviamente, dando o tom, e percebemos que esta valorização da mulher como ser perfeito, obriga-a a mostrar esta característica por meio da aquisição dos produtos perfeitos. Reduz a mulher a uma necessidade de ser observada, por sua sensualidade e erotismo, conformando o imaginário social. Percebe-se nestas observações que as estratégias do branding, processo de construção da marca, e de fixação e fidelização da marca têm buscado a ancoragem em anseios que, no imaginário social, marcam a mulher contemporânea, moderna, urbana. (Meneses; Miranda, 2015, p. 190)

A partir deste trecho, torna-se evidente que, quando este caráter pedagógico de educacionalização dos corpos femininos passa para a mídia, como jornais, revistas, novelas ou filmes e séries, não apenas o aspecto discursivo é apelativo, mas também os aspectos visuais e de linguagem buscam ressaltar o desejo do consumo. Assim, dor e desejo andam lado a lado: dor por abordar pontos como a insatisfação com o corpo, e desejo em prometer que, ao consumir algo, o corpo dos sonhos será alcançado. Ou mais, que a vida dos sonhos

será alcançada, tendo em vista que as propagandas buscam vender a ideia de felicidade, e não meramente seu produto.

E é neste último aspecto, de tensionar os extremos (não tão extremos assim) de consumo e desejo, é que chega-se ao último artigo analisado, intitulado *O estereótipo da mulher no jornal “Dez Minutos” de Manaus/AM, escrito por Adriano Rodrigues, Rafael Lopes e Gilson Monteiro*, onde os autores buscaram apresentar “[...] apontamentos que demonstram essa realidade a partir da análise de dez fotografias presentes nas capas do jornal que resultam em fetichização do corpo e a padronização da beleza feminina” (Rodrigues; Lopes; Monteiro, 2017, p. 71), se aprofundando sobre como o Jornal Dez Minutos explorou em suas manchetes o corpo feminino como objeto de teor sexual para atrair mais leitores. Logo no início os escritores já deixam claro que “O Dez Minutos aborda temas locais, regionais e nacionais, com apelo popular e focado no público de baixa renda.” (Rodrigues; Lopes; Monteiro, 2017, p. 72), complementando que:

Contudo, um dos aspectos que mais chama a atenção no jornal é a publicação de imagens fotográficas de mulheres em poses com forte apelo sensual na capa. Cabe salientar que a linha editorial de Dez Minutos prioriza assuntos de polícia, principalmente com reportagens sobre crimes chocantes. Desse modo, a composição gráfica da capa é contrastante, pois caracteriza-se pela exposição de manchetes e fotos que expressam a violência, partilhando os destaques para a imagética da sensualidade feminina. (Rodrigues; Lopes; Monteiro, 2017, p. 72)

Pela pesquisa do artigo citado ter como principal fonte um jornal, a escrita dos autores bastante o papel que hoje a publicidade, mídia e imprensa têm e muitas vezes contribui para a objetificação do corpo feminino e moldam sua performance social, bem como estes corpos são vistos e tratados por outros indivíduos.

As capas têm uma importância fundamental para os jornais impressos. A comunicação com o público se estabelece primeiramente pelas mensagens visuais. [...] De acordo com Portari (2013), o jornal (assim como outros dispositivos midiáticos) influencia a sociedade na construção da percepção sobre o cotidiano e também transmite valores e modos de ser no mundo. Segundo o autor, o jornalismo popular contemporâneo se caracteriza pela exploração do corpo, especialmente o feminino, exposto como padrão de beleza a fim de atrair um público essencialmente masculino que se dispõe a consumir estes corpos (e o jornal) por meio das imagens fotográficas. Ou impor às leitoras o desejo de tornarem-se um reflexo das modelos que figuram nas publicações, cujas formas são perfeitas e o excesso de peso, celulites, varizes, rugas e manchas não existe. Essa idealização cria uma ilusão sobre como deve ser o corpo feminino, conforme Portari (2013), que aponta ainda o reforço massivo dos discursos midiáticos que propagam uma padronização de corpo perfeito no imaginário social. Assim, programas de TV, sites, revistas e concursos de

beleza, reforçam que é preciso ter um rosto afilado, seios siliconados, glúteos arredondados, pernas musculosas, barriga chapada e a exacerbação de atitudes eróticas, salienta Portari (2013). [...] Desse modo, a coisificação dos corpos leva o leitor ao fetiche de possuir ou imaginar-se nesses corpos, como sublimação de frustrações reais, consumindo-os, descartando-os e substituindo-os pelos que virão na edição do dia seguinte, explica Portari (2013). (Rodrigues; Lopes; Monteiro, 2017, p. 73, 74 e 78)

5. Conclusões finais, debate contínuo

A partir das análises traçadas e dos entrelaços evidenciados entre os artigos selecionados e os aportes teóricos utilizados, é possível notar o papel sócio-educativo e de caráter pedagógico que editoriais brasileiros atuam sobre corpos femininos, tanto os que nas capas e manchetes estão representados, quanto àqueles que estão consumindo tais conteúdos, influenciando deste modo suas subjetividades e performances sociais. Valendo-se de uma linguagem e discurso apelativo, os editoriais como revistas, jornais e demais mídias materializam as prescrições pedagógicas que a sociedade enxerga como ideal de mulher em contexto brasileiro, ao priorizar a representação de mulheres com estética “padrão” em capas e imagens, exaltando o corpo magro, sensual e bronzeado (e de pessoas brancas), que a partir disso comunicam de forma explícita a ideia de quais corpos devem ocupar quais espaços, e quais corpos não tem essa passabilidade, construindo assim um sistema cultural, social e político que reforça a desigualdade e reafirma a educacionalização dos corpos para estes sigam o “molde do sucesso” pregado por grupos dominantes.

Por fim, cabe trazer aqui uma citação encontrada em uma das obras organizadas por Louro, que diz: “A sexualidade não é o problema: ela é o lugar ao qual os problemas se afixam.” (Britzman, 2023, p. 116). Neste caso, busca-se finalizar esta pesquisa realizando uma paráfrase deste trecho, ao dizer que os corpos por mais plurais que sejam, assim como suas vivências e subjetividades, não são o problema: eles são apenas matérias que evidenciam os verdadeiros problemas sociais que os oprimem, e pensar desta forma pode ser um caminho para que os sujeitos não sejam mais retalhados, e sim os preconceitos e as violências que os atravessam.

6. Referências

AIRES, Aliana Barbosa. *Comunicação, Identidade e Consumo: O Fortalecimento do Mercado de Moda Plus Size Feminino no Brasil*. Revista FSA, 2023. Disponível em:

<http://dx.doi.org/10.12819/2023.20.10.4>

Biblioteca Digital Nacional (BND). *Origens da Imprensa no Brasil*. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/dossies/coordenacao-de-publicacoes-seriadas/acervo/origens-da-impressao-no-brasil/#:~:text=Oficialmente%2C%20o%20primeiro%20jornal%20a.reinado%20de%20Dom%20Jo%C3%A3o%20VI>. Acesso em 15 out. 2024.

BRITZMAN, Deborah. *Curiosidade, sexualidade e currículo*. In: LOURO, Guacira Lopes; FELIPE; Jane; GOELLNER; Silvana Vilodre (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Vozes, 2013.

BUTLER, Judith. *Corpos que pensam: sobre os limites discursivos do “sexo”*. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). *O corpo educado: pedagogias da sexualidade Autêntica*, 2023.

KOLLER, Sílvia H. *et al* (org.). *Manual de produção científica*. Porto Alegre: Penso, 2014.

LOURO, Guacira Lopes; FELIPE; Jane; GOELLNER; Silvana Vilodre (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Vozes, 2013.

MENESES, Verônica Dantas; MIRANDA, Cynthia Mara. *Reflexões sobre a cultura da imagem e o imaginário feminino na publicidade*. Revista Observatório, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2015v1n1p171>

MEYER, Dagmar. *Gênero e educação: teoria e política*. In: LOURO, Guacira Lopes; FELIPE; Jane; GOELLNER; Silvana Vilodre (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Vozes, 2013.

RODRIGUES, Adriano; LOPES, Rafael; MONTEIRO, Gilson. *O estereótipo da mulher no jornal “Dez Minutos” de Manaus/AM*. Mídia e Cotidiano, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v11i3.9846>

SCHOSSLER, Joana Carolina; CORREA, Sílvio Marcus de Souza. *Dos cuidados com o corpo Dos cuidados com o corpo feminino em reclames na feminino em reclames na feminino em reclames na Revista do Globo do Globo da década de 1930*. Estudos Feministas, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2011000100005>