

## ADOLESCENTE, FEMININO, PLURAL: UM CORPO EM CONSTRUÇÃO

**Cláudia da Silva Pereira**

*Resumo: Baseado em pesquisa realizada com mais de 100 adolescentes de camadas médias e altas da Zona Sul do Rio de Janeiro, este artigo tem por objetivo discutir a adolescência como uma construção social, tomando a indústria cultural como estruturante para esta fase da vida. A partir dos resultados da pesquisa quantitativa, de entrevistas pessoais realizadas e da análise da revista Capricho, é feita uma reflexão sobre as representações na adolescência e sobre a construção de um modelo de corpo, dentro do recorte de gênero. Entre outras questões, é destacada a categoria de acusação "patricinhas".*

Palavras-chave: *adolescência; gênero; desvio.*

Barulhentos, sorridentes, inconfundíveis: os adolescentes deixam suas marcas em todos os lugares por que passam. Plurais em seu comportamento e estilo de vida, eles trazem, no entanto, uma característica em comum – um corpo em formação.

É freqüente encontrar, no senso comum, referências ao corpo "desajeitado" do garoto ou ao "corpinho bonito" da garota adolescente. O atributo físico, aqui, está associado diretamente ao fator biológico, utilizado em muitos estudos como determinante para a compreensão da adolescência. Mais recentemente, as ciências sociais têm assumido

que esta fase da vida é uma construção cultural.

Objeto de desejo para uns e motivo de vergonha para outros, o corpo adolescente é, indiscutivelmente, parte inerente do processo de passagem entre a infância e a fase adulta. E, como tal, mereceu destaque no trabalho que realizei com adolescentes do sexo feminino, durante a minha dissertação de mestrado *Patricinhas da Zona Sul: adolescência nas camadas médias cariocas*. Buscando compreender uma das formas com que a nossa sociedade se apropria da adolescência, este artigo tem por objetivo provocar

algumas reflexões sobre a indústria cultural e a construção de um modelo de corpo ainda em transição.

### **Notas sobre a metodologia de pesquisa**

Antes de dar início à apresentação de algumas conclusões de minha investigação, é importante descrever a metodologia utilizada na pesquisa.

Um questionário de 72 perguntas foi a base para o recorte do objeto de estudo. Abordando assuntos ligados ao universo jovem, as questões buscaram identificar a visão de mundo das adolescentes sobre aspectos como família, sexualidade, sociabilidade, formação educacional, projetos de vida, identidade, hábitos de consumo, entre outros. A partir de suas respostas, as adolescentes que participaram desta pesquisa apontaram questões interessantes para reflexão.

Com o objetivo de conhecer mais profundamente adolescentes de camadas médias<sup>1</sup> e altas do Rio de Janeiro, foram escolhidas, para compor a amostra, 100 meninas de 15 a 19 anos, moradoras da Zona Sul e alunas de colégios particulares. Tais colégios foram selecionados em função de sua localização, tendo sido um de Ipanema, um do Leblon, um de Copacabana, um do Flamengo, um da Barra da Tijuca e um da Lagoa. Os questionários foram aplicados em sala de aula.

Com a análise dos dados quantitativos, destacou-se a questão que foi desenvolvida na dissertação: a rotulação da gíria "patricinhas".<sup>2</sup> Como fonte secundária, foram utilizados *sites*<sup>3</sup> da Internet que se autotransformam como "anti-patricinhas" e "para patricinhas", além

da revista *Capricho* e do seriado de televisão americano *Friends*, como os preferidos das adolescentes.

Encerrando o trabalho de campo, foram ainda entrevistadas seis adolescentes. A forma de seleção destas informantes foi particularmente interessante: foi solicitado à primeira contactada que me indicasse uma amiga que ela considerasse "patricinha" e a esta, por sua vez, a mesma coisa. No final, apenas uma das seis se autotransformou "patricinha".

### **Ser e parecer "patricinha": classificação e acusação na adolescência**

Para descrever as "patricinhas", respondendo a uma das perguntas do questionário aplicado, o termo mais recorrente foi "aparência". Com ele, tanto as pesquisadas como os *sites* de "patricinhas" e de "anti-patricinhas" pontuaram seus discursos e justificaram suas posições a favor e contra o estilo de vida que privilegia a preocupação com a auto-imagem. Esta constatação ajudou a identificar, também entre as adolescentes, um controle social sobre a "boa aparência", no sentido dado por elas: um cuidado especial com o corpo e com a imagem que ele adquire quando associado ao vestuário.

Das 100 pesquisadas, nove se autotransformaram "patricinhas". Para a maioria, as "patricinhas" são relacionadas a um determinado tipo de hábito de consumo. São adolescentes, ainda segundo elas, "riquinhas", "consumistas", "fúteis", "metidas", "alienadas", "burras". Foram muitas acusações, que se confirmaram, mais tarde, nas entrevistas. Já as assumidas "patricinhas" não se conside-

ram “fúteis”, mas sim “preocupadas com a aparência”. Para essas nove adolescentes, elas são identificadas por seus pares como “patricinhas”, porque gostam “de sair arrumadinhas”.

Diante da análise das entrevistas e dos dados anteriormente apurados na pesquisa quantitativa, pode-se refletir mais profundamente sobre o termo “patricinha”, que se revelou bastante presente nas formas de classificação das adolescentes.

“Patricinha” é uma atribuição que se dá a um estilo de adolescente que tem como característica marcante a valorização da aparência física. Esta preocupação pode levar a um grau menor ou maior de “ser patricinha”, sendo o primeiro aceitável pelas adolescentes, e o segundo, rejeitado. Em outras palavras, “ser patricinha” é distinguir-se pela adoção de determinados hábitos padronizados que podem ser associados a um “estilo” de se vestir ou a um comportamento rotulado (BECKER, 1963) como “fútil” ou, ainda, a estas duas características combinadas.

O “estilo patricinha” reúne hábitos de consumo que vão desde o uso de modelos de roupas identificadas com determinada grife da moda até de tipos específicos de acessórios, como “argolas enormes”. Ao contrário do que mostrou a pesquisa quantitativa, no entanto, nas entrevistas percebeu-se que as tais roupas de grife nem sempre são compradas nas lojas da grife, mas podem ser similares, só que de outras marcas mais baratas. Esta constatação refuta a hipótese de que as “patricinhas” sejam exclusivas das camadas mais altas. Remetendo a Becker (1963), constata-se que a

rotulação atribuiu a um grupo uma ou mais características individuais, disseminando o “estilo patricinha”. Por “imitação prestigiosa” (MAUSS, 1974), as camadas mais baixas buscaram se identificar, então, com este estilo.

Assimilada pelas adolescentes, a expressão “patricinha” ganhou novos sentidos e desdobrou-se em classificações que, quando negativas, cumprem com sua função de controle social, através dos sistemas de acusação (VELHO, 1999).

Conclui-se, portanto, que o termo “patricinha” pode ser utilizado ou não como uma categoria de acusação. O que determina esta ambigüidade é o aspecto que está sendo focalizado: de um lado, o “estilo”, aceito e muitas vezes até adotado pelas demais adolescentes e, de outro, o comportamento, rejeitado pela maioria. Para separar estes dois sentidos, permito-me, então, fazer uma releitura desta classificação, atribuindo ao aspecto positivo a expressão “parecer patricinha” e, ao negativo, “ser patricinha”.

Analisando os depoimentos das entrevistadas, percebe-se que elas “parecem patricinhas” quando se preocupam um pouco mais com o vestuário, optando por tipos de roupas ou de acessórios que sejam identificados com um estilo mais “comportado” e padronizado com a moda amplamente adotada na época. O fato de “parecerem patricinhas” legitima o estilo, pelo aspecto da valorização da aparência física.

Por outro lado, o “ser patricinha” nunca é assumido, sendo, ao contrário, utilizado para rotular adolescentes que contrariam as normas da sociabilidade estabelecidas como “legais”, “sem pre-

conceitos". "Ser patricinha", aqui, é ser "fútil", "nojenta", "burra", "preconceituosa".

Várias reflexões poderiam ser desenvolvidas se nos debruçássemos sobre esta constatação já que, em primeira análise, descrições como "*clubbers*" e "*punks*",<sup>4</sup> entre outras, não surgem com esta ambigüidade, mesmo também estando associadas a um tipo de consumo de roupas e de comportamento. Em outras palavras, um adolescente é ou não é "*clubber*", é ou não é "*punk*" e, se identificado como pertencente a este estilo de vida, é esperado dele um conjunto de características que deixam bem clara a sua condição. Uma adolescente que, por sua vez, pareça "patricinha" um dia, pode não ser identificada com uma no outro.

A busca pela beleza ideal pode ser, ou não, assumida por um determinado estilo de vida adolescente – como o das patricinhas, por exemplo. Mas, antes de ser assumido, ele está presente na adolescência que está exposta à indústria cultural e à indústria das aparências, seja em que tribo for.

### Corpo e controle social

Por seu estado de "liminaridade", remetendo a Gennep (1977), o corpo adolescente é o objeto de um processo de mudanças biológicas, onde tanto sua forma como suas funções ainda buscam uma definição que caminha em direção a um padrão: o adulto. Como afirmou Soares (2000), a adolescência é uma construção social e o seu corpo, um "corpo cultural". Ainda segundo esta autora, a "monstruosidade" da adolescência está presente na sua condição de "Outro", aquele que, embora seja estranho, é co-

nhecido. Por ser um "monstro", a adolescência precisa ser controlada por uma "autoridade cultural". Caso contrário, ela inspira medo, insegurança, desejo e ainda pode denunciar uma crise que diz respeito a identidades que "escapam" das mãos do universo adulto.

Legitimando este controle que é exercido pelos adultos, em nome da ordem e da manutenção das normas sociais, estão os mecanismos institucionais disponíveis para esta missão: o governo, a família, a escola, o grupo de amigos, a cultura do consumo, a indústria cultural, entre outros. Em Lupton (2000), encontramos uma análise da construção de subjetividades a partir da coerção. Segundo a autora, a vigilância e o controle social levam o indivíduo a ser aquele que "adere" ou "resiste" às campanhas do "discurso da promoção da saúde", incorporando ou não os "processos de corporificação" às suas "práticas do eu". Ainda de acordo com Lupton (2000), três fatores interferem na forma como este "discurso da promoção da saúde" age sobre a pessoa: a classe social, que determina se ela tem ou não capital financeiro para arcar com todos os custos decorrentes dos "processos de corporificação" impostos; a faixa etária, que determina se o controle social será maior ou menor em função do capital físico da idade; e o gênero, que determina os tipos de "controles" que estarão atuando: se for masculino, a preocupação maior será a saúde; se for feminino, ela será a aparência.

Analisando os processos de construção de um modelo ideal do corpo adolescente, busco, neste artigo, discutir o estilo de vida das "patricinhas" dentro

desta perspectiva de produção de subjetividades, em que o discurso dominante atua como uma “autoridade cultural”, criando referências que, para as adolescentes, transformam-se em representações de “beleza”, “perfeição” e prestígio. E, também, entender de que forma a indústria cultural, representada aqui pela revista *Capricho*, é parte estruturante dos mecanismos de controle social que visam impor um padrão de aparência.

### O corpo ideal

Para compreender melhor o processo de formação de identidades na adolescência, proponho, aqui, uma breve discussão sobre a “dominação masculina” (BOURDIEU, 1995) e indústria cultural.

Remetendo a Bourdieu (1995), a sociedade moderna seria formada por uma dinâmica social em que os indivíduos lutariam, o tempo todo, pela “dominação” do “campo”. Assim, a noção de “dominantes” e “dominados” pode ser aplicada a qualquer “campo social”.

No campo das relações de gênero, a “dominação masculina” impõe a mulheres a condição de indivíduos “dominados”, ou seja, o mundo social toma como padrão o discurso masculino. Segundo este autor, a forma como as mulheres agem, se vestem, falam, pensam e se posicionam como agentes sociais seria totalmente construída historicamente por um ponto de vista masculino, tornando-se um instrumento de reprodução e de reafirmação de sua própria condição de “dominadas”. De acordo com Bourdieu (1995, p. 171-172),

Estando assim socialmente inclinadas a tratarem a si mesmas como objetos estéticos, destinados a suscitar a admiração tanto quanto o desejo, e, em consequência, a prestar uma atenção constante a tudo o que se refere à beleza, à elegância, à estética do corpo, da vestimenta, do porte, elas naturalmente tomam a seu encargo [...] tudo o que compete à estética e, mais amplamente, à gestão da imagem pública e das aparências sociais dos membros da unidade doméstica, das crianças, evidentemente, mas também do esposo, que lhes delega muito frequentemente suas escolhas de vestimentas.

Bourdieu (1995) chama de “violência simbólica” esta imposição da dominação masculina sobre as mulheres, naturalizada a tal ponto que os indivíduos não a percebem. É uma forma de dominação incorporada no *habitus*<sup>5</sup> (BOURDIEU, 1995). Como tal, pressupõe a imposição de uma série de modelos que são buscados pelos indivíduos, entre eles, a “estética do corpo”.

Discutindo estes modelos e padrões sociais, Wolf (1992) introduz o conceito de “mito da beleza”, segundo ela criado por uma necessidade masculina de manter sua posição dominante e de conter uma possível “terceira onda” feminista. O “mito da beleza” seria uma força universal que age em diversos campos (BOURDIEU, 1989), colocando a mulher diante de um modelo estético, a “donzela de ferro”, que determina não somente a sua aparência, mas também o seu comportamento, ditando a exposição permanente do seu amor-próprio, através da aprovação dos outros olhos. Esta forma de controle acaba por transformar a beleza em fetiche, num capital físico, em moeda no mercado afetivo e profissional.

Segundo Goldenberg & Ramos (2002), o corpo está sendo, cada vez mais, apropriado pelos indivíduos ou grupos como uma forma de identidade, um “meio de expressão (ou representação) do eu”. Em outro trabalho, Goldenberg (2002) nos fala de uma espécie de aprisionamento que submete as mulheres a um modelo impositivo de beleza feminina. Segundo esta autora,

É no mínimo estranho pensar que, após décadas de lutas feministas pela liberação da opressão e pelo pleno exercício da sexualidade, após Leila Diniz se tornar um modelo de sensualidade revolucionária com seu corpo grávido exibido nas praias cariocas, muitas mulheres se submetem a um novo tipo de prisão. Só que desta vez é mais difícil afirmar quem são (e derrotar) os verdadeiros carcereiros. (GOLDENBERG, 2002, p. 9)

Malysse (2002, p. 103-104), ao estudar a “corpokratia” na cidade do Rio de Janeiro, fala de uma “distância anatômica dos gêneros” através das “formas e ações simbólicas que modelam o corpo e suas práticas cotidianas”. A masculinidade e a feminilidade seriam, segundo o autor, construídas corporalmente, numa divisão prática que determina uma modelação das partes superiores (“braços, ombros, peitorais”) pelos homens e das partes inferiores (“quadril, nádegas, pernas”) pelas mulheres. Malysse (2002) afirma, ainda, que, em oposição a este “corpo artificial”, “produzido” nas academias de ginástica, existe o “corpo natural”, o que marcaria mais uma divisão: a de classe. Para atingir e manter o “corpo artificial”, é necessário um capital financeiro que somente as camadas mais privilegiadas possuem. O corpo “malhado”, portanto, ganhou um significado

altamente simbólico, denotativo de uma identidade e de uma subjetividade que transmuta-se permanentemente, como um camaleão que percorre cenários diferentes.

O corpo ideal, objetivado pela indústria cultural, é determinante para a construção de uma feminilidade que tem na aparência uma forma de afirmação social, uma arma poderosa na disputa por um lugar privilegiado não somente entre os homens, mas também entre as mulheres. Um modelo criado pelo universo masculino, legitimado pelo universo feminino, é perseguido pelas mulheres que escolhem “aderir” ao “discurso da promoção da saúde” (LUPTON, 2000). Saúde que, por sua vez, é confundida com aparência, pelo senso comum. Em busca deste modelo de corpo ideal e, mais do que isso, de um comportamento ideal de uma dada feminilidade, as mulheres buscam distinguir-se umas das outras, acumulando capital físico, que é valorizado nos mercados que mais lhes interessam – o profissional e o afetivo.

A adolescente, que vê seu corpo “natural” (MALYSSE, 2002) modificar-se rapidamente, não é poupada do “controle” e da “vigilância” (LUPTON, 2000) sociais. Na condição de “liminar” (GENNÉP, 1977), este corpo adolescente depara com representações de “beleza” e “perfeição” que pertencem ao discurso adulto, mas, mesmo diante da impossibilidade de lutar com igualdade de condições com aquelas mulheres que já têm suas formas biologicamente delineadas (e “artificialmente” trabalhadas), sai em busca de referências que são imitadas no aspecto físico e no aspecto cultural – vestuário, comportamento, discurso, entre outros.

As “patricinhas”, antes de tudo adolescentes, não escapam a esta regra. Retomando os dados quantitativos da pesquisa realizada, é possível constatar, por exemplo, que as “patricinhas” pretendem fazer cirurgia plástica no futuro. Apenas 35% das 100 adolescentes afirmaram que pretendiam fazer cirurgia plástica um dia. Das nove que se autotransformaram “patricinhas”, foi possível identificar sete que fariam cirurgia plástica. Proporcionalmente, portanto, cerca de 78% das “patricinhas”, contra 30% das “não-patricinhas” afirmaram que modificariam seu rosto ou seu corpo.

Outros dados retirados dos questionários mostram a existência de um padrão de beleza e feminilidade a ser seguido: oito das nove “patricinhas” declararam usar roupas de grife; todas usam maquiagem; seis freqüentam salões de cabeleireiros freqüentemente e usam produtos de tratamento para a pele; cinco freqüentam academias de ginástica.

Para facilitar a comparação com os dados globais, são destacados a seguir os números levantados tomando como base as 100 adolescentes que participaram da pesquisa, no que se refere às questões que tratam de assuntos ligados à aparência: 77% usam roupas de grife; 69% usam maquiagem; 57% usam produtos de tratamento para a pele; 56% vão regularmente ao cabeleireiro; 31% têm piercing ou tatuagem; 39% praticam algum esporte; 46% freqüentam academias de ginástica; 35% pensam em fazer cirurgia plástica, sendo que 1% a tem como sonho de consumo; 7% lêem a revista *Boa Forma* regularmente.

Ao tomar a mídia como grande responsável pela criação de um ideal de beleza hegemônico, no entanto, é importante relativizar a sua influência na construção cultural do corpo feminino em nossas sociedades. De um lado, encontramos o caráter coercitivo do padrão hegemônico de beleza feminina; do outro lado, o individualismo conquistado pela democratização dos recursos de embelezamento, como cosméticos e mídia especializada. O importante, para a nossa análise, é compreender de que forma as mulheres, especialmente as que vivem a adolescência, se relacionam com determinado modelo de beleza feminina.

Sant’Anna (1995), ao analisar as diferentes fases históricas por que passou o “embelezamento feminino” no Brasil, aponta a década de 1950 como sendo um divisor de águas. A partir deste momento, a beleza deixa de ser uma atribuição “da Natureza” e passa a ser um “dever” da mulher. Com o desenvolvimento da indústria cosmética e a psicologização da publicidade, as revistas e guias de beleza, segundo a autora, passam a incentivar a mulher a buscar sua própria beleza. “Cada mulher se torna a única responsável por sua aparência”, afirma Sant’Anna (1995, p. 130). Esta nova representação da beleza feminina leva a uma valorização do corpo e o transforma “no único guia e na principal finalidade do processo embelezador. Embelezar-se é necessário não somente para garantir um bom casamento, mas para cultivar o ‘prazer de curtir’ (SANT’ANNA, 1995, p. 136).

A individualização da beleza também é objeto de reflexão de Lipovetsky

(2000). Segundo ele, o que se vê e lê nas revistas femininas é uma forma de reforçar uma conquista das mulheres, que é o controle e a responsabilidade sobre o próprio corpo. Relativizando as acusações feitas pelos críticos da mídia no sentido de que a revista feminina “condena as mulheres a se verem como objetos decorativos”, Lipovetsky (2000) mostra um outro lado deste tipo de publicação. Para ele:

Se é inegável, em particular, que a imprensa feminina exerce um poder de normalização de massa, ainda assim é preciso não ocultar a outra face de sua ação. Paralelamente a seu trabalho de homogeneização das aparências, a mídia feminina caracteriza-se igualmente por uma obra de valorização da individualidade e da personalidade (LIPOVETSKY, 2000, p. 165).

Ainda de acordo com o autor, a mídia não cria o desejo pela beleza, ela “o exprime e intensifica”. Além disso, para Lipovetsky (2000) não é verdade que as revistas produzem nas mulheres um sentimento de desprezo pelo próprio corpo. Comparado com as imagens estampadas em suas páginas, o corpo feminino é instigado a buscar a forma ideal, mas, como demonstra Lipovetsky (2000), as mulheres ainda alimentam uma auto-imagem “bela”, “sedutora” ou “graciosa”.

### **Representações e imitações na adolescência: as “autoridades culturais”**

As “autoridades culturais” (SOARES, 2000), que procuram controlar as “amarras” da adolescência, são os pró-

prios adultos. Também Bauman (2001) utiliza o conceito de “autoridades” para analisar as relações sociais que se estabelecem entre o indivíduo e os “conselheiros”, os quais, na “modernidade líquida”, substituíram os líderes. “Conselheiros” seriam os especialistas que orientam os caminhos do indivíduo dentro da “área fechada do privado” (BAUMAN, 2001, p. 77). Apenas orientam, já que, nesta nova modernidade, as “autoridades” são em grande número, o que acaba por estabelecer um paradoxo – uma autoridade anula a outra, o que leva o indivíduo a tomar suas próprias decisões, provocando, cada vez mais, uma preocupação com o privado, em detrimento do interesse coletivo.

Qualquer que fosse o conteúdo do aconselhamento, este se referia a coisas que a pessoa aconselhada deveria fazer por si mesma, aceitando inteira responsabilidade por fazê-las de maneira apropriada, e não culpando a ninguém pelas conseqüências desagradáveis que só poderiam ser atribuídas a seu próprio erro ou negligência (BAUMAN, 2001, p. 78).

Ainda segundo Bauman (2001), o que os indivíduos que estão cientes desta responsabilidade por si mesmos necessitam é, na verdade, de “exemplos”. Estes “exemplos” são as experiências de outras pessoas, que acabam por se tornar modelos de felicidade ou de infelicidade. Cabe a cada um observar, incorporar estas vivências e procurar acertar o máximo possível para que consiga ser feliz.

A adolescência, como quer Soares (2000), é um processo de construção cul-



tural do corpo e “expressa a indefinição e o impasse do lugar que ocupa” (SOARES, 2000, p. 157) – nem criança, nem adulto. Compreensível é, portanto, que a adolescência seja um momento tão suscetível à “imitação prestigiosa” (MAUSS, 1974): “a criança, como o adulto, imita atos que obtiveram êxito e que ela viu serem bem-sucedidos em pessoas em quem confia e que têm autoridade sobre ela” (MAUSS, 1974, p. 215). Aqui Mauss, ao falar das “técnicas corporais”, refere-se à educação agindo sobre as crianças para adequar seus corpos às “técnicas corporais” da sociedade em que vive. Mas pode-se entender que o mesmo vale para a adolescência, já que se trata de uma fase da vida social e biológica em que a personalidade está em formação e em que, supõe-se, as referências familiares e externas sejam tão ou mais fortes para a construção de seus valores e de suas representações.

Dos questionários da pesquisa realizada com as adolescentes, uma das conclusões a que se pôde chegar é a forte referência atribuída ao grupo de amigos (94% das pesquisadas escolheram “ir à casa de amigos” como o programa que mais gostam de fazer), a pessoas famosas (80 % delas citaram pelo menos um ídolo, entre eles, 37 nomes ligados ao *show-business*), à indústria cultural (97% assistem à televisão, 94% ouvem rádio, 81% lêem livros, 78% lêem revistas, 74% lêem jornais e 67% gostam de ir ao cinema). O grupo de amigos, as pessoas famosas e a indústria cultural são, entre outras, algumas das “autoridades” (BAUMAN, 2001) cujas experiências individuais relatadas ou reproduzidas (no caso da indústria cultural) ajudam a formar modelos que inspiram a “imitação prestigiosa” adolescente. Neste artigo, a

“autoridade” a ser analisada é a revista *Capricho*, por ter surgido espontaneamente nos questionários respondidos e por representar um rico material em que o corpo, como objeto cultural construído, ganha um enorme destaque.

### **O corpo ideal, segundo a revista *Capricho***

Ao analisar as revistas femininas, Wolf (1992) associa a evolução desta indústria editorial com o crescimento e disseminação do “mito da beleza”. Segundo a autora, as revistas femininas, ao enfatizarem a feminilidade como virtude, ajudam a construir papéis sociais, já que também são financiadas por indústrias que têm todo o interesse na manutenção do “mito da beleza” – a cosmética é uma delas.

Quando anunciam produtos dietéticos, cremes contra o envelhecimento, maquiagens, tinturas para os cabelos e modos de vida que colocam as mulheres dentro da esfera doméstica, as revistas reforçam o ideal da “donzela de ferro” e constroem modelos de beleza.

Folheando a revista *Capricho*, é possível identificar um claro movimento no sentido de formar uma representação do que seria o modelo ideal de mulher – no caso do público leitor, de adolescente. As seções da revista, as matérias publicadas, as capas, as manchetes, os conselhos e as imagens remetem a um ideal de beleza que tem o corpo como referência do que é “perfeito” e do que é “defeituoso”.

Para demonstrar estas afirmações, serão apresentados aqui alguns dados e trechos das edições estudadas de *Capricho*.

Das 64 manchetes contadas nas nove edições da revista escolhidas para observação, 20 tratam de assuntos ligados à aparência: sete falavam de moda, cinco eram alusivas à beleza de pessoas famosas, quatro chamavam para matérias que tratavam objetivamente de beleza e cosméticos, duas para a seção “Certo e Errado”, uma relatava o testemunho de como uma modelo famosa mantinha a boa forma e uma era relativa também à forma física. Abaixo, transcrevo algumas destas manchetes:

“A moda de famosos no Vídeo Music Brasil” (CAPRICHÓ, 2001a)

“Filhos-da-mãe [novela da Rede Globo]! Até com fivela de mulher, eles são lindos” (CAPRICHÓ, 2001b)

“12 maneiras de usar sua pantalone” (CAPRICHÓ, 2001b)

“O certo e o errado na hora de passar batom” (CAPRICHÓ, 2001b)

“22 dicas para tingir o cabelo em casa” (CAPRICHÓ, 2001d)

“Roupa de supermercado. Nossa repórter de moda garante: é barata e é legal” (CAPRICHÓ, 2001c)

“Faça em casa o programa de exercícios da Dani. O que Daniella Sarahyba faz para ficar com o corpo em forma” (CAPRICHÓ, 2001e)

“Você tem vocação para modelo?” (CAPRICHÓ, 2002a)

“Espinhas. O que fazer para sua pele não ficar marcada” (CAPRICHÓ, 2002b)

Ao contar o número de páginas de uma das edições da revista *Capricho*, foram encontradas, num total de 115 páginas, 30 que se destinavam a matérias que tratavam diretamente de assuntos ligados à beleza e à moda; nove com anúncios da indústria de cosméticos; e 14 com anúncios ligados à indústria da moda.

Entre as 27 seções da revista, seis tratam de moda, três de beleza e forma física e duas mostram pessoas que são referências de beleza.

Das inúmeras matérias de todas as revistas observadas, uma me chamou a atenção em especial: “Decifra-me ou te devoro. As aparências podem revelar mais do que enganar. Aprenda a desvendar a personalidade do menino só de olhar para ele” (CAPRICHÓ, 2002b), diziam o título e o subtítulo. O texto resume um livro de Jo-Ellan Dimitrius, que ensina como identificar personalidades a partir da aparência física, do comportamento social e da linguagem corporal.

Foi em dois encartes publicados nas edições 873 (21/10/2001) e 875 (18/11/2001), no entanto, que encontrei um vasto material que exemplifica de forma bastante explícita o que seria a “construção do corpo” adolescente.

Principalmente no primeiro encarte, o “Guia de Moda Capricho”, o discurso de “autoridade” utilizado pelo representante da indústria cultural escolhido para este trabalho, a revista *Capricho*, utiliza termos que transformam o “corpo natural” (MALYSSE, 2002) numa parte da identidade social que merece orgulho ou vergonha. Mas o “corpo artificial” (MALYSSE, 2002) é uma meta que pode

ser alcançada: tudo depende da vontade de quem o deseja.

Para começar a análise do “Guia de Moda Capricho”, é preciso enfatizar que grande parte das informações refere-se ao tipo de corpo da adolescente, que deve ser bem conhecido para que, só então, as roupas possam ser escolhidas, de forma que os “defeitos” possam ser “disfarçados”. Portanto, a moda abordada nesta publicação refere-se a uma forma de se mostrar o corpo socialmente.

A capa (Figura 1) mostra uma adolescente com sombra azul nos olhos, analisando-se na frente de um espelho, medindo sua cintura com uma fita métrica. Ao seu lado, um cabideiro onde estão pendurados um sutiã, um lenço, uma blusa e uma calça. As manchetes são: “Dúvidas. Não erre na roupa e no biquíni”, “Truques. Disfarce pequenos defeitos”, “Festas. Monte um modelão de arrasar” (CAPRICH, 2001d). A apresentação do guia mostra bem o tom de toda a publicação:

Ao espelho, urgente. Antes de ler tudo, aprenda a medir e a definir seu tipo de corpo. Para as próximas dicas funcionarem, a primeira coisa a fazer é uma avaliação do seu corpo em frente ao espelho. E, como nem sempre tudo o que ele lhe contar irá agradá-la, escolha um dia legal. Não faça a avaliação depois de bri-

gar com o namorado. Sua auto-estima não estará legal e qualquer defeitinho poderá lhe parecer o fim do mundo. Bem... para fazer a tal avaliação você precisa ficar só de calcinha e sutiã ou vestir uma roupa de ginástica justa, pegar lápis, papel e uma fita métrica (CAPRICH, 2001d).

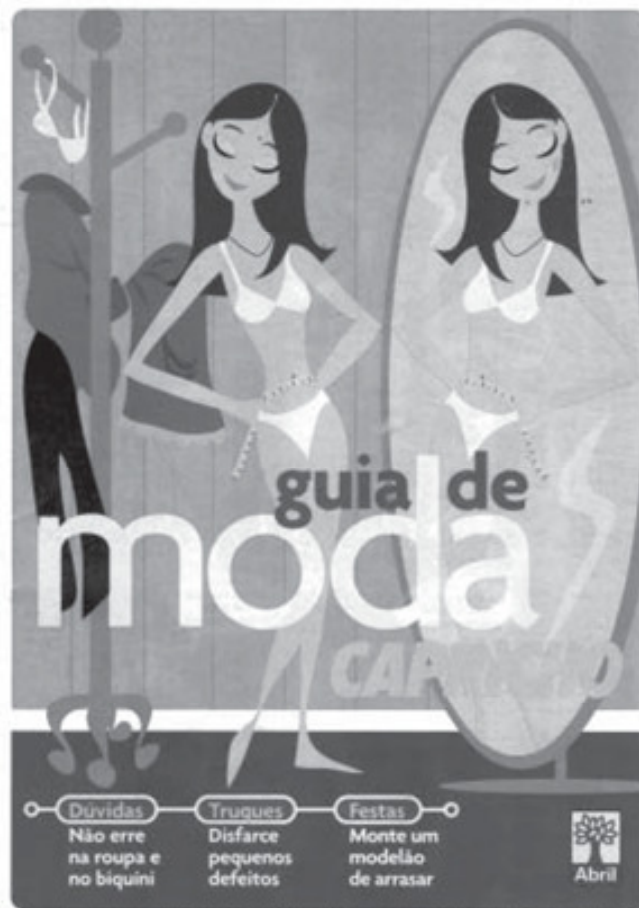
E o texto se desenvolve mantendo o mesmo discurso:

Nem tudo o que está na moda é para você. Não basta estar na moda. Uma roupa ou um acessório, para entrar no seu guarda-roupa, tem de combinar com seu estilo de vida, seu jeito de ser e com seu tipo físico.

[...]

Aliás, se a tendência da estação não combinar com você, não se preocupe. Vire básica e aguarde. Do jeito que a moda vem e vai, certamente haverá uma nova coleção em que quase tudo vai parecer ter sido feito sob medida para o seu corpo. [...] Agora que você já aprendeu como definir seu corpo, vire a página e veja quais os modelos vão se encaixar melhor no seu tipo físico (CAPRICH, 2001d).

Todas as matérias do guia tomam como referência o corpo da adolescente. As dicas de moda têm única e exclusiva-



Parte integrante da revista CAPRICHÔ nº 875 Não pode ser vendido separadamente • 21 de outubro de 2001

mente a função de “disfarçar pequenos defeitos”. “Defeitos”, aqui, referem-se à forma natural do corpo, que recebe uma classificação de acordo com o tipo físico (Figura 2): “corpo tipo oito: o seu corpo é perfeito e pede roupas justas e levemente acinturadas”; “corpo tipo oval: seu colo e suas pernas são seus pontos fortes. Invista em saias e decotes”; “corpo tipo retângulo: o truque é escolher roupas que criem uma falsa cinturinha”; “corpo tipo triângulo invertido: aposte em saia e calça com volume”; “corpo tipo pêra: o se-

gredo é alargar em cima para equilibrar o corpo com a parte de baixo” (CAPRICHÔ, 2001d). Destaco, a seguir, trechos dos textos que acompanham cada uma das classificações:

Você é uma sortuda! Agradeça aos deuses por ter nascido com esse corpinho escultural (corpo tipo oito).

Sim, esse é o corpo das gordinhas. E se você tem esse biotipo, em vez de ficar se

lamentando, trate de explorar seus pontos fortes (corpo tipo oval).

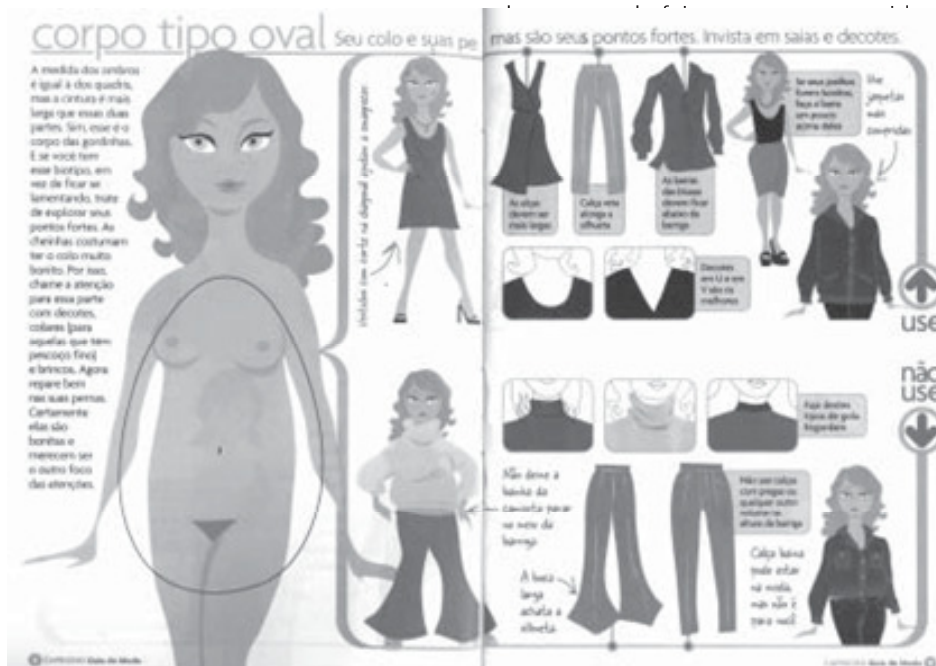
Não é tão complicado assim ter esse tipo de corpo (corpo tipo retângulo).

Você pode até se sentir como aqueles jogadores de futebol americano. Mas, se investir em peças que dêem mais volume à parte de baixo de seu corpo, consegui-

rá disfarçar o problema (corpo tipo triângulo invertido).

Ok. Você é a típica brasileira [...]. Para compensar a aparência pesada que quadris largos costumam dar ao corpo, prefira roupas que aumentem os ombros (corpo tipo pêra). (CAPRICHÔ, 2001d).

Este guia acompanha a tendência



Goldenberg & Ramos (2002) referem-se às críticas feitas a pessoas que, por não possuírem um corpo adequado ao que os estilistas criam, acabam por serem classificadas como “vítimas da moda”. Assim, concluem os autores, aqueles que não se “enquadram” no padrão devem usar alguns “artifícios (modelos, cores e estampas apropriadas) para disfarçar suas ‘formas’”.

Na segunda parte do encarte, surge uma nova seção chamada “grandes

soluções”, para que a adolescente “saiba como dar o truque para disfarçar pequenos defeitos” (CAPRICHÔ, 2001d). Esses “pequenos defeitos” são apontados em quem tem “barriga saliente”, “tornozelo grosso”, “sem bumbum”, “bumbum saliente”, “seios pequenos”, “seios grandes”, “ombros caídos”, “ombros largos”, “sem cintura”, “perna curta”, “perna longa”.

Em outra parte, o assunto é o uso de biquínis e lingerie. Também toman-

do como base a forma do corpo, surgem novas classificações, como “busto pequeno”, “busto grande”, “seios médios”. Na apresentação do texto sobre biquínis, destaco o seguinte trecho: “os homens ficam loucos ao ver uma bonita passar (des) vestida nele [o biquíni]. E as mulheres piram, porque vivem em dúvida se o corpinho vai ou não dar para encerrar o biquíni” (CAPRICHIO, 2001d).

O uso da palavra “guia” para definir o encarte pode ser remetido ao sentido que Bauman (2001) deu a “conselheiro”. Os olhos das adolescentes lêem o guia como se ouvissem um especialista que mostra o caminho para “ser feliz”. Amparado pelas demais matérias da revista que acompanha, o encarte indica como as pessoas consideradas modelos de beleza conseguem manter o “corpinho” que legitima o seu *status* de “cele-

bridades”, de “exemplos” a serem imitados.

É recorrente a adjetivação da palavra “corpo” e de suas partes: “pequenos”, “grandes”, “médios”, “largos”, “acinturados”, “perfeito”, “saliente”, “grosso”, “caído”, “pesado”. E também o uso de diminutivos, com uma conotação positiva: “corpinho”, “cinturinha”. Isso mostra que a construção do corpo tem um discurso e que esse discurso afasta a possibilidade de que o corpo “natural” seja aceito socialmente, valorizando o “trabalho” que pode torná-lo um corpo “artificial” (MALYSSE, 2002).

O discurso da “autoridade” que ajuda a construir os papéis sociais das adolescentes prevê o uso de termos que separam o corpo “perfeito” do corpo “defeituoso”. Para facilitar a análise, apresento, a seguir, uma tabela comparativa:

**Tabela 1 – Comparação entre os termos usados para definir o corpo “perfeito” e o corpo “defeituoso”, segundo o “Guia de moda Capricho”**

<b>Corpo “perfeito”</b>	<b>Corpo “defeituoso”</b>
Agradecer	Lamentar
Corpo escultural	Corpo das gordinhas
Solução	Problema, complicado
Pontos fortes	Pontos fracos
Pede roupas	Pede disfarces
Corpinho, bonita	barriga saliente, tornozelo grosso, sem bumbum, bumbum saliente, seios pequenos, seios grandes, ombros caídos, ombros largos, sem cintura, perna curta, perna longa.

Fonte: CAPRICHIO, 2001d.

O outro encarte, o “Guia de Beleza Capricho”, embora trate mais especificamente da beleza física, detém-se mais em fornecer as dicas e menos em classificar o corpo da adolescente, se comparado ao “Guia de Moda Capricho”. No entanto, no “Guia de Beleza” também estão

presentes algumas classificações e a valorização da aparência como fator social.

As três manchetes da capa dizem: “Como fazer sobrancelha, buço, unha e penteados”; “Maquiagem. Aprenda a valorizar seus pontos fortes”, “Cabelos.

Que tipo de corte combina com seu rosto" (CAPRICHIO, 2001e). A ilustração da capa mostra uma adolescente morena, de cabelos longos, castanhos e de sombra azul nos olhos pretos, segurando, numa das mãos, um secador de cabelos e, na outra, um batom vermelho. Ela é magra e usa um conjunto de miniblusa e calcinha. No fundo, além do armário do banheiro, um gato branco olhando para ela.

A apresentação do encarte diz: "Guarde este guia com você. Ele é um manual de sobrevivência: traz dicas e cuidados que podem ser úteis a qualquer momento" (CAPRICHIO, 2001e). Ele traz:

Dicas de corte de cabelo, tinturas para cabelo, tratamento para a pele, maquiagem, cuidados com a pele do corpo, depilação, unhas.

Penteados – como fazer. Aprenda aqui como deixar o seu visual com cara de quem acabou de sair do cabeleireiro (CAPRICHIO, 2001e).

As classificações estão presentes na definição dos tipos de rostos das adolescentes: "rosto tipo oval" ("o rosto tipo oval é o mais harmonioso, considerado perfeito. Cai bem com qualquer estilo de corte de cabelo – nos outros tipos de rosto, a intenção do corte é sempre dar um efeito ovalado às feições" (CAPRICHIO, 2001e); "rosto tipo redondo"; "rosto tipo quadrado"; "rosto tipo retângulo"; "rosto tipo coração"; "rosto tipo triângulo".

A construção do corpo adolescente, promovida pelas diversas "autoridades", como já foi dito anteriormente, utiliza não só pessoas e imagens como referências para a elaboração de uma representação da boa aparência, mas também um discurso próprio.

As referências encontradas nas capas das revistas e nas matérias sobre "boa forma" levam também as adolescentes a uma busca pelo corpo ideal, tanto quanto as mulheres adultas. Segundo Goldenberg & Ramos (2002), o cinema, a televisão, a publicidade e as reportagens em jornais e revistas colaboram para a disseminação de um padrão estabelecido de beleza.

Se o estilo de vida das "patricinhas" valoriza a aparência em primeiro lugar, então as adolescentes que são enquadradas nessa descrição são vítimas e reprodutoras de um discurso que pertence não a elas, mas a uma cultura dominante, da "dominação masculina" (BOURDIEU, 1995) que cria modelos e classificações que tornam o corpo adolescente "defeituoso", e a moda, uma técnica criada para "disfarçar os defeitos do corpo". Nesse esforço, as adolescentes, sem aqui referir-se somente às "patricinhas", tomam como referência as "autoridades" que protagonizam as páginas das revistas que, ensinando o que é "certo e errado", contribuem para a construção de um modelo de corpo adolescente ideal que nunca será atingido.

*Abstract: Based on a research with more than 100 middle and high class teenagers from South Zone of Rio de Janeiro, this article aims at discussing adolescence as a social construction, taking the cultural industry as a base structure to this phase of life. From the results of the quantitative research, the personal interviews and the analysis of the *Capricho* magazine, we make a reflection about the representations in adolescence and the construction of a model of body, under a gender perspective. Among other questions, it is focused the accusation category "patricinhas".*

*Keywords: adolescence; gender; deviance.*

## Notas

<sup>1</sup> Para justificar minha escolha pela categoria "camadas médias", recorro a uma definição de Velho (1999, p. 41): "Trabalhando com o universo de camadas médias tenho refletido sobre uma distinção que creio poder ser útil para estabelecer limites entre grupos e segmentos dentro do que se costuma chamar, com alguma imprecisão, de *classe média*. Trata-se de diferenças de motivação vinculadas a trajetórias e leituras específicas do sistema simbólico que constitui a cultura de que participam. Essas diferenças estão associadas a variações na escala de valores mais ampla e da própria construção social da realidade. O objetivo seria demonstrar que, dentro de um universo que segundo critérios socioeconômicos como renda e ocupação poderia ser visto como homogêneo, encontram-se fortes discontinuidades em termos de *ethos* e visão de mundo".

<sup>2</sup> A gíria "patricinha" teria surgido em 1991, introduzida pelo colunista Zózimo Barrozo do Amaral, na época do *Jornal do Brasil*. Remetendo à capa da edição de número 1 da revista *Veja Rio*, cuja matéria de capa foi a então *socialite* Patrícia Leal, o jornalista teria dito que, "depois dos

mauricinhos, surgiam as patricinhas". Ver PEREIRA, 2003.

<sup>3</sup> Os endereços de sites "anti-patricinha" visitados foram: [www.geocities.com/samxiz\\_orbita.stamedia.com/~mr.bin/ed2orange.htm](http://www.geocities.com/samxiz_orbita.stamedia.com/~mr.bin/ed2orange.htm), [www.cinderela\\_e\\_betty.tripod.com](http://www.cinderela_e_betty.tripod.com), no dia 8 de abril de 2002. Os endereços de sites de "patricinhas" visitados foram: [www.unaerp.br/TurmaAhtml/patricinhas.html](http://www.unaerp.br/TurmaAhtml/patricinhas.html), [www.geocities.com/TelevisionCity/Taping/2723](http://www.geocities.com/TelevisionCity/Taping/2723), no dia 8 de abril de 2002.

<sup>4</sup> "Clubbers" e "punks" são duas das inúmeras tribos urbanas que convivem na cidade. Uma matéria publicada na revista *Veja*, em 24/9/1997, intitulada "A geração da onda", aborda o assunto: "Versão renovada dos frequentadores das discotecas da década de 80, eles se consideram irmãos dos internautas. 'Somos todos filhos da era tecnológica', explica Jess John Stofel, 16 anos, cabelo azul espetado no cocuruto e careca na lateral, camisa de futebol e calça de tergal. Para os *clubbers*, [...] o legal é o escurinho das danceterias, música techno, barulho e alucinação. Fundamental é cultivar uma estética nova, diferente de tudo. Aí, vale o que vier: cabelos com cores fortes, roupas sintéticas, óculos



enormes, *piercing* na língua, tatuagens de motivos tribais. Adereços, muitos adereços" (VEJA, 1997). Para explicar o estilo "punk", de origem inglesa na década de 70, recorro a Ramos (2002, p. 185): "Adotando uma atitude pervertida, esses jovens também enfatizavam sua apresentação corporal vestindo veludo preto, luvas, correntes e anéis em proporções exageradas – jóias de prata à moda dos dráculas – roupas de couro escarlate ou emborrachada, rasgadas, pintadas, desbotadas e

adornadas com fotos de líderes ativistas e símbolos de ideologias políticas que agrediam o sistema dominante – como a suástica –, tudo ia se misturando aos cabelos descoloridos ou supercoloridos".

<sup>5</sup> O conceito do *habitus*, para Bourdieu (1995), está ligado à subjetividade do indivíduo. É a forma como ele lida com o mundo, são determinadas práticas sociais e hábitos que denotam o seu estilo de vida ou o estilo de vida do grupo a que pertence.

## Referências

- BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.
- BECKER, H. S. *Outsiders: studies in the sociology of deviance*. Nova York: Free Press, 1963.
- BOURDIEU, P. A dominação masculina. *Educação & Realidade*, Rio Grande do Sul, v. 20, n. 2, p. 133-184, 1995.
- \_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil: Difel, 1989.
- CAPRICHOS. Rio de Janeiro: Abril, n. 869, 26 ago. 2001a.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro: Abril, n. 871, 23 set. 2001b.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro: Abril, n. 872, 07 out. 2001c.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro: Abril, n. 873, 21 out. 2001d. Revista acompanhada do encarte "Guia de Moda Capricho".
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro: Abril, n. 875, 18 nov. 2001e. Revista acompanhada do encarte "Guia de Beleza Capricho".
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro: Abril, n. 880, 27 jan. 2002a.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro: Abril, n. 883, 10 mar. 2002b.
- GENNEP, A. V. *Os ritos de passagem: estudo sistemático dos ritos...* Petrópolis: Vozes, 1977.
- GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2002.
- GOLDENBERG, M. O angustiado corpo carioca. *Gesto*, Rio de Janeiro, n. 1, dez. 2002.
- \_\_\_\_\_.; RAMOS, M. S. A civilização das formas: o corpo como valor. In: GOLDENBERG, M. (Org.). *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 9-40.

## GÊNERO

- LIPOVETSKY, G. *A terceira mulher*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- LUPTON, D. Corpos, prazeres e práticas do eu. *Educação & Realidade*, Rio Grande do Sul, v. 25, n. 2, p. 15-49, jul/dez. 2000.
- MALYSSE, S. Em busca dos (h) alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, M. (Org.). *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 79-137.
- MAUSS, M. As técnicas corporais. In: \_\_\_\_\_. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: EPU, 1974. p. 213-233.
- PEREIRA, C. S. *Patricinhas da Zona Sul: adolescência nas camadas médias cariocas*. 2003. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.
- RAMOS, C. A. O corpo encena a nação multicultural. In: CASTILHO, K.; GALVÃO, D. (Org.). *A moda do corpo e o corpo da moda*. São Paulo: Esfera, 2002. p. 185.
- SANT'ANNA, D. B. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.
- SOARES, R. Adolescência: monstrosidade cultural? *Educação & Realidade*, Rio Grande do Sul, v. 25, n. 2, p. 151-159, jul/dez. 2000.
- VEJA. *A geração da onda*. Rio de Janeiro: Abril, 24 set. 1997.
- VELHO, G. *Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999.
- WOLF, N. *O Mito da Beleza*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.