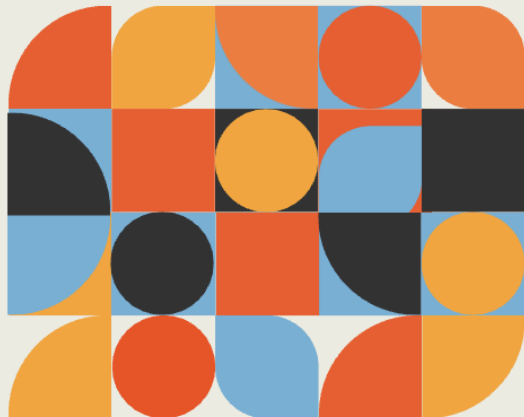




CAPRICHO E A FALSA RUPTURA DOS PADRÕES CORPORAIS: DOS ANOS 2000 À CULTURA DIGITAL

Capricho and the false rupture of body standards: from the 2000s to digital culture

Lima, Clarissa Fernandes da Silva; Universidade Federal do Ceará, clarissafrnnds@alu.ufc.br¹

Araújo, Giovana Caldas de; Universidade Federal do Ceará, giovana.caldas@hotmail.com²

Mendes, Francisca Raimunda Nogueira; Doutora; Universidade Federal do Ceará, franciscamendes@ufc.br³

Programa de Ensino Tutorial do curso de Design-Moda da
Universidade Federal do Ceará⁴

Resumo: Este artigo analisa como a revista Capricho, ao aparentar promover a diversidade corporal nos anos 2000, na verdade reforçava padrões de magreza e feminilidade normativa. Através de análise documental da capa da edição nº 892 (2002), disponível no site “Revista Amiga e Novelas”, e revisão bibliográfica, investigam-se os discursos sobre corpo, beleza e memória afetiva. A pesquisa evidencia como esses conteúdos moldaram subjetividades e permanecem ativos na cultura digital atual brasileira.

Palavras chave: Revista; Padrão de Beleza; Memória.

Abstract: This article analyzes how Capricho magazine, while appearing to promote body diversity in the 2000s, actually reinforced standards of thinness and normative femininity. Through a documentary analysis of the cover of issue no. 892 (2002), available on the website “Revista Amiga e Novelas”, and a bibliographic review, the article investigates discourses on the body, beauty and affective memory. The research showed how these contents shaped subjectivities and remained active in current Brazilian digital culture.

Keywords: Magazine; Beauty standard; Memory.

Introdução

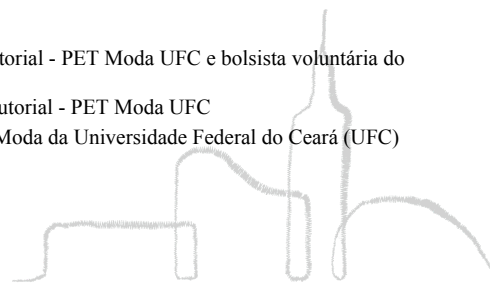
Este artigo, desenvolvido no âmbito do Programa de Educação Tutorial – PET Moda da UFC, é uma pesquisa de iniciação científica que analisa os discursos sobre corpo e beleza na revista Capricho, com foco na edição nº 892, de julho de 2002. Para fomentar tal estudo foi adotada uma pesquisa bibliográfica e uma análise documental, a fim de trazer uma reflexão crítica sobre memória, corpo e beleza.

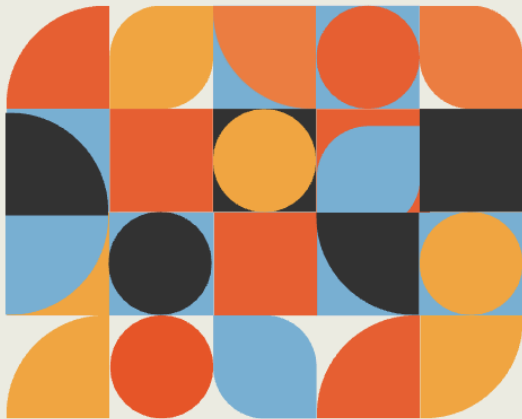
¹ Graduanda em Design-Moda pela Universidade Federal do Ceará-UFC, membro do Programa de Educação Tutorial - PET Moda UFC e bolsista voluntária do Programa de Iniciação à Docência - PID.

² Graduanda em Design-Moda pela Universidade Federal do Ceará-UFC e membro do Programa de Educação Tutorial - PET Moda UFC

³ Historiadora, Mestre e Doutora em Sociologia, professora da área de História e Pesquisa no Curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC)

⁴ Programa de Ensino Tutorial do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19^º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11^º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

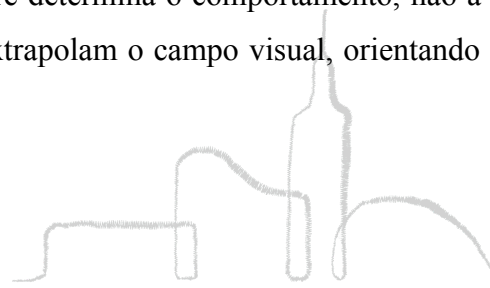
A sociedade contemporânea, marcada pelo consumo e pela espetacularização da vida cotidiana, tem na mídia um dos principais instrumentos de produção e circulação de valores e comportamentos (Trinca, 2008). No contexto da midiatização da cultura, o corpo adquire um papel central como espaço simbólico de identidade, desejo e pertencimento, sendo constantemente atravessado por discursos que o constroem e o regulam socialmente (Goellner, 2003).

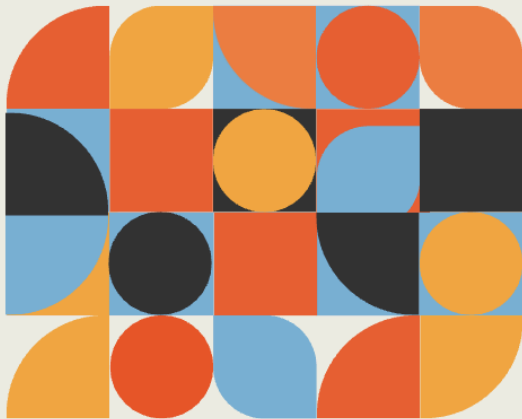
A revista *Capricho*, voltada ao público adolescente feminino, contribuiu para esse processo ao longo dos anos 2000, especialmente por meio de matérias que, embora buscassem promover acolhimento e identificação, reforçam expectativas convencionais sobre feminilidade. Ao explorar a influência da mídia na formação subjetiva de adolescentes, com ênfase nos padrões corporais e comportamentais. Como publicação comercial sustentada pela publicidade e voltada a um público segmentado, *Capricho* se estabelecia como um guia de estilo de vida para suas leitoras, moldando percepções sobre pertencimento e autoimagem.

Este artigo analisa os discursos sobre corpo e beleza presentes na *Capricho*, com foco na capa da edição nº 892, publicada em 14 de julho de 2002, que traz a matéria “Longe de ser magrinha”. A pesquisa pretende analisar como a revista *Capricho*, em especial a edição nº 892, contribuiu para a construção e a perpetuação de padrões normativos de beleza e controle dos corpos femininos entre adolescentes nos anos 2000, investigando os efeitos simbólicos e sociais desses discursos tanto na época quanto em suas ressonâncias na cultura digital contemporânea.

Padrão de Beleza e o Impacto Social

A construção social do corpo e da beleza é atravessada por múltiplos discursos que operam como mecanismos de controle e normatização. Naomi Wolf (1992) argumenta que o chamado “mito da beleza” funciona como uma ferramenta política de dominação, sendo uma das formas de opressão sobre as mulheres. A ideologia da beleza, nesse sentido, não apenas dita padrões estéticos inalcançáveis, mas também determina comportamentos. Segundo a autora, “o mito da beleza na realidade sempre determina o comportamento, não a aparência” (Wolf, 1992, p. 17), indicando que os efeitos desses ideais extrapolam o campo visual, orientando modos de ser, agir e estar no mundo.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

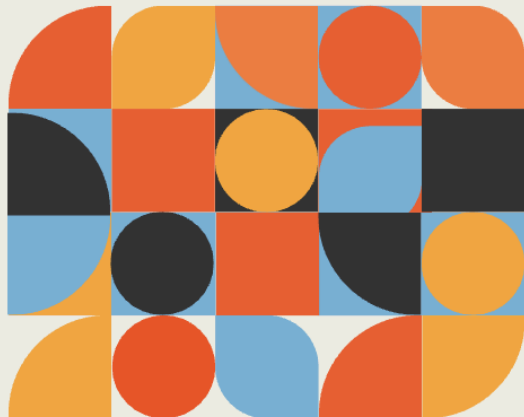
A naturalização da magreza como sinônimo de beleza feminina é um dos desdobramentos desse mito. Mota-Ribeiro (2003) destaca como o corpo magro, ao ser veiculado pela mídia, publicidade e cultura de massa, passa a representar o feminino ideal. Nesse cenário, a magreza se impõe como condição para pertencimento e aceitação social, operando assim como um marcador de valor. Como reforça Del Priore (2000), a beleza atua como uma ditadura permanente, que humilha e marginaliza aqueles que não se adequam a seus parâmetros normativos.

A manutenção dessa estética corporal está vinculada à história da moda e à sua relação com os códigos de classe e gênero. Trinca (2008) observa que a construção dos corpos também comunica um status social, funcionando como um capital simbólico. A forma física, portanto, é continuamente esculpida para atender às exigências de uma estética que valoriza o corpo disciplinado, magro e jovem, em consonância com os interesses do mercado e da indústria cultural. Essa lógica transforma o corpo em um objeto moldável, produtivo e consumível, operando sob a lógica neoliberal da performance constante.

Ao longo da história, a magreza como padrão de beleza se consolidou por meio de técnicas e discursos que associavam o corpo esguio à saúde, à moralidade e ao progresso. Vigarello (2006) identifica, já no século XIX, a presença de regimes rigorosos, produtos redutores e a promoção de silhuetas estreitas nas revistas europeias. A partir dos anos 1930, essa pressão se intensifica, instaurando uma verdadeira “ditadura da magreza”, em que a estética corporal é regulada por dietas, exercícios, pílulas e artifícios cosméticos. A busca pela leveza e pelo controle corporal torna-se uma norma moral e estética a ser perseguida.

Além disso, o discurso sobre o corpo e a beleza é mediado pela linguagem e pelos meios de comunicação, que instituem o que pode ser considerado belo ou aceitável. Goellner (2003, p. 29) afirma que “a linguagem institui o que pode ser considerado como belo”, destacando que a beleza não é um dado natural, mas uma construção cultural contínua. Nesse processo, revistas adolescentes como a *Capricho* nos anos 2000, mesmo quando recorriam a discursos pontuais sobre diversidade, perpetuavam, em sua maioria, o ideal magro como desejável. A falsa ruptura dos padrões corporais, portanto, serve mais como estratégia de mercado do que como transformação real dos imaginários sociais sobre o corpo feminino.





Memória afetiva e os rastros da Capricho na cultura digital

A revista Capricho, nos anos 2000, ocupou um papel central na formação do imaginário adolescente, atuando não apenas como difusora de padrões estéticos e comportamentais, mas também como produtora de memórias coletivas entre suas leitoras. Ao apresentar modelos de beleza, dicas de moda e narrativas de vida adolescente, a publicação ajudava a construir uma experiência comum, compartilhada por meninas de diferentes contextos. Como aponta Halbwachs (2006) em *A memória coletiva*, as lembranças individuais são moldadas em contextos sociais, e é por meio da convivência em grupo que determinadas experiências se tornam parte da memória coletiva. Nesse sentido, a Capricho funcionava como um espaço simbólico onde adolescentes se reconheciam e se sentiam parte de uma mesma geração.

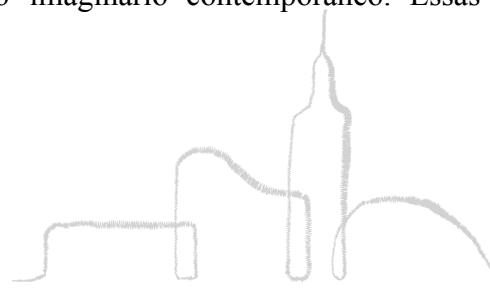
Contudo, essa promessa de realização era sempre postergada, alimentando um ciclo contínuo de frustração e consumo. Como discute Del Priore (2000), o ideal de beleza proposto pela mídia nunca é plenamente atingido, mantendo a mulher em constante sensação de inadequação. Arruda (2021) aponta que esse tipo de discurso, mesmo disfarçado sob a lógica do amor-próprio, contribuiu para a naturalização da vigilância corporal e o aumento de transtornos alimentares. Assim, a Capricho consolidava um imaginário adolescente que, ao mesmo tempo em que unia meninas por meio de uma experiência coletiva, também as submetia a rígidos padrões estéticos e emocionais.

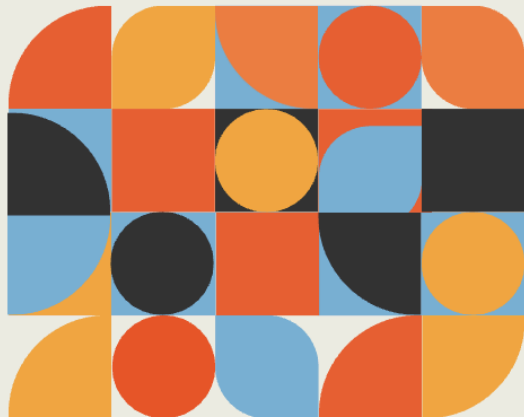
A leitura da revista fazia parte do cotidiano de muitas adolescentes, envolvendo hábitos como colecionar edições, recortar matérias e conversar sobre as pautas com amigas. Esses gestos, mais do que práticas de consumo, geravam vínculos emocionais. Como destaca Candau (2012), a memória está ligada à afetividade e às experiências vividas, sendo constituída por elementos que reforçam nossa identidade e relação com o mundo.

A nostalgia em torno da Capricho permanece ativa nas redes sociais, onde usuários compartilham lembranças que reativam memórias afetivas e práticas culturais associadas à publicação. No TikTok⁵, o vídeo⁶ da usuária @annyomartins aborda como a revista influenciou a formação de mulheres com problemas de autoimagem, revelando a permanência crítica de suas mensagens no imaginário contemporâneo. Essas

⁵ Plataforma de vídeos curtos.

⁶ Disponível em <https://vm.tiktok.com/ZMS1nux1E/>.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

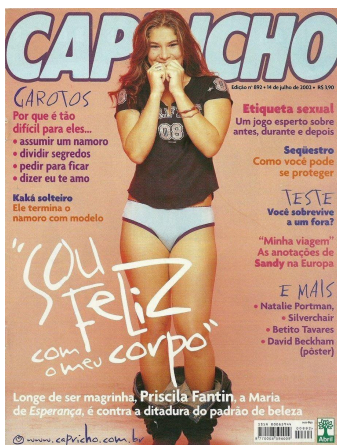
manifestações digitais não apenas lembram o passado com tom afetivo, mas também expõem as contradições dos discursos que marcaram a adolescência de uma geração.

Ao retomar as ideias de Candau (2012) o ato de recordar a Capricho vai além de uma reconstituição do passado. Ele nos permite perceber como certos ideais de corpo, beleza e comportamento permanecem atuais. Assim, o resgate das experiências com a revista não apenas revela permanências, mas também abre espaço para questionar os padrões que continuam a influenciar o presente.

Análise da Capa: O discurso “Longe de ser magrinha”

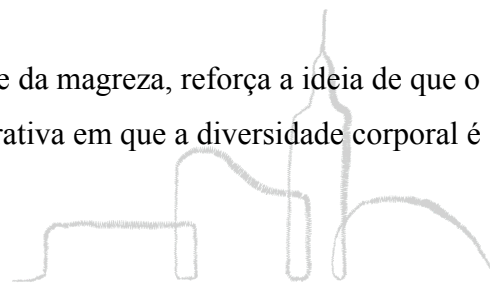
A capa da Capricho nº 892, de 14 de julho de 2002, destaca-se pela frase "Longe de ser magrinha", conforme figura 1, sugerindo uma tentativa de subverter os padrões estéticos vigentes e exaltar corpos não convencionais. No entanto, a análise dessa frase revela uma contradição, embora a revista questione os ideais de magreza, a escolha do termo "longe", em vez de uma afirmação direta de aceitação de corpos diversos, soa como uma tentativa de "normalizar" algo que deveria ser aceito sem ressalvas. Como aponta Wolf (1992), discursos sobre beleza muitas vezes operam sob uma lógica de opressão disfarçada de libertação, o que parece ocorrer também nesse caso.

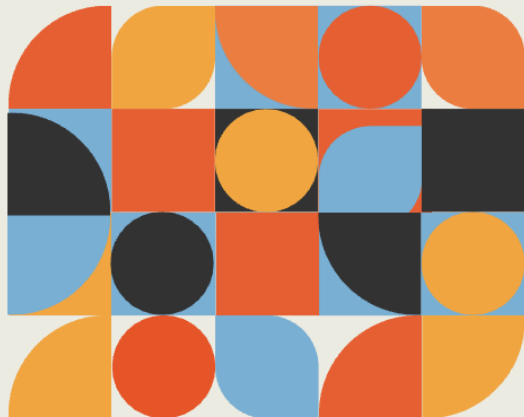
Figura 1: Capa da revista Capricho nº 892.



Fonte: <https://11nq.com/PXBh6>, 2025.

A frase, ao mesmo tempo que sugere a ruptura com a normatividade da magreza, reforça a ideia de que o corpo "fora do padrão" precisa ser tratado como exceção, criando uma narrativa em que a diversidade corporal é





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

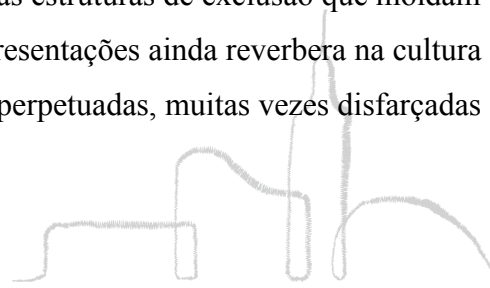
admitida, mas ainda dentro de uma lógica que marginaliza o que não se encaixa no modelo hegemônico. Como analisa Goellner (2003), o corpo é constantemente produzido e regulado por discursos culturais que definem o que é aceito ou excluído.

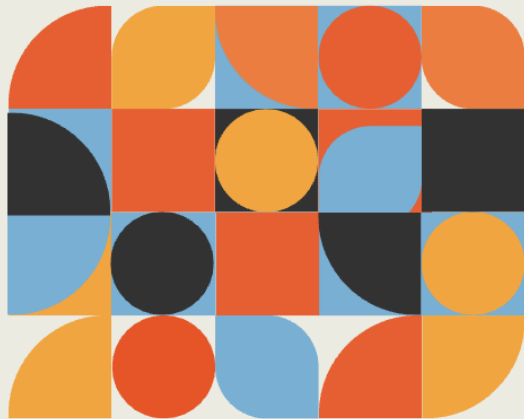
Essa ambiguidade é ainda mais evidente quando observamos o uso da imagem da atriz Priscila Fantin, que, apesar de ser magra, foi inserida na narrativa como uma "mulher gorda". A escolha da revista por representar o "corpo fora do padrão" através de alguém que ainda se alinha ao ideal magro evidencia uma distorção simbólica, em que a diversidade corporal é simulada, mas não efetivada. Esse tipo de construção é comum na mídia, que, como aponta Mota-Ribeiro (2003), recorre a representações do feminino que são menos espelhos da realidade e mais traduções simbólicas moldadas por interesses culturais e de consumo.

Nesse contexto, o uso de uma mulher magra, na época, para simbolizar um corpo gordo contribui para um discurso que, ao invés de dismantelar os padrões dominantes, apenas os desloca para um novo campo, mantendo a magreza como o referencial principal de beleza. Conforme argumenta Wolf (1992), a indústria da moda e da mídia frequentemente utiliza a "diversidade" de forma superficial, sem realmente questionar as estruturas de poder que sustentam o culto à magreza.

Além disso, essa capa é um exemplo de como a Capricho influenciou a memória cultural das adolescentes da época, consolidando uma visão de corpo e beleza. Uma vez que, o impacto dessas representações ajuda a manter o estigma contra corpos não magros, mesmo quando tentavam promover uma ideia de "inclusão". Como afirma Halbwachs (2006), a mídia tem um papel na formação da memória coletiva, moldando as percepções sociais e culturais ao longo do tempo. Pensando nisso, a revista criou uma memória que ainda se reflete na cultura digital e na mídia contemporânea, que continuam a marginalizar corpos gordos e outros que não atendem ao ideal de magreza.

Portanto, a capa da Capricho de 2002 e o uso da imagem de Priscila Fantin revelam uma falsa crítica na abordagem da diversidade corporal, naquele momento. Ao tentar romper com os padrões de beleza, a revista acaba apenas reforçando-os, criando uma ilusão de subversão sem alterar as estruturas de exclusão que moldam o imaginário coletivo sobre o corpo ideal. O legado deixado por essas representações ainda reverbera na cultura digital contemporânea, onde as mesmas lógicas de beleza continuam a ser perpetuadas, muitas vezes disfarçadas





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

sob uma fachada de diversidade superficial (Arruda, 2021). Como observa Wolf (1992), a mídia utiliza a "diversidade" de forma superficial, mantendo os padrões de beleza tradicionais enquanto dá a impressão de mudança.

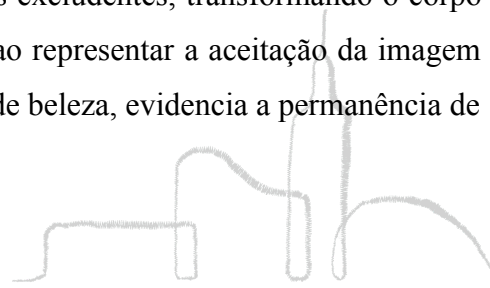
Considerações Finais

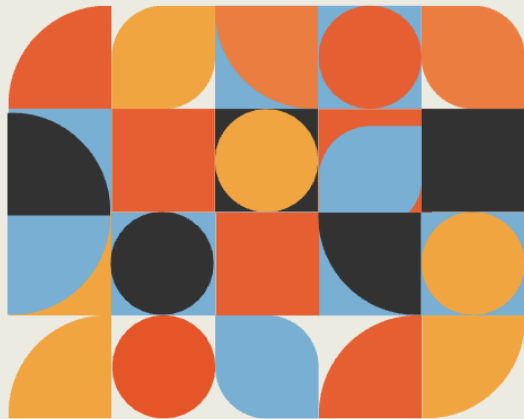
A construção cultural dos corpos femininos, ao longo das décadas, foi atravessada por discursos que atuam como ferramentas de controle e normatização. No Brasil, a revista *Capricho*, especialmente nos anos 2000, teve um papel central nesse processo ao disseminar ideais de beleza sustentados pela disciplinarização do corpo, pela vigilância estética e pela valorização de uma feminilidade padronizada. Esses elementos, longe de serem neutros ou espontâneos, operam como mecanismos de distinção e pertencimento social, condicionando a forma como adolescentes constroem suas memórias corporais e se relacionam consigo mesmas e com o outro.

A análise da edição nº 892 da *Capricho* revelou a persistência de representações corporais homogêneas e idealizadas, mesmo quando há tentativas de abordar temas como autoestima e aceitação. Ao apresentar um corpo magro como referência de autoaceitação, a revista reforça a manutenção de modelos estéticos restritivos e contraditórios. Assim, mesmo sob um discurso aparentemente inclusivo, continua a reproduzir os ideais normativos de beleza.

A permanência desses discursos pode ser observada na cultura digital atual, onde a *Capricho* é constantemente lembrada por suas antigas leitoras. Nas redes sociais, a memória afetiva em torno da revista ressurge com força, mas agora acompanhada por um olhar mais crítico. Vídeos e publicações de usuárias apontam o impacto negativo que os ideais promovidos tiveram na formação da autoimagem de uma geração inteira, revelando que essa lembrança é atravessada por afetos, mas também por disputas simbólicas, como nostalgia juvenil e rejeição dos padrões.

Nesse panorama, os resultados da análise demonstram que, mesmo sob um discurso aparentemente voltado ao amor-próprio, a revista *Capricho* reforçava modelos corporais excludentes, transformando o corpo feminino em objeto constante de avaliação e controle. A edição nº 892, ao representar a aceitação da imagem corporal por meio de um corpo ainda alinhado aos padrões hegemônicos de beleza, evidencia a permanência de





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

normas estéticas e mecanismos de vigilância simbólica. Concluir essa reflexão é reconhecer que os efeitos desses discursos ultrapassam o momento de sua publicação, contribuindo para a manutenção de estereótipos visuais e comportamentais ainda reproduzidos na cultura midiática contemporânea.

Referências

ARRUDA, A. **O peso e a mídia:** as faces da gordofobia. São Paulo: Alameda, 2021.

CANDAU, Vera Maria. **Memória e identidade:** um campo de disputas. 2. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2012.

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.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A produção cultural do corpo. *In:* LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs.) **Corpo, gênero e sexualidade:** um debate contemporâneo. Petrópolis, Vozes, 2003.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** Tradução de Sérgio Tadeu S. de Oliveira. São Paulo: Editora Centauro, 2006.

MOTA-RIBEIRO, S. (2003). **Corpos Visuais:** imagens do feminino na publicidade. *In:* Macedo, A. & Grossegese, O. (eds.) *in:* Representações do Corpo, Coleção Hespérides – Literatura. Braga: Centro de Estudos Humanísticos da Universidade do Minho.

TRINCA, Tatiane Pacanaro. **O corpo-imagem na "cultura do consumo":** uma análise histórico-social sobre a supremacia da aparência no capitalismo avançado. Dissertação (mestrado). Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista, 2008.

VIGARELLO, G. **História da Beleza:** o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza:** como as imagens de beleza são utilizadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

