



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
INSTITUTO DE BIOCÊNCIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO



Natanael Pereira de Araujo Junior

**Discursos da saúde nas revistas *Men's Health*:
uma simbiose entre saúde e beleza**



Rio Claro – SP

2016

Natanael Pereira de Araujo Junior

**Discursos da saúde nas revistas *Men's Health*:
uma simbiose entre saúde e beleza**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação do Instituto de Biociências do campus de Rio Claro, Universidade Estadual Paulista, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientadora: Marcia Reami Pechula.

Rio Claro – SP
2016

370 Araújo Júnior, Natanael Pereira
A663d Discursos da saúde nas revistas Men's Health : uma
simbiose entre saúde e beleza / Natanael Pereira Araújo
Júnior. - Rio Claro, 2016
112 f. : il., fots.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista,
Instituto de Biociências de Rio Claro
Orientadora: Marcia Reami Pechula

1. Educação. 2. Mídia. 3. Imaginário. 4. Corpo. I. Título.

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

TÍTULO DA DISSERTAÇÃO: DISCURSOS DA SAÚDE NAS REVISTAS *MEN'S HEALTH*: UMA
SIMBIOSE ENTRE SAÚDE E BELEZA.

AUTOR: NATANAEL PEREIRA DE ARAUJO JUNIOR

ORIENTADORA: MARCIA REAMI PECHULA

Aprovado como parte das exigências para obtenção do Título de Mestre em EDUCAÇÃO, pela
Comissão Examinadora:

mreami:

Profa. Dra. MARCIA REAMI PECHULA
Departamento de Educação / Instituto de Biociências de Rio Claro

ELIZABETH MORAES GONÇALVES
Profa. Dra. ELIZABETH MORAES GONÇALVES
FAPPT / POSCOM / Universidade Metodista de São Paulo

BELARMINO CESAR GUIMARÃES DA COSTA
Prof. Dr. BELARMINO CESAR GUIMARÃES DA COSTA
Faculdade de Comunicação / Universidade Metodista de Piracicaba (SP)

Rio Claro, 09 de agosto de 2016

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Natanael e Sheila, sempre presentes, apesar da distância que nos separa.

À minha querida Raquel, pela força, carinho e pela companhia durante esta caminhada e a toda a minha família.

À professora Dra. Marcia Reami Pechula, por ter me proporcionado não só a oportunidade de crescimento profissional, mas, principalmente, pela sua contribuição para meu desenvolvimento pessoal e humano.

À professora Dra. Elizabeth Moraes Gonçalves e ao professor Dr. Belarmino Cesar Guimarães da Costa, pelas valiosas contribuições a esta pesquisa.

À Regina, pelos vários textos indicados e que foram de grande valia.

Ao Nuno pelo apoio e amizade.

Aos amigos do grupo de estudo (Carol, Elaine, Terezinha, Thais, Edilson, Joanice, Guilherme, Junior e Thierry).

E a todos os funcionários da biblioteca e da secretaria, que sempre foram muito solícitos.

RESUMO

Este estudo nasceu a partir da percepção do grande espaço que, atualmente, as mídias dedicam ao tema da saúde e de como, muitas vezes, a beleza parece ser um pré-requisito para que qualquer indivíduo seja reconhecido como saudável. Visto que, em grande parte, a imagem de um corpo saudável disseminada pelos meios de comunicação é constituída por corpos belos, objetiva-se, a partir desse quadro, investigar como o discurso da saúde utilizado pela edição brasileira da revista *Men's Health* é construído, pois, em um primeiro momento, parece-nos que seu objetivo é o de retratar temas relacionados e pertencentes ao gênero do discurso da beleza masculina, como é possível verificar pelo conteúdo anunciado em suas capas. Para isto, primeiramente, estudamos o conceito de saúde, tomando por base a ideia de que um corpo saudável é um corpo sem doenças e, em seguida, a partir de Charaudeau, buscamos compreender como a mídia constrói seu discurso. Só então, utilizando o conceito de gênero do discurso de Bakhtin, foram analisados os discursos com os quais a revista trabalha, dando ênfase aos que estão presentes em suas capas. Concluímos que os discursos da *Men's Health* fazem parte do gênero do discurso da saúde. Entretanto, a revista faz uso de um imaginário de saúde no qual a beleza é um elemento indispensável deste discurso. Isto é, há uma simbiose entre os discursos da saúde e da beleza. Porém, neste caso, a beleza é um valor simbólico voltado para a sedução e erotização do corpo saudável. Por isto, a imagem possui uma grande importância para este imaginário e uma relevante participação no discurso veiculado por esta publicação. Também foi possível constatar que este imaginário não é acessível a qualquer pessoa. Conseqüentemente, ele se enquadra em uma lógica de mercado na qual a saúde é o resultado de um estilo de vida permeado pelo consumo de produtos e comportamentos que conferem a seu público-alvo não só a imagem de pessoas saudáveis, mas de sujeitos bem-sucedidos.

Palavras-chave: saúde, mídia, discurso, imaginário.

ABSTRACT

This study was born from the perception of a large space that currently the media dedicate to the topic of health and how often beauty seems to be a prerequisite for any individual to be recognized as healthy. This is due to, in large part, the image of a healthy body disseminated by the media consisting of beautiful bodies. Within this framework, the aim of this study was to investigate whether, as indicated by its name, the Brazilian edition of *Men's Health* magazine belongs to the branch of publications pertaining to the health discourse genre. Conversely, at first, it might seem its goal was to portray issues belonging to the male beauty discourse genre, as can be verified by the content on their covers. For this analysis, we first studied the concept of health, based on the idea that a healthy body is a body without disease. Secondly, from Charaudeau's framework, we seek to understand how the media construct its discourse. Only then, using the concept of Bakhtin's discourse genre, the discourses of the magazine were analyzed, with an emphasis on those present in its covers. We conclude that *Men's Health's* discourses are part of the health genre. Nevertheless, the magazine makes use of a health imaginary in which beauty is an essential element of this discourse. That is, there is a symbiosis between the discourses of health and beauty. However, in this case, beauty is a symbolic value related to the seduction and erotization of the healthy body. Therefore, the image has a great importance to this imaginary and a relevant participation in the discourse conveyed by this publication. The analysis also showed that this imaginary is not accessible to everyone. Consequently, it meets a market logic in which health is the result of a lifestyle permeated by product and behavior consumption which give the magazine's target audience not only the image of healthy people, but also of successful individuals.

Keywords: healthcare, media, discourse, imaginary.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
1 O PERCURSO DA PESQUISA	25
1.1 O foco do estudo.....	29
1.2 Considerações técnicas sobre o(s) conceito(s) de saúde	41
1.3 A informação no contexto midiático.....	53
2 LEITURAS SOBRE OS DISCURSOS DE SAÚDE NA REVISTA MEN'S HEALTH	57
2.1 Imagens.....	58
2.2 Texto.....	80
2.2.1 Fontes, cores, formas	80
2.3 O nome e o slogan.....	95
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS	101
REFERÊNCIAS	109

INTRODUÇÃO

Mesmo tendo alguns familiares que eram professores universitários e diversos amigos mestrandos, mestres e doutores, devo confessar que fazer um mestrado foi um desejo que tardou a se manifestar em minha vida. Acredito que isto se deva ao fato de que a maioria destes amigos reclamava de que não podiam realizar as pesquisas que desejavam, pois tinham de dar continuidade às pesquisas de seus orientadores.

A ideia de cursar um mestrado começou a fazer parte de meus planos durante minha graduação em História (já havia concluído uma graduação em Publicidade e Propaganda), pois admirava a forma como alguns professores liam o mundo, expressavam-se e, principalmente, despertavam em parte dos alunos o encanto pela leitura. Queria ser capaz de fazer o mesmo.

Para isto, um dos caminhos era o mestrado. Para amadurecer esta ideia, fiz uma pós-graduação no curso de Letras da Unimep¹. Foi durante este período, que conheci a professora Marcia, da Unesp de Rio Claro. Para minha surpresa, ao contrário do que diziam vários de meus amigos, ela afirmava que o pesquisar deveria ter sentido na vida do estudante. Por isto, enquanto eu não ingressei oficialmente no mestrado, ela, virava e mexia, questionava-me: “Natanael, por que você quer fazer mestrado?”. Não nego, que a cada vez que ela repetia esta pergunta, eu era tomado por uma sensação de incômodo que me atingia de chofre, como uma pedrada.

Porém, este não foi o único questionamento que me atingiu e causou desconforto. Houve outra pergunta desconcertante: “Natanael, o que é uma pesquisa?”. Esta pergunta se revelou mais angustiante, pois, apesar de simples, não a respondi de maneira satisfatória. Desta maneira, estas experiências permitiram que eu percebesse o potencial de uma ou mais perguntas, pois, segundo Stevenson (2007, p.14), “fazer uma pergunta é como pôr uma pedra em movimento. Você está tranquilamente sentado no topo de uma colina, e a pedra se desloca, pondo outras em movimento [...]”. Desta forma, as palavras de Mr. Enfield para Mr. Utterson, no romance *O Médico e o Monstro*, demonstram como determinadas perguntas podem ser potencialmente transformadoras e perigosas ao provocar movimentos. E foi o que fizeram as perguntas da Marcia: colocaram-me em movimento. Assim, comecei

¹Universidade Metodista de Piracicaba

a me mover ao questionar-me: como a pesquisa faria sentido para mim se eu não tinha claro o que era “pesquisar”.

Destarte, um primeiro movimento se fez necessário: o de identificar o caminho que revelasse essa pesquisa como algo maior do que apenas o percurso para meu amadurecimento profissional, pois esta é minha primeira pesquisa. Para isto, penso que o texto deva remexer em feridas do pesquisador; a escrita deve despertar os fantasmas que tornam a existência do escritor/pesquisador angustiante em determinados momentos. Somente desta forma, a pesquisa permitirá, a meu ver, o amadurecimento do pesquisador enquanto sujeito, enquanto homem.

Desta forma, a pesquisa se apresenta como um processo de formação, de transformação do sujeito. Portanto, é necessário estar claro o que seja o ato de pesquisar. Assim, recorro às leituras de Peter Burke e Paulo Freire.

Estudar, pesquisar, estudar, pesquisar... Por muito tempo acreditei que estudar e pesquisar fossem a mesma coisa. A partir de 2012, comecei a participar do grupo de estudo *Epistemologia e Educação*, no departamento de pós-graduação em Educação da Unesp de Rio Claro e, para minha surpresa, percebi que estudar e pesquisar não eram a mesma coisa.

“Pesquisar”, palavra trivial, mas que revelou a necessidade de um aprendizado para que o entendimento deste conceito se efetivasse, pois, ao contrário do que acreditava, não possuía clareza sobre o seu significado no universo acadêmico.

A partir de uma “pesquisa”, começo apreender o que vem a ser uma pesquisa. Segundo Burke (2003, p. 48), a palavra pesquisa já era encontrada em títulos de livros do século XVI e tinha como significado “busca”. Portanto, é possível defini-la como uma busca. A partir deste resultado, outra questão se faz presente: para que servia, ou melhor, para que serve esse tipo específico de busca, qual sua serventia? Neste período, de acordo com Burke (2003, p. 49), a pesquisa servia como um meio de auxiliar a produção do conhecimento, pois se acreditava que, no século XVII, ela poderia aumentar e aperfeiçoar o conhecimento. Desta maneira, é possível compreender o conceito de “pesquisa” e sua importância para o universo acadêmico e para a humanidade.

Paulo Freire (1996, p. 29) enriquece “minha busca” ao relacionar pesquisa e educação, pois

Não há ensino sem pesquisa e pesquisa sem ensino. Esses que-fazer-se encontram um no corpo do outro. Enquanto ensino continuo buscando, reprocurando. Ensino porque busco, porque indaguei, porque indago e me indago. Pesquiso para constatar, constatando, intervenho, intervindo educo e me educo. Pesquiso para conhecer o que ainda não conheço e comunicar ou anunciar a novidade.

Mais do que apontar para a importância da relação entre pesquisa e ensino, Paulo Freire revela o sentido desta relação para a construção de um ideal de sujeito: sujeito curioso, crítico e generoso. Sujeito que, como Freire ensina e instiga, nunca deve deixar de questionar, refletir, compartilhar, intervir, educar e se educar.

Desta maneira, o pesquisar representa um caminho que exige responsabilidade, pois visa a construção de outro mundo. Quem sabe um mundo no qual se criem mais e melhores condições de dignidade e satisfação das mais diversas necessidades de um número cada vez maior de pessoas; pessoas estas que são respeitadas por suas crenças religiosas, políticas e culturais, e que, cada vez mais, respeitam aquele que partilha de valores diferentes aos seus.

Assim, estas reflexões permitem perceber que este trabalho deve ser fruto de indagações sobre problemas que geram tanto incômodo quanto um grão de areia nos olhos ou uma minúscula pedra dentro do sapato. Desconforto que faz com que a busca por soluções se faça imprescindível, tanto para a vida profissional quanto para a vida pessoal.

Esta ponderação conduz a outro aspecto de extrema importância para uma pesquisa: o de definir o problema que irá norteá-la. Este momento, o da elaboração das indagações, exige reflexão, sinceridade e coragem. Sinceridade e coragem para expor e enfrentar os fantasmas que nos assolam e a determinação e disciplina que a busca pelo conhecimento exige. Ou, de acordo com as palavras de Nietzsche (2008, p. 16): “Cada conquista, cada passo adiante no conhecimento é *consequência* da coragem, da dureza consigo, da limpeza consigo [...]”.

Certamente, este caminho possibilita uma reflexão sobre o mundo no qual vivemos e, quem sabe, reflexões que busquem criar meios para reconstruí-lo, pois, de acordo com Freire (1996, p.69), “aprender para nós é *construir*, reconstruir, *constatar para mudar*, o que não se faz sem abertura ao risco e à aventura do espírito”. Portanto, a pesquisa pode ser um meio para a construção do

conhecimento e, conseqüentemente, para se arquitetar e conceber o mundo em um formato no qual se acredite, ou, pelo menos, uma forma de se lutar por este mundo.

Hora de decidir qual direção seguir. Novamente, recorro a Paulo Freire (1983, p.11), pois em suas palavras despontam o rumo a ser trilhado neste momento, visto que “a leitura do mundo precede a leitura da palavra”. Estas palavras de Freire fazem com que meus olhos se voltem para o meu mundo, para as minhas lembranças, pois é no passado que buscarei o sentido para esta escrita. Porém, percebo não ser necessário chafurdar em um baú empoeirado, cheio de lembranças abandonadas, uma vez que a lembrança relatada abaixo é uma companheira que se faz presente desde minha infância.

“Carregadas e ameaçadoras, nuvens pretas e cinzas esmagavam as poucas e frágeis nuvens brancas que se podia avistar no céu daquela manhã. Olhar para o céu era algo assustador. As pesadas nuvens causavam a sensação de que minha vida estava sob constante ameaça, pois a qualquer momento, com a mesma facilidade com que meus pés esmagam uma barata, o céu esmagaria meu corpo, reduzindo-o a uma repugnante massa amorfa. Sensação de crescente e sufocante opressão. Por outro lado, ao olhar para o horizonte, meu olhar se encontrava com outros olhares. Olhares de crianças que também teriam sua primeira aula de natação.”

“O leitor pode imaginar que, na falta de uma maior descrição por minha parte, olhares infantis sejam olhares inofensivos. Porém, olhares infantis não são olhares inofensivos, ingênuos ou angelicais, uma vez que estes olhares infantis despertavam mais terror do que as negras nuvens e, com sarcástica e irônica maldade, massacravam e destruíam minha confiança, minha autoestima, pois eles transformavam meu corpo, corpo de criança gorda, ora em piadas que consumiam totalmente minha segurança, ora em motivo de vergonha; vergonha que deveria ocultar este disforme e monstruoso corpo de qualquer olhar. A única saída naquele momento se encontrava à minha frente: a piscina. Ela parecia ser muito maior do que era. Acredito que esta imagem se deva ao fato de eu ainda não saber nadar muito bem. Porém, por mais ameaçadora que a piscina fosse, não era tanto quanto a origem de minhas angústias: meu corpo, ou melhor, meu ‘gordo corpo’, alvo de olhares infantis, olhares cruéis e certos. Minha vontade era mergulhar na água para esconder meu corpo de olhares pungentes e zombeteiros, mas não sabia nadar direito, não aguentaria muito tempo...”

A lembrança acima permite não só dar início à leitura do mundo no qual vivo, mas refletir sobre como construímos nossas identidades. Sem perder de vista que o mundo no qual vivemos, oferece-nos inúmeras possibilidades e elementos que participam do processo de edificação de nossa identidade. Será por meio da empatia com os valores propagados por estes elementos e/ou determinados indivíduos que nos seduzem ou coagem, que construiremos nossa identidade. Por isto,

As “identidades” flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas. [...] como uma coisa que se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protege-la lutando ainda mais [...]” (BAUMANN, 2005, p.p. 19-22)

Desta forma, neste processo de construção de identidade, percebo que a forma física continua a exercer um importante papel em minha vida, pois é a partir da preocupação oriunda dela, que determino grande parte de meus comportamentos. Observo que consigo efetivar algumas condutas que desejo realizar (como praticar uma atividade física com frequência), enquanto outros comportamentos e objetivos constituem fonte de insatisfação e frustração, por exemplo, emagrecer. Desta maneira, meu comportamento faz com que eu pertença a um ou mais grupos sociais, construindo, assim, minha identidade social. A preocupação com meu corpo faz com que eu persiga determinados valores simbólicos que também contribuem para a construção da minha identidade.

Porém, ressalto que a preocupação com minha forma física, manifesta-se hoje em outro campo, pois se no passado esta perturbação manifestava-se unicamente no âmbito da estética, da beleza, atualmente ela se movimenta pela esfera da saúde, visto que hoje, uma das inquietações que assolam a paz de qualquer adulto, inclusive a minha, é a cobrança de sermos “sempre” saudáveis ou de possuímos um estilo de vida 100% saudável.

Destarte, para a nossa sociedade, a saúde possui um grande valor social, sendo que este estado de “estar saudável” é representado no corpo humano por uma imagem construída a partir de determinados valores biológicos, culturais e simbólicos. Esta afirmação pode ser reforçada a partir das inúmeras informações sobre saúde que são divulgadas pelos meios de comunicação de massa.

A partir desta rápida leitura, é possível constatar a importância do corpo não só em minha história, mas na história de qualquer sujeito que vive em nossa sociedade. Importância que pode ser identificada nas imagens do discurso da saúde que carregamos e disseminamos por meio de e em nossos corpos, como será mostrado a seguir.

A preocupação com o corpo cresce a cada dia que passa. Esta inquietação se faz presente consciente ou inconscientemente, direta ou indiretamente, explícita ou implicitamente, em vários dos discursos que produzimos, reproduzimos ou com quais nos envolvemos em nosso dia a dia. Estes discursos representam várias instituições e comunidades, das quais é possível destacar os discursos científicos, os discursos midiáticos, os discursos econômicos, os discursos políticos, os discursos do senso-comum, os discursos literários entre outros. Dentre estes, aqui nos interessam os discursos midiáticos e um tema por eles abordado com grande frequência e que encontra no corpo seu principal veículo de representação: a saúde.

Não é difícil nos depararmos com reportagens e matérias sobre este tema nos diversos meios de comunicação de massa. Se levarmos em conta a programação televisiva de um dos canais de TV de maior audiência em nosso país, a Rede Globo, veremos que esta apresenta, desde fevereiro de 2011 até os dias de hoje, o programa *Bem Estar*, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, às 10h, e é voltado exclusivamente a questões relacionadas à saúde dos telespectadores. É importante destacar que a participação de especialistas da área da saúde (médicos de especialidades referentes ao tema do dia, nutricionistas, educadores físicos, fisioterapeutas etc.) confere a este programa uma grande credibilidade, pois suas matérias contam com a autoridade proveniente dos discursos acadêmicos e científicos. Também é possível constatar a relevância atual deste tema que provocou mudanças na grade de programação das emissoras de TV, pois durante muito tempo, neste horário, reinavam os programas infantis.

O tema da saúde também marca significativa presença na mídia impressa. Por exemplo, os dois jornais de maior circulação em nosso país, *Folha de S. Paulo* e *Estadão*, apresentam as seções “*Equilíbrio e Saúde*” e “*Saúde*”, respectivamente. É importante frisar que estas seções são semanais, mas nas versões *on-line* de ambos os jornais as notícias são atualizadas diariamente.

Na seção “*Saúde*” (*Estadão*), encontramos matérias como: “A cada 2 minutos, um homem faz cirurgia plástica no Brasil” (FELIX, 2015). Esta matéria publicada pelo

Estadão revela que, em 2014, quadruplicou o número de homens que realizam cirurgias plásticas estéticas, com destaque para a redução de mamas, lipoaspiração e cirurgia de pálpebras. Entre os fatores que podem contribuir para este aumento, a matéria cita “a presença de homens mais velhos no mercado de trabalho, o aumento de expectativa de vida do brasileiro, a busca pela juventude e até a influência de relacionamentos com mulheres mais novas”.

É interessante observar que os motivos que estimulam o procedimento cirúrgico, em um primeiro momento visam a questões estéticas, mas também podem ser vistos como procedimentos que tem por objetivo resgatar características de um corpo que outrora possuía a juventude, o viço e o vigor dos corpos saudáveis. Esta leitura, que não se limita a questões estéticas e avança para o âmbito da saúde, é reforçada pelo depoimento de um dos entrevistados (29 anos) que se submeteu a uma cirurgia plástica para elevar as pálpebras. De acordo com este, “a pele era um pouco caída nas laterais do olho e isso incomodava para enxergar. Além disso, as pessoas reparavam. Como ia tomar uma anestesia geral, fiz também a lipoaspiração”. Portanto, o procedimento cirúrgico ao qual o entrevistado se submeteu apresentou bons resultados estéticos, como era de se esperar, mas também resultados que condizem com a imagem de um corpo saudável, pois a cirurgia possibilitou ao entrevistado solucionar um problema que afetava sua visão.

É possível dar continuidade a esta leitura, que visa identificar questões pertinentes ao âmbito da saúde nestes procedimentos estéticos, por meio do depoimento de um dos cirurgiões plásticos entrevistado na matéria. De acordo com o depoimento deste cirurgião, seus pacientes “percebem que (a cirurgia) não apenas ajuda na autoestima, mas na respiração, quando o paciente tem desvio do septo ou carne esponjosa. O homem tem benefício respiratório e estético”. Essas palavras revelam que a preocupação estética acaba tendo consequências que interferem na saúde do sujeito.

Da seção “*Equilíbrio e Saúde*” (*Folha de S. Paulo*), apresento o seguinte exemplo: “Para melhorar o visual, homens fazem transplante de barba” (MALTA, 2015). Esta matéria mostra como a moda e os avanços tecnológicos estimularam o crescimento do transplante de barba. Segundo um dos dermatologistas citados na matéria, “os transplantes de barba representam 1,5% do total de procedimentos de restauração capilar no mundo todo. No ano passado, eles foram responsáveis por 3,7%”. Este exemplo permite uma reflexão: por que o sujeito calvo não é visto como

um representante do corpo saudável? Essa questão se faz pertinente, pois se for pedido para qualquer indivíduo descrever a representação de uma pessoa saudável, certamente, esta será constituída por imagens de pessoas com cabelos. Desta maneira, a hipótese de aparecer a imagem de um sujeito careca é remota.

Outro exemplo, extraído da revista *Men's Health*, que será campo de investigação desta pesquisa (da qual serão analisadas 12 capas), permite um primeiro contato com as fontes do estudo. Em uma das edições analisadas, encontra-se a matéria “Músculos a jato”, que coloca o homem em um local, outrora, exclusivo da mulher: a cozinha – proporcionando, desta maneira, condições para que ocorram mudanças de comportamentos e valores no universo masculino, isto é, criando outro imaginário social no qual o homem se insere de forma muito mais frequente, transformando a cozinha em um local também de trânsito dos homens, que fazem do exercício de cozinhar uma prática à qual é atribuída um grande valor de sofisticação e requinte, permitindo que esta deixe de ter a imagem de uma trivial tarefa feminina. Assim, a revista oferece ao seu leitor a seguinte receita de lanche:

LOMBO BOVINO NO PÃO MULTIGRÃO

A carne do lombo conta com uma grande quantidade de ferro, zinco e creatina. “Todos esses nutrientes são essenciais para ajudar os músculos a crescer”, diz Paula. Além disso, o nível de gordura é baixo. Coma esse lanche 45 minutos antes de malhar para ter um upgrade no ganho de massa.

INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS

Calorias – 325

Carboidratos – 29,7 g

Proteínas – 35,3g

Gorduras totais – 7,1g

Gorduras saturadas – 2,8g

FAÇA ASSIM

1 Coloque 120 g de lombo magro para marinar em 1 colher (sopa) de molho de peixe (tem em empório) e 1 de molho de soja. Frite a carne dos dois lados e deixe dourar na frigideira entre 5 e 6 minutos. Corte em tiras finas.

2 Toste o pão e cubra as fatias com espinafre, tomate e carne. Para o molho, misture o suco de 1 limão, 1 colher (sopa) de molho de peixe, 1 colher (sopa) de molho de soja e uma pitada de açúcar.

A receita acima, de acordo com o título da matéria, propõe-se a produzir “Músculos a jato”. Ela faz parte de um cardápio de receitas presentes em uma matéria sobre os benefícios do pão para o corpo quando combinado com os recheios certos. A Paula, citada na receita, é Paula Castilho, nutricionista da *Sabor*

Integral Consultoria em Nutrição de São Paulo, o que é informado no início do texto. Uma das possíveis leituras desta matéria é a de que esta receita funciona como uma fórmula que contribui para o desenvolvimento de seus músculos em curto período de tempo e, conseqüentemente, para sua saúde, pois um corpo musculoso, na maioria das vezes, é visto como a imagem de alguém que cuida de sua saúde. Esta leitura, que relaciona a matéria à saúde, é reforçada e comprovada pela receita que utiliza uma carne rica em ferro e zinco pela escolha de ingredientes como o pão multigrão e o espinafre, pela baixa quantidade de calorias e gorduras presentes no lanche (conforme as informações nutricionais apresentadas) e pela ausência de ingredientes como a maionese, bacon, ovo frito ou queijo derretido – ingredientes estes que habitam a maioria das imagens e representações de lanches.

Desta forma, se hoje, um corpo musculoso é sinônimo de beleza, concomitantemente, ele também pode ser considerado como a imagem adequada que se espera de um sujeito saudável, porque se pressupõe que a imagem de um corpo musculoso seja a representação de um indivíduo que cuida de sua saúde. E não se pode ignorar que a alimentação é um item fundamental para a construção deste ideal corporal, forte e saudável, pois o tipo de regime alimentar que um sujeito adota irá refletir em sua saúde e na sua imagem corporal, assim como a saúde também fará do corpo o seu espelho. Portanto, esta matéria se relaciona à saúde masculina e não só à beleza, como pode parecer em uma primeira leitura.

Aliás, como contraponto, podemos tomar a imagem de uma pessoa doente. Certamente, para a maioria das pessoas, a imagem que se terá, possivelmente, será de um indivíduo magro e que não transmite nenhum sinal de vitalidade. Entretanto, é importante perceber que este corpo não apresenta os músculos que esta magreza poderia revelar. O mesmo vale para as dietas, pois uma pessoa que só come alimentos ricos em gorduras (como pasteis, sanduíches, refrigerantes, doces etc.), ingere álcool em excesso e deixa de ingerir alimentos ricos em fibras, vitaminas e outros nutrientes que colaboram para a promoção da saúde, certamente não será a pessoa que terá o aspecto físico mais indicado para representar a imagem de uma pessoa saudável. É importante registrar que há exceções entre as pessoas que seguem esta dieta não saudável, porém, a maioria das pessoas não se enquadra entre as exceções.

Os exemplos apresentados até agora revelam dois aspectos: primeiro, o de que os cuidados com a saúde constituem uma das principais preocupações² do homem (e também da mulher) nos dias de hoje; segundo, o de que o discurso da saúde pode fazer uso de outros discursos para sua constituição, como o discurso científico, o discurso médico, o discurso nutricional, o discurso gastronômico, o discurso das práticas físicas, o discurso estético. Esta última observação permite perceber que o estudo dos discursos pode não ser algo tão simples quanto parece em um primeiro momento, pois de acordo com Bakhtin (2010, p. 262),

A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo.

A partir desta explicação de Bakhtin sobre a diversidade dos gêneros do discurso, é possível entender que a receita de sanduíche com lombo bovino, presente na matéria “Músculos a jato”, pode ser lida como a representação de um discurso que pode pertencer ao campo da saúde, como é o objetivo da revista, mas que também pode ser identificado como um discurso pertencente a outros gêneros. Isto porque ele é construído a partir do uso de vários discursos (neste exemplo, os discursos pertencentes ao gênero da alimentação e da estética). É o uso destes discursos que possibilita outras leituras, nas quais, muitas vezes, o aspecto primordial da matéria, a promoção da saúde, é imbricado, ocultado ou encoberto pelos demais discursos, oriundos das áreas da estética, da gastronomia, da nutrição; todos voltados, no caso desta matéria, à preocupação com o ganho de músculos. Preocupação esta que, como já demonstrado, pode ser relacionada à saúde.

Esta observação remete a uma situação que aparece de maneira recorrente durante esta pesquisa: qual a importância dos discursos da beleza para a construção dos discursos da saúde? Esta questão se faz necessária, pois foi ela que despertou meu interesse pela revista *Men's Health*, visto que, sempre me pareceu que a preocupação maior desta revista era com a beleza e não com a saúde. Desta

² Pesquisa publicada pelo Datafolha no fim de novembro de 2015 revelou que a saúde é a segunda maior preocupação dos brasileiros (G1, 2015).

maneira, no decorrer desta pesquisa, responderei a esta questão por meio da análise de como o discurso de saúde da *Men's Health* é construído.

Outra observação que os exemplos acima possibilitam apresentar é a de perceber o homem circulando por espaços que outrora eram espaços exclusivos das mulheres, tais como a cozinha, as clínicas estéticas e também adotando práticas que não eram tão comuns ao universo masculino, como as cirurgias plásticas.

Estas observações revelam que, ao se pensar em saúde, é possível não limitar este pensamento à existência de doenças nem a espaços como hospitais, camas de doentes ou a tratamentos à base de remédios e de dietas constituídas por alimentos insossos, mas perceber que quando os discursos da saúde fazem uso de outros discursos para sua construção, eles podem apresentar outras prescrições nas quais o remédio não é o principal elemento do tratamento. Da mesma forma, os médicos e determinados espaços, como consultórios e/ou hospitais, deixam de ser protagonistas, possibilitando, por exemplo, que entrem em cena nutricionistas e/ou professores de educação física, ocupando cenários como academias de ginástica, parques, praias e outros espaços.

Dos discursos que são incorporados pelo gênero de discurso da saúde pela revista *Men's Health*, destaco os que são oriundos do âmbito da beleza, da atividade física e da alimentação, pois foram estes discursos que despertaram minha atenção durante as leituras realizadas. Sendo assim, ao se pensar em saúde, é possível refletir também sobre valores estéticos, que se servem de procedimentos como cirurgias plásticas, atividades físicas ou regimes alimentares (o que, como uma “bola de neve”, possibilita incluir outros discursos nesta reflexão). É esta característica que permite relacionar tratamentos e procedimentos médicos e científicos a discursos que, muitas vezes, não são exclusivos do campo da saúde, mas que contribuem para aumentar a credibilidade, o espaço e a importância de um determinado imaginário da saúde.

Aqui, é importante esclarecer qual o conceito de “imaginário” utilizado nesta pesquisa. Desta forma, o conceito de “imaginário” aqui adotado é o de Ester Díaz, que afirma:

Um imaginário coletivo se constitui a partir dos discursos, práticas sociais e dos valores que circulam em uma sociedade. O imaginário atua como regulador de condutas (por adesão ou rejeição). Se trata de um dispositivo móvel, e esmagador que produz a materialidade. É

dizer, produz efeitos concretos sobre os sujeitos e sua vida, assim como sobre as relações humanas (DIAZ, 1996, p. 11)³

Assim, Díaz esclarece que o imaginário é o resultado de discursos, práticas sociais e valores que circulam e que interferem na vida individual e coletiva de uma sociedade. São estas características, por meio das quais o imaginário se edifica, que tornam relevante este conceito, pois a imagem de saúde proposta pela *Men's Health* é construída com base em um discurso que regula as condutas sociais, por meio de rotinas e valores por ela disseminados e que transformam o quadro social.

Para ilustrar esta ideia, retomo a observação na qual os homens, visando aspectos relacionados à saúde e à estética, passam a se servir de cirurgias plásticas, procedimento este que, algumas décadas atrás, tinha como principais clientes um público formado por mulheres. Desta maneira, determinados espaços e comportamentos que resultavam de valores e práticas exclusivas do universo feminino o deixam de ser, pois, desde os anos 1990, cada vez mais

os homens sentem-se incentivados a expressar melhor sua sensibilidade, deixando os medos, a vaidade e outros sentimentos apresentarem-se sem receio de serem discriminados como menos masculinos". (GARBOGGINI, 2005, p. 102)

Por outro lado, é possível ver um número cada vez maior de mulheres em salas de musculação realizando treinamentos com halteres cada vez mais pesados e também fazendo uso de suplementos alimentares, como o *Whey Protein*, que, provavelmente, seja mais utilizado pelos homens, pois o objetivo deste suplemento é o de proporcionar o aumento da massa muscular.

Por fim, estes exemplos permitem constatar a existência de um crescente mercado que atende a todos que se preocupam em se tornarem mais saudáveis, não importa se mulheres ou homens. Porém, vale ressaltar que os exemplos acima também revelam que este mercado pode oferecer produtos diversificados que atendem a diversos estratos sociais. No caso da revista *Men's Health*, seu exemplo revela que a matéria, assim como a revista, tem como público alvo pessoas que

³ Un imaginario colectivo se constituye a partir de los discursos, las prácticas sociales y los valores que circulan en una sociedad. El imaginario actúa como regulador de conductas (por adhesión o rechazo). Se trata de un dispositivo móvil, cambiante, impreciso y contundente a la vez, produce materialidad. Es decir, produce efectos concretos sobre los sujetos y su vida de relación, así como sobre las realizaciones humanas en general. (DIAZ, 1996, p. 11)

pertencem a um estrato social com certo poder de compra, pois não é qualquer pessoa que pode consumir diariamente um lanche de lombo bovino no pão multigrão, devido ao custo deste lanche e também ao tempo que é necessário para prepará-lo. Também é preciso levar em conta que procedimentos como cirurgias plásticas, mesmo estando mais acessíveis para grande parte da população brasileira, ainda possuem um alto custo.

Após a apresentação das leituras oriundas destes exemplos, é possível ratificar que os discursos da saúde muitas vezes possibilitam leituras que não só identificam outros discursos que não os da saúde, como permitem que estes discursos sobressaiam-se ao da saúde. Isto porque, como demonstrou Bakhtin (2010, pp. 261-269) em seus estudos sobre os gêneros do discurso, estes discursos podem ser constituídos por enunciados pertencentes a diversos gêneros de discurso. É isso que permite que um determinado discurso incorpore em sua construção discursos oriundos de outros gêneros.

Desta maneira, o objetivo desta pesquisa é identificar como são construídos os discursos da saúde a partir de um imaginário de corpo saudável presente em nossa sociedade, tendo como campo de observação a revista *Men's Health*, da qual serão selecionadas as capas que cobrem o período de Julho de 2013 a Junho de 2014.

Objetivo definido, é necessário esclarecer qual a relação entre a área da educação e uma pesquisa que faz uso da mídia impressa para revelar como os discursos de corpo saudável são construídos. Para esclarecer essa relação, primeiro, é preciso apresentar a definição de educação aqui utilizada. Portanto, de acordo com as ideias de Cambi (1999, p. 24) a educação não se limita ao aprendizado escolar, mas a todos os saberes que moldam as práticas sociais. Desta forma, os saberes oriundos das representações de corpo saudável e a promoção e divulgação destes saberes através dos meios de comunicação promovem um tipo de conhecimento oriundo de valores simbólicos, que influencia o comportamento dos indivíduos e sua forma de se relacionar em sociedade. Isto é, a partir do momento em que o indivíduo apreende esses saberes ele se torna um "sujeito educador", pois a partir das formas com as quais se apresenta socialmente ele divulga valores e comportamentos que interferem na maneira como as pessoas agem e interagem em seu meio social.

Assim, é importante explorar um pouco mais a relação entre o corpo (a saúde humana se apresenta nele) e a educação; além do papel dos meios de comunicação como mediadores dessa relação.

Início estabelecendo uma relação entre o corpo e a educação. A importância do corpo para a educação já era presente na obra de Platão, pois este iniciou uma tradição na qual:

Educar um ser humano é cuidar dele; portanto o processo educativo começa antes mesmo do nascimento, com os cuidados pré-natais, e após o nascimento o primeiro ato educativo é a nutrição do bebê. O cuidado com o corpo, portanto está na origem de toda a educação. Quando as crianças já estão maiores, começam a conhecer seu corpo por meio da ginástica. A primeira educação é sobretudo física. A ginástica, portanto, teria a dupla função de fortalecer o corpo e garantir seu conhecimento. (GALLO, 2006, p. 16)

Desta forma, Gallo aponta para a importância do corpo para a educação no pensamento de Platão. Destaco a atenção que Platão dá ao corpo antes mesmo de seu primeiro suspiro de vida, pois os cuidados com qualquer bebê antecedem o nascimento deste, visto que durante a gestação, a mulher já deve cuidar do “corpo” que se desenvolve em seu ventre. Outro ponto que chama a atenção na citação acima, é o da importância da ginástica, pois para Platão, além de fortalecer o corpo, ela é um “instrumento educativo”, já que ela permite que se desenvolva uma maior consciência e conhecimento do corpo. Concomitantemente, todo cuidado com o corpo contribui para o fortalecimento da saúde deste.

Após essa breve reflexão sobre a relação entre o corpo e a educação, faz-se necessária uma rápida digressão sobre a importância dos meios de comunicação para a educação.

Os meios de comunicação, principalmente os de comunicação de massa, a cada dia que passa, aumentam sua presença na rotina das pessoas, com destaque não só para a televisão, mas também para o crescente papel da internet no dia a dia das pessoas, principalmente por meio dos celulares que possibilitam o acesso à internet e, geralmente, possibilitam ao indivíduo acessar o conteúdo disseminado por outras mídias. Desta maneira, os meios de comunicação possuem, cada vez mais, uma maior participação e responsabilidade na construção dos imaginários sociais e, conseqüentemente, uma interferência maior na forma como influenciam o

comportamento dos indivíduos, participando da educação destes por meio dos valores propagados a partir das representações e imaginários que constroem, pois

Desde a imprensa de massa (jornais políticos, jornais esportivos, mimeógrafos, quadrinhos etc.) até o cinema, desde o rádio até o disco e a televisão, foi posto em movimento um processo de produção de mitos e de visões do mundo que alimentou a fantasia das massas e vinculou suas ideias e comportamentos. Os *mass media* foram verdadeiros e próprios educadores, informais, até ocultos, mas educadores de primeiro plano, que se tornaram potentíssimos através do meio televisivo. (CAMBI, 1999, pp. 630-631)

Assim, por meio de Cambi, é legitimada a importância que atribuo aos meios de comunicação de massa para a educação, pois a partir dos imaginários por eles divulgados, as mídias possuem uma grande capacidade de interferir na maneira de ser dos indivíduos e no formato da sociedade. Esta ideia é reforçada quando se observa que uma das lógicas de atuação da mídia é a simbólica, responsável pela “maneira pela qual os indivíduos regulam as trocas sociais, constroem as representações dos valores e subjazem a suas práticas, criando e manipulando signos e, por conseguinte, produzindo sentido” (CHARAUDEAU, 2013, p. 16).

Lembro que formulo o objetivo desta pesquisa a partir das reflexões sobre um ideal de corpo saudável presente na maioria dos discursos de saúde disseminados pelos meios de comunicação de massa. Ideal de corpo saudável que continuo, de maneira frustrada, a perseguir, muitas vezes, seguindo os conhecimentos que encontro nos meios de comunicação de massa e me orientando pelo imaginário por eles divulgado. Mas, certamente, não sou o único, pois os meios de comunicação de massa muitas vezes são os principais meios pelos quais a maioria da população tem acesso às mais diversas informações. A próxima citação ilustra essa presença e responsabilidade da mídia. Desta forma,

fala-se pouco sobre sermos o segundo país no ranking de cirurgias plásticas e discute-se pouco o padrão de beleza [...] Longe de mim criticar botox, lipo, ou dieta alimentar. Cada um sabe o que é melhor para si. Mas e quando as três lipos não bastam? E quando o implante sai pior que o soneto? E quando você abre mão da sua vida social, se isola cada vez mais, porque sua vida virou uma dieta que vai muito além da busca da saúde? [...] Lembro que, no começo da moda de blogueiras fitness, uma delas postava imagens de modelos maravilhosas, como Izabel Goulart ou Gisele Bündchen, com legenda: “já vomitou seu chocolate hoje?” Como repórter, foi impossível não me deixar tocar pelo que ela chamou de

“brincadeira”, sem pensar nas adolescentes que a seguiam. Adolescentes que aprendem que o importante não é ser feliz, mas ser magra. (NEUSTEIN, 2016)

A blogueira Marilia Neustein inicia seu texto acima falando de beleza. Em determinado momento, o tema da saúde se faz presente e, por fim, fica clara a responsabilidade da mídia como meio educador ao disseminar valores que passam a orientar o comportamento de um determinado público.

Verificada a relação entre os meios de comunicação com a esfera da Educação, retomo o tema da saúde por meio das palavras do então ministro da Educação do governo Fernando Henrique Cardoso, Paulo Renato:

É com alegria que colocamos em suas mãos os Parâmetros Curriculares Nacionais referentes às quatro primeiras séries da Educação Fundamental. Nosso objetivo é auxiliá-lo na execução de seu trabalho, compartilhando seu esforço diário de fazer com que as crianças dominem os conhecimentos de que necessitam para crescerem como cidadãos plenamente reconhecidos e conscientes de seu papel em nossa sociedade. Sabemos que isto só será alcançado se oferecermos à criança brasileira pleno acesso aos recursos culturais relevantes para a conquista de sua cidadania. Tais recursos incluem tanto os domínios do saber tradicionalmente presentes no trabalho escolar quanto as preocupações contemporâneas com o meio ambiente, com a saúde, com a sexualidade e com as questões éticas relativas à igualdade de direitos, à dignidade do ser humano e à solidariedade. [...]

O ministro da Educação Paulo Renato, em texto voltado aos professores no início dos Parâmetros Curriculares Nacionais, apresenta o tema da saúde, entre outros temas, como um assunto que não somente deve ser tratado pela escola, mas como uma das questões contemporâneas fundamentais à cidadania. Neto (2010, p. 59) ressalta que

Esses temas, presentes na realidade dos brasileiros, devem ser referências constantes na prática escolar dos alunos de ensino fundamental e médio. A proposta é estabelecerlos como objetivos finais, que serão tratados em todas as disciplinas, aproximando-as do cotidiano dos alunos, para que se evite, de alguma forma, o distanciamento entre os conhecimentos apresentados pelo professor e a expectativa e a necessidade dos alunos.

As expectativas e necessidades dos alunos justificam a urgência de pesquisas como essa, pois verifico que a saúde, a partir do imaginário analisado por essa pesquisa, faz-se presente no cotidiano da sala de aula. Para ilustrar essa afirmação, declaro que é frequente a curiosidade e a preocupação de meus alunos em saber como eles podem “possuir” um corpo igual aos que verifico nas capas da *Men's Health*, isto é: magro, forte e belo. Observo que, mesmo minha disciplina sendo História, desde o ano de 2007, esta dúvida se faz presente de forma rotineira em minhas aulas. Assim, justifico a presença dessa pesquisa na área da educação e sua importância para o desenvolvimento de um pensamento crítico.

1 SOBRE O PERCURSO DA PESQUISA

Esta pesquisa, qualitativa, é do tipo exploratória. Meu objetivo é o de identificar como o discurso da saúde presente na revista *Men's Health* é construído, pois se por um lado a revista é uma publicação voltada para a saúde, como indica o seu nome, por outro, ela parece ser uma publicação voltada a promover a beleza masculina, como pode sugerir uma leitura de suas capas.

Para isto, primeiro, será apresentada a revista. Segundo, será necessário investigar e determinar qual será o conceito de saúde aqui utilizado, sendo que o ponto de partida é a definição de saúde oriunda do senso-comum, isto é: saúde é a ausência de doenças. O terceiro passo será entender, por meio da utilização das ideias contidas no livro “Discurso das Mídias”, de Patrick Charaudeau, como as mídias constroem o seu discurso. Somente após estas etapas é que será feita uma leitura que terá como foco principal os discursos presentes nas capas da revista *Men's Health*; entretanto, algumas matérias também serão utilizadas. Nestas leituras serão analisadas as imagens, o texto e, por último, o nome e o slogan da revista. Após este percurso serão apresentadas as conclusões resultantes deste trabalho. Observo que a versão final passará por uma revisão ortográfica.

O recorte cronológico foi estabelecido a partir das conversas e discussões com minha orientadora, que resultaram na decisão de trabalhar com a revista *Men's Health*. A partir deste momento, adquiri os exemplares referentes ao período estabelecido (julho de 2013 a junho de 2014).

A decisão de trabalhar com os doze exemplares que compõem este período se deve ao fato de que, desta forma, é possível reconhecer o que significa o conceito de saúde para esta publicação, como ele é construído, além de perceber se há modificações deste discurso, representado pela imagem de corpo saudável, durante o período de um ano.

O principal motivo que estimulou a escolha desta publicação é o nome da revista *Men's Health*, que traduzido para o português seria: “Saúde Masculina” ou “Saúde dos Homens”. Desta forma, se for considerado que uma das funções do nome de qualquer revista é a de que o leitor identifique o tema ou o assunto principal por ela abordado, pode-se reconhecer a revista *Men's Health*, por meio de seu nome, como uma revista voltada para o campo da saúde. Isto é, seu foco é a saúde. Neste caso, a saúde do homem, é bom registrar.

A opção pela prioridade conferida às análises das capas, deve-se ao fato de que estas apresentam ao leitor uma síntese do conteúdo de cada edição. Além do que, elas podem ser vistas como documentos históricos, pois

a história nova ampliou o campo de documento histórico; ela substituiu a história de Langlois e Seignobos, fundada essencialmente nos textos, no documento escrito, por uma história baseada numa multiplicidade de documentos: escritos de todos os tipos, documentos figurados, produtos de escavações arqueológicas, documentos orais, etc. Uma estatística, uma curva de preços, uma fotografia, um filme, ou, para um passado mais distante, um pólen fóssil, um ex-voto são, para a história nova, documentos de primeira ordem. (LE GOFF, 2005, p.p. 36-37)

Desta forma, reconheço a revista *Men's Health*, e suas capas em especial, como um documento que contempla minhas duas formações: publicidade – principalmente pelo uso de imagens –, e história, pelo que os textos revelam e/ou ocultam (considero que o “texto” não é formado apenas por palavras, mas também por imagens). E retomando a ideia de “leitura do mundo” de Paulo Freire (1983), é a minha formação que torna exequível as leituras que apresento no decorrer desta pesquisa. Assim, direciono-as para estas duas linguagens: uma, focada nas imagens (que visa analisar as fotografias que fazem parte da composição das capas) e a outra, baseada no texto verbal.

Estas escolhas permitem apresentar duas percepções. Na primeira, dedico uma maior atenção à linguagem fotográfica, isto explica o maior espaço destinado à análise das imagens (acredito que minha formação em publicidade possa ter contribuído para esta conduta que adotei em relação às imagens). A segunda percepção foi a de que as capas podem ser reconhecidas como hipertextos. Este reconhecimento aumenta o leque de leituras possíveis. Diferente da primeira percepção, esta não é provocada a partir de vínculos emocionais, mas formulada a partir de leituras de textos acadêmicos; logo, como este texto é um texto acadêmico, acredito que esta percepção mereça um pouco mais de atenção.

Desta forma, ao se reconhecer as capas da *Men's Wealth* como hipertextos, criam-se condições para que suas imagens possam ser relacionadas a várias das matérias anunciadas em suas capas e não unicamente à matéria de capa. É esta característica que remete à ideia de hipertexto e potencializa a possibilidade de as capas despertarem a atenção de leitores que se diferenciam pelo tema de interesse,

que podem ser constituídos por diversos enunciados, como o da saúde, o da forma física, o da alimentação, sobre carreira etc. Assim, as imagens possuem uma responsabilidade muito grande, pois elas possuem um grande potencial de despertar o interesse pela leitura da revista e, posteriormente, “permitem” que o leitor decida a partir de qual dos diversos textos presentes nas capas dará continuidade à sua leitura.

É esta característica de utilizar mais de uma linguagem, que permite que as capas da *Men's Health* possam ser reconhecidas como multimodais, isto é, como “textos que lidam com diversas linguagens” (COSCARELLI, 2009, p.552). Neste caso, a palavra escrita e a fotografia.

Aqui cabe registrar que, ao contrário do que muitas vezes se pensa, os textos multimodais não são exclusivos do ambiente da internet, pois:

a multimodalidade é, há muitos anos, parte de nossos textos, como no cinema, nas revistas, jornais, cartazes, convites, cartões, livros ilustrados, entre outros. Talvez a diferença seja a de ser mais fácil as pessoas também produzirem esses textos multimodais, que podem ser impressos ou disponibilizados na Internet (sites, Orkut, Youtube, blogs, entre outros). (COSCARELLI, 2009, p.p.552-553).

Portanto, primeiro, como dito acima, textos multimodais não são exclusivos do ambiente virtual. O que ocorre é que este ambiente oferece uma maior facilidade de torná-los públicos. Segundo, apesar de diversos autores considerarem apenas os textos presentes na internet como hipertextos, há autores que divergem deste posicionamento e afirmam que é essa qualidade de multimodal que permite a capa de uma revista ser reconhecida como um hipertexto, pois

Uma definição possível de hipertexto é a de que hipertextos são textos não lineares que oferecem links ou elos de ligação para outros textos, que podem inclusive ser imagens, gráficos, vídeos, animações, sons. [...] Além disso, podemos entender que os links possam ser de vários tipos como notas de pé-de-página, citações, referências a outros textos e vozes, além de ícones, palavras azuis grifadas, entre outras convenções para indicar links no texto digital (COSCARELLI, 2009, p.p.554).

Como exemplifica Coscarelli, uma citação pode ser considerada um hipertexto, pois ela quebra uma leitura linear. Isso justifica o reconhecimento da mídia impressa como um hipertexto e explica por que não há nenhuma garantia de

que o leitor irá seguir a orientação de leitura presente nas capas, pois o que irá ditar o percurso de leitura que o leitor realizará serão seus interesses e não a sugestão (ou “imposição”) da revista. Desta forma, acredita-se que o leitor possua certa autonomia, pois pode escolher o que ler primeiro, ou mesmo não ler, e não, simplesmente, consumir o que lhe é oferecido. Aliás, Coscarelli apresenta o leitor como um co-produtor. Mas é importante registrar que este papel atribuído ao leitor de “co-produtor” é passível de críticas (apesar de que lhe confere certa autonomia), pois

uma formulação parcial tem sido recorrente no campo dos estudos dos fenômenos da comunicação: a afirmação de que a democratização dos *mass media* perpassa a possibilidade de intervenção ativa do receptor. Isso se refere aos momentos em que ele pode fazer escolhas, mudar de canal, ter autonomia diante de um leque de opções. [...] Entretanto, a possibilidade de interagir com o meio não implica, necessariamente, mudança qualitativa do padrão estético da mensagem e autonomia da audiência. [...] A suposta interatividade da audiência corresponde, quase sempre, a uma forma de reforço das normas sociais. (COSTA, 2002, p.113)

Desta forma, Costa chama a atenção para o fato de que a “autonomia” do leitor, resultante da possibilidade de ele interagir com a mídia, pode surtir efeito contrário do que se espera de um leitor crítico, pois este, em vez de questionar e/ou avaliar com discernimento uma matéria, pode, muitas vezes, reforçar e reproduzir sem criticidade nenhuma os discursos propagados pela mídia.

Portanto, o fato de as capas da revista serem avaliadas como hipertextos, não implica, necessariamente, que a revista terá um leitor crítico e autônomo.

Agora, retomo as observações sobre a linguagem fotográfica. Assim, ao fazer alusão às imagens presentes nas capas, refiro-me principalmente ao corpo masculino (que em todas as capas ocupa grande área). Vale lembrar que também há a imagem do corpo feminino presente em todas as edições, mas em tamanho bem menor que a imagem masculina. Esta observação é importante, pois quando me refiro às imagens do corpo, tanto o masculino quanto o feminino, não estou me referindo à reprodução de imagens naturais, mas à reprodução de um suporte no qual o homem inscreve sua cultura, pois

na disciplina histórica reinou por muito tempo a ideia de que o corpo pertencia à natureza, e não à cultura. Ora o corpo tem uma história.

Faz parte dela. E até a constitui, assim como as estruturas econômicas e sociais ou as representações mentais, das quais ele é, de certa maneira, o produto e o agente (LE GOFF; TRUONG, 2012, p. 16)

Destarte, as capas das revistas permitirão leituras históricas e culturais do corpo, pois nelas ele é visto mais como um constructo cultural do que algo apenas natural. Assim, a imagem do corpo, neste caso do corpo saudável, faz deste um documento que retrata os valores de nossa época.

1.1 O foco do estudo

Para identificar como os discursos sobre saúde são construídos farei uma apresentação, como já foi dito, das capas da revista *Men's Health* (doravante MH) correspondentes aos meses selecionados.

Como também já foi esclarecido, a opção por esta revista é decorrente de seu nome, que traduzido para o português seria “Saúde Masculina” ou “Saúde dos Homens”, nome que induz a um entendimento de que esta publicação é voltada para questões relacionadas prioritariamente ao campo da saúde masculina.

Outro aspecto que inspirou a escolha desta revista foi sua abrangência geográfica. A MH é publicada em 45 países. Isto permite refletir sobre a importância desta publicação para a sustentação do imaginário social masculino. Imaginário este que influencia a forma como as pessoas se comportam e se relacionam consigo mesmas e em sociedade, além de criar representações culturais de ideais de valores e de condutas que se transformam em padrões de comportamento.

A informação encontrada no site da revista MH, publicado pela Editora Abril Online (<http://publicidade.abril.com.br/marcas/42/revista/informacoes-gerais>, 09 jul 2015), afirma que desde o seu lançamento, em maio de 2006, a revista MH é a segunda maior revista masculina brasileira - perdendo apenas para a Playboy - corrobora a reflexão acima sobre o potencial de participação da revista na criação de um determinado imaginário sobre a saúde. Apesar de seu sucesso editorial, a MH deixou de fazer parte do portfólio da Editora Abril no transcorrer desta pesquisa (COMUNIQUE-SE, 2015).

A MH foi criada nos Estados Unidos, em 1987. Depois de 19 anos, no ano de 2006, a Editora Abril passou a publicá-la no Brasil. A publicação apresenta as seguintes características técnicas em sua confecção:

Capa: Couchê A 150 g/m²

Miolo: LWC A OffSet 57 g/m²

Formato final: 208x274 mm

Lombada: quadrada

Periodicidade: mensal

As edições aqui analisadas possuem cerca de 138 páginas cada uma, e o preço de cada edição é de R\$ 14,00 (preço válido para o período analisado).

Em relação aos leitores, a grande maioria possui idade entre 25 e 34 anos (36%); 20% são da classe A e 60% da classe B; e 56% são da região sudeste, conforme nos mostra o site da revista. Estes dados permitem a seguinte leitura: a maioria dos leitores da revista vive em uma das regiões mais prósperas do país, possui condições de ter tido, ou de ter, uma boa formação e está em um importante momento de sua vida profissional, pois, provavelmente, é um público jovem ou adulto que vive um período no qual busca concretizar suas ambições profissionais e, conseqüentemente, a conquista de uma independência financeira que possibilite autonomia para a realização dos mais diversos sonhos.

Desta forma, a partir dessa leitura, é construída a hipótese de que estes leitores possuem condições e capacidade intelectual, física, financeira e motivacional para viabilizar a maioria de suas aspirações profissionais e pessoais. E, nesse sentido, a MH pode contribuir para a ascensão pessoal e profissional de seus leitores, pois como será visto, a revista também apresenta, por exemplo, matérias sobre carreira, moda, como fazer sucesso com as mulheres entre outros assuntos. Sem esquecer, é claro, de que a revista tem a saúde masculina como seu principal foco.

Esta interpretação se fortalece a partir de uma apresentação do slogan da revista: “Viver melhor é fácil”. Este slogan revela um dos objetivos da MH: contribuir para que o leitor viva melhor e de uma maneira fácil, sem grandes esforços.

Os números referentes à tiragem, assinaturas e número de leitores revelam que está ocorrendo uma mudança no comportamento dos homens. Até pouco tempo atrás, provavelmente, as revistas que prescreviam dietas, regimes, treinamentos físicos e cuidados com a aparência eram destinadas, na maioria das vezes, ao universo feminino. Para demonstrar o crescimento do interesse dos leitores masculinos por estes assuntos, basta observar a tabela abaixo, que faz uma comparação entre a *Men's Health* e a revista *Women's Health* (sua versão feminina):

Tabela 1: tiragem das revistas MH e WH

<i>Men's Health</i>	<i>Women's Health</i>
Tiragem: 108.884	Tiragem: 85.449
Assinaturas: 51.166	Assinaturas: 36.004
Avulsas: 18.040	Avulsas: 18.783
Circulação Líquida: 69.206	Circulação Líquida: 54.787
Fonte: IVC Out/2014	Fonte: IVC Out/2014
Total de Leitores: 294.50	Total de Leitores: 135.881
Fonte: Projeção Brasil de Leitores consolidado 2013	Fonte: Projeção Brasil de Leitores consolidado 2013

Fonte: Site da Editora Abril Online, 2015

Os números acima revelam e comprovam que, como já foi dito, a demanda por publicações para cuidados com a saúde e com o corpo não são exclusivas do público feminino. Pelo contrário, ao comparar os resultados de cada item acima, é possível perceber que eles sempre são maiores no lado masculino da tabela.

Isto permite levantar a hipótese da disposição dos homens em aumentar o cuidado com o seu corpo. Hipótese esta confirmada com o surgimento, há pouco tempo, do gênero metrosssexual, para os quais, David Beckham

com sua virilidade e o seu estilo fashion impecável, foi o ícone absoluto do movimento. O jogador mostrou que, sim, o homem pode usar cremes, cabelo moicano e roupas de designers, e ser muito, mas muito masculino, mesmo usando uma bolsa Louis Vuitton (GRIMBERG, 09, jan 2016)

Desta maneira, os metrosssexuais permitiram que o homem moderno passasse a transitar pelos espaços destinados à vaidade. Vale registrar que os metrosssexuais passaram a dividir espaço com os “spornsexuais”, que ganharam destaque durante a Copa do Mundo de Futebol de 2014, como homens que cultuam uma barriga definida, estilo “tanquinho”, e tatuagens. Porém, há outro estilo que também está disputando a atenção dos homens: trata-se dos “lumbersexuais”. Segundo o Belley (09 jan 2016),

A expressão vem da união das palavras *lumberjack* (lenhador em inglês) e *sexual*, e se refere a homens que usam camisa xadrez, coturnos, sobreposições e que, apesar de não parecer vaidosos, se cuidam. “Estamos falando de um homem *sexy*, que mesmo não sendo *metrosexual*, tem cada aspecto do seu visual muito bem pensado”

Estes estilos revelam os cuidados que o homem passou a ter com seu corpo e com sua aparência. É inquestionável que estes cuidados não só lhes permitem transitar por espaços que outrora eram exclusivos das mulheres, mas também adotar práticas e comportamentos que acabam interferindo em sua saúde.

Em sintonia com este momento, no qual o homem olha com mais cuidado e zelo para seu corpo e para sua saúde, a MH oferece a seus leitores várias seções que atendem a esta demanda masculina. Desta forma, a revista é composta pelas seguintes seções: “Cabeça de Homem”, “Cuidados Pessoais”, “Estilo”, “*Fitness*”, “Nutrição”, “Saúde” e “Sexo”. Ao observar as seções que a revista oferece ao seu leitor é possível perceber que o cuidado com a saúde masculina não é a única preocupação da MH – como induz o significado de seu nome em um primeiro momento –, pois suas seções visam a atender não só as necessidades e demandas do corpo, mas também a suprir as idiosincrasias do sujeito. Demandas e necessidades que podem ser biológicas (presentes nas seguintes seções “Cuidados Pessoais”, “*Fitness*”, “Nutrição”, “Saúde” e “Sexo”) e/ou culturais (representadas pelas seções “Cabeça de Homem”, “Cuidados Pessoais”, “*Fitness*”, “Nutrição”, “Saúde” e “Sexo”). São a estas demandas culturais que o sujeito responde de forma idiosincrática.

A divisão por temas que contemplam aspectos biológicos e culturais corrobora a ideia de como pode ser complexa e difícil a tarefa de identificar qual discurso é disseminado pela revista, pois se percebe, a partir da presença das seções, que o discurso da saúde não é o único discurso presente na revista. Esta análise resgata a seguinte questão: o discurso orientado para a área da saúde seria construído com a contribuição de outros discursos, tais como o da beleza e/ou da alimentação? Isto é, há outros discursos que participam desta construção? Se a resposta for positiva, quais são estes discursos e o que significa saúde para a MH?

Para avaliar e explorar a pertinência destes questionamentos é oportuno realizar a leitura da seguinte página da revista MH:

Fig. 1: seção Fitness, Men's Health

Fitness

POR
CESAR
CANDIDO
DOS SANTOS

ESQUENTE PARA GANHAR MÚSCULOS

Aquecer no início do treino aumenta sua força e diminui o risco de lesões

52 JUNHO 2013 www.MensHealth.com.br

VOCÊ JÁ DEVE TER OUVIDO QUE NÃO É LEGAL PISAR FUNDO NO ACELERADOR LOGO QUE LIGA O CARRO, PRINCIPALMENTE NO FRIO. MOTIVO: SEU VEÍCULO TEM MELHOR DESEMPENHO E SOFRE MENOS DESGASTE DEPOIS QUE O MOTOR E OUTROS COMPONENTES ESQUENTAM E ATINGEM A TEMPERATURA IDEAL DE TRABALHO. O MESMO VALE PARA SEU CORPO NA HORA DE FAZER ATIVIDADES FÍSICAS. Segundo o treinador americano Tony Gentilcore, especialista em força e condicionamento físico, realizar um bom aquecimento antes de começar a fazer exercícios mais intensos permite maior amplitude no movimento das articulações, prepara sua musculatura para aguentar mais peso e reduz o risco de lesões. “Você ativa o sistema nervoso central e aumenta o fluxo sanguíneo e a oxigenação dos músculos quando aquece. É como se desse um sinal de alerta para seu organismo ficar pronto para o esforço que está por vir”, explica Christian Antoniazzi, personal trainer de São Paulo e consultor da MH. Para esquentar o corpo, o ideal é realizar por cerca de 10 minutos movimentos similares à atividade que vai realizar. Exemplos: se for correr, você deve caminhar ou trotar. Se for jogar futebol, deve dar piques curtos, saltos e chutes. Já para a musculação, uma boa é mandar exercícios com movimentações articulares, como a série a seguir criada por Gentilcore.

ENQUETE MH*

68%

DOS LEITORES* FAZEM AQUECIMENTO

46%

(A MAIOR PARTE) ESQUENTAM O CORPO POR ATÉ 5 MINUTOS ANTES DE MALHAR

* Pesquisa realizada com 791 leitores no site da MH entre 07 e 20 de maio

Fonte: Men's Health, julho 2013, p.52

Acima, temos a primeira página da seção *Fitness*, da edição de junho de 2013, da revista MH. A partir dela, é possível elaborar a seguinte questão: ao oferecer esta seção ao leitor, qual é o objetivo da MH? Que ele receba dicas e orientações para cuidar de sua saúde e desenvolvê-la por meio da prática de exercícios físicos ou a seção visa somente a que ele aprimore sua forma física? Em outras palavras, qual a maior preocupação da revista? A saúde? A estética corporal? Ou ambas as opções? Se a resposta for esta última opção, é possível afirmar que ser saudável é ser belo? Se a resposta for positiva, o que ocorre com a pessoa que não se enquadre nos padrões de beleza atuais? Ela pode ser considerada saudável?

Portanto, responder a esta questão não é tão simples como parece, pois em uma primeira leitura, a seção pode ser associada à prática de exercícios físicos. Porém, além destes contribuírem para uma transformação física positiva do corpo, neste caso me refiro a um corpo mais belo, não se pode esquecer que a atividade física, se bem orientada, auxilia na promoção da saúde. Diante da dificuldade que esta pergunta apresenta, é necessária uma leitura do conteúdo desta página para respondê-la de maneira satisfatória.

Início pela primeira palavra que compõe a página: *Fitness*, o título da seção. De acordo com o dicionário *Longman*, esta palavra possui três significados: preparo físico, boa forma e aptidão. Assim, é viável pressupor que esta seção se destina a quem deseja adquirir um melhor condicionamento físico. Condicionamento que pode ser benéfico para o desenvolvimento de um corpo saudável e também pode levar o sujeito a adquirir uma boa forma.

Mas o que se entende pela expressão “boa forma”? “Boa forma” se refere ao indivíduo que possui um bom preparo físico ou, utilizando o último significado atribuído pelo *Longman*, uma aptidão para realizar a maioria das tarefas físicas? Ainda existe a possibilidade de que “boa forma” se refira às representações de beleza que valorizam as formas corporais do indivíduo. O título da matéria desta edição pode apresentar uma resposta para este questionamento: “Esquente para ganhar músculos”.

Uma primeira leitura deste título permite que o leitor relacione o título com a preocupação com o ganho de massa muscular. Desta forma, aumentar a massa muscular seria o principal objetivo desta matéria, leitura esta que é reforçada pela

ilustração do homem forte e sorridente. Portanto, de acordo com esta leitura, a estética seria a preocupação essencial desta matéria.

No entanto, a continuidade da leitura do texto desta página oferece a seguinte informação: “Aquecer no início do treino aumenta sua força e diminui o risco de lesões”.

Esta informação permite relacionar a seção ao desenvolvimento da saúde, pois se o aumento da força pode resultar em um corpo belo, este aumento de força também pode conferir maior resistência ao corpo, perante os riscos aos quais o indivíduo se expõe ao realizar atividades físicas e diante das doenças e outros fatores que ameaçam a saúde. O texto ainda fornece outra informação relevante para se ter um corpo saudável: a importância do aquecimento antes de qualquer atividade física, com o intuito de prevenir acidentes e evitar lesões durante a prática de exercícios físicos. Ou seja, o aquecimento, além de dificultar o risco de lesões, possibilita a otimização dos resultados decorrentes da prática da atividade física. Desta forma, o aquecimento e o aumento da força favorecem a promoção da saúde.

Antes de iniciar a leitura da matéria em si, chamam a atenção duas informações ao lado do texto que estão destacadas por se encontrarem dentro de dois quadrados vermelhos, no canto inferior direito. Sobre o primeiro quadrado lê-se: “Enquete MH*”. O asterisco que acompanha a abreviação “MH” informa: “Pesquisa realizada com 791 leitores no site da MH entre 7 e 20 de maio” (2013).

Dentro do primeiro quadrado está o seguinte texto: “68% dos leitores fazem aquecimento”. E no segundo: “46% (a maior parte) esquentam o corpo por até 5 minutos antes de malhar”. Esses textos revelam não só importantes informações, mas um procedimento muito utilizado na forma como a revista constrói seus discursos: a utilização de números para quantificar as informações e aumentar a credibilidade das matérias anunciadas. Neste caso, ao serem utilizados em uma pesquisa para conhecer o grau de conhecimento e também o comportamento de seus leitores, os números auxiliam no reconhecimento dos perfis dos leitores da MH. Desta maneira, a revista faz uso de um recurso que é próprio do âmbito científico: números. E como já dito, estes podem conferir à publicação uma maior credibilidade ao quantificar seus dados e criar imagens que representam suas informações.

Neste exemplo, os números ainda revelam que a maior parte dos leitores da MH faz aquecimento antes das atividades físicas – esta informação aparece nos

dois quadrados de forma diferente. Mesmo quando o valor está abaixo de 50% (segundo box), a revista frisa que o valor citado corresponde à maior parte dos leitores (46%) que esquentam o corpo antes de treinar. Desta forma, a pesquisa revela e reforça, como já apontado, uma determinada imagem dos leitores da *Men's Health*, isto é, por meio da pesquisa a revista mostra que a maioria de seus leitores é composta por pessoas bem informadas, determinadas e responsáveis. Porém, mesmo valorizando a formação de parte de seus leitores, a revista assume o papel de detentora do saber ao tomar para si a posição de mentora do conhecimento, explicando a importância do aquecimento para preservar a saúde de seu público.

Este procedimento de fazer uso da pesquisa permite que a MH crie uma empatia com o leitor que já possui algum conhecimento sobre as informações que são tratadas pela matéria. Assim, ao ser reconhecido e valorizado pela revista, este consumidor pode vir a criar uma relação cada vez mais fiel com a publicação. Isto, por sua vez, revela que a revista atende a um público formado por leitores com diferentes graus de conhecimento e não somente os que buscam um conhecimento que não possuem.

Esta leitura permite concordar com Charaudeau (2013, p.39), quando ele diz que para qualquer veículo de comunicação há

uma heterogeneidade qualitativa, sendo constituído de pessoas diversamente esclarecidas (entre o mais e o menos, a maioria se encontra num nível médio), a informação será talvez “forte” para alguns, que poderão considerar-se satisfeitos, mas será fraca para os demais.

Portanto, qualquer meio de comunicação irá se deparar com uma audiência formada por pessoas de diversos níveis de formação (que vai dos mais esclarecidos aos menos instruídos). Por isto, ao reconhecer os leitores com uma melhor formação, a MH cria a possibilidade de que este se torne fiel à revista, pois cria certa empatia com o leitor, ao valorizar seu conhecimento, mesmo quando ele já possui o tipo de informações que a publicação divulga. Logo, o que vale aqui, é a forma como a revista trata este leitor e não o conhecimento que ela publica ou que ele possui.

Dando continuidade à leitura do texto da matéria, este compara o corpo humano a um carro, pois no primeiro parágrafo é dito:

“Você já deve ter ouvido que não é legal pisar fundo no acelerador logo que liga o carro, principalmente no frio. Motivo: seu veículo tem melhor desempenho e sofre menos desgaste depois que o motor e outros componentes esquentam e atingem a temperatura ideal de trabalho. O mesmo vale para seu corpo na hora de fazer atividade física. [...]”. (Men’s Health, jul. 2013, p. 52)

Ao comparar o corpo a um carro, a matéria revela a preocupação com o bom “funcionamento” do corpo humano, isto é, com a saúde. Assim, percebe-se que a saúde é retratada pela matéria, mesmo quando este tema não é de tão fácil identificação. Porém, se a saúde é comparada a um objeto, neste caso um carro, o leitor pode inferir que qualquer indivíduo pode atingir os resultados prometidos pela matéria, uma vez que um carro quando apresenta um defeito, pode ser consertado. Para isto, basta seguir os procedimentos divulgados pela revista.

Na mesma matéria, há o seguinte depoimento:

“[...] Segundo o treinador americano Tony Gentilcore, especialista em força e condicionamento físico, realizar um bom aquecimento antes de começar a fazer exercícios mais intensos permite uma maior amplitude no movimento das articulações [...]”. (Men’s Health, jul. 2013, p. 52)

Este trecho, ao contar com a participação de um especialista em força e condicionamento físico, Tony Gentilcore, revela outro recurso que a revista utiliza para aumentar sua autoridade e credibilidade perante os leitores: o de contar com um quadro de especialistas que prestam consultoria sobre os diversos temas abordados em cada edição. Ao utilizar as opiniões de especialistas das diversas áreas da saúde em suas matérias, a MH procura garantir - além da autoridade e credibilidade a seus discursos -, a segurança. Segurança, resguardada pelos discursos da academia e da ciência, que, por meio da opinião de especialistas, funciona como um “escudo protetor” de suas matérias, tornando-as imunes a críticas negativas. Afinal, quem irá questionar um professor universitário, um pesquisador ou um médico quando o assunto é saúde? Deve-se levar em conta que

Informar é transmitir um saber a quem não o possui, pode-se dizer que a informação é tanto mais forte quanto maior é o grau de ignorância, por parte do alvo, a respeito do saber que lhe é transmitido. (CHARAUDEAU, 2013, p. 18-19)

Desta maneira, as matérias presentes na MH dificilmente serão, como já apontado, um fácil alvo de críticas, visto que elas trazem o “selo de qualidade” da Academia e da Ciência e este “selo” pode ser a garantia de uma informação forte, pois parte de um grupo restrito e seleto, graças à qualidade e reconhecida formação que possuem.

Para ilustrar esta afirmação, basta tomar outro exemplo. A MH de maio de 2014 traz o seguinte quadro de consultores:

Moisés Cohen

Chefe do departamento de ortopedia e traumatologia da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), ele é presidente da Sociedade Mundial de Artroscopia, Cirurgia do Joelho e Trauma Desportivo (Isakos, em inglês) e diretor do Instituto Cohen de Ortopedia, Reabilitação e Medicina do Esporte. [...]

Artur Zular

Ele é mestre em gerontologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e presidente da seção regional de São Paulo da Associação Brasileira de Medicina Psicossomática (ABMP) [...]

Ailton Amélio da Silva

O doutor em psicologia pela Universidade de São Paulo (USP) é autor dos livros *Relacionamento Amoroso* (Ed. Publifolha, 304 págs.), *Para Viver um Grande Amor* (Ed. Gente, 168 págs.) e *O Mapa do Amor* (Ed. Gente, 312 págs.). (p.16, grifos do autor)

É interessante verificar que a revista *Women's Health*, versão feminina da MH, também apresenta um quadro de consultores similar ao da publicação masculina. Por exemplo, a *Women's Health* de abril de 2014 (p. 11) apresenta o seguinte quadro de consultores: um clínico geral que é chefe da disciplina clínica médica da Unifesp; três dermatologistas, dentre os quais a presidente da Sociedade Brasileira de Dermatologia e membro da Academia Americana de Dermatologia; dois endocrinologistas, sendo um membro da *American Thyroid Association Endocrine Society*; um oncologista, professor da Faculdade de Medicina da USP; duas psicólogas, uma delas diretora da Sociedade Brasileira de Estudos em Sexualidade Humana; um ginecologista, professor do Serviço de Sexologia da UFRJ; três profissionais de *fitness*, dentre os quais um é médico do Grupo de Medicina do Esporte do Hospital Nove de Julho (SP) e membro do *College of Sports Medicine* e outro doutor em Neurologia; e, por último, três nutricionistas, sendo uma mestre em nutrição humana pela USP e outra especialista em nutrição em clínica cirúrgica pela UERJ e membro da Sociedade Brasileira de Nutrição Funcional e do *Institute for*

Functional Medicine. Observo que, destes profissionais citados, apenas um não apresenta titulação além da graduação.

É importante perceber a relevância que os consultores ganham, tanto na MH quanto na *Women's Health*, ao terem suas titulações, vínculos com instituições de pesquisa e ensino ou publicações apresentadas pelas revistas. Registro que todas as edições da MH (e também da *Women's Health*) possuem um quadro similar de consultores; e

as provas de verdade, ou, melhor dizendo, da veracidade de uma informação são, igualmente, da ordem do imaginário, isto é, baseadas nas representações de um grupo social quanto ao que pode garantir o que é dito. (CHARAUDEAU, 2013, p. 18-19)

Destarte, é este grupo de consultores que permite à MH utilizar os discursos científicos e acadêmicos em suas matérias, na construção de seu discurso de saúde e, principalmente, assumir o papel de detentora da verdade. Vale lembrar que médicos, doutores, professores e pesquisadores, geralmente, gozam de um grande respeito e de uma inquestionável credibilidade diante de grande parte das pessoas, que, em geral, e de forma automática, associam suas imagens à imagem de um tipo de conhecimento: o “conhecimento verdadeiro”, que, como uma religião, tem uma autoridade “inquestionável” para a maior parte da população. Esta avaliação se dá graças à autoridade que o exercício do estudo e da pesquisa lhe confere. Portanto, é por meio destes personagens ligados às ciências e à academia que a **revista constrói uma imagem que lhe confere maior autoridade e credibilidade a suas matérias** (grifo nosso). Aliás, é interessante ver como a MH se apresenta em seu site:

O desafio, aqui, é melhorar a vida do leitor dando a ele a informação mais relevante sobre bem-estar masculino – campo que só agora começa a ser mais explorado pela comunidade científica e até pouco tempo rejeitado pelos leitores mais conservadores. (<http://publicidade.abril.com.br/marcas/42/revista/informacoes-gerais>, 9 julho 2015)

Desta maneira, a MH não só faz uso de discursos produzidos pelas comunidades científicas, no que se refere ao bem-estar masculino, mas se coloca de forma pioneira na divulgação destes temas. Além disto, a MH se apresenta como

uma publicação voltada para leitores modernos, leitores que não estão presos a valores vinculados às tradições.

Como contraponto, é possível encontrar na Wikipédia a seguinte crítica à revista MH:

A Revista Men's Health tem sido criticada por sua incansável centrada no desenvolvimento do corpo perfeito, que pode aumentar a ansiedade dos homens sobre seus corpos. Isso pode tornar os homens mais propensos a desenvolver distúrbios alimentares e o compulsivo excesso de exercício. (05 março de 2015)

Mesmo com o problema desta crítica não trabalhar com fontes confiáveis e independentes, como adverte o próprio site da Wikipédia, esta citação fornece indícios para a relevância desta pesquisa, visto que este imaginário de saúde que a revista divulga (que é constituído por corpos belos), pode, sim, influenciar as pessoas a mudarem seus comportamentos de forma que o conhecimento disseminado pela publicação no intuito de beneficiar a saúde do leitor pode se transformar em práticas que, contrariamente à proposta da revista, afetam negativamente a saúde do indivíduo. Aqui vale resgatar o seguinte exemplo de imaginário de beleza feminina contemporâneo:

O ideal de beleza feminina é da ordem da magreza. Como resultado dela, as adolescentes adoecem, e as vezes morrem, em seu esforço de parecerem sublimes. A anorexia e a bulimia são enfermidades estético-sociais. (DIAZ, 1996, p. 13)⁴

Apesar de a citação acima pertencer ao universo feminino, ela pode ser estendida ao universo masculino, pois, por exemplo, é comum o uso de anabolizantes por parte do público masculino a fim de adquirir mais força, isto é, em vez de a prática física ser uma aliada na promoção da saúde, ela se torna uma inimiga desta.

Diante do que já foi visto, fica claro que é necessário definir o conceito de saúde, uma vez que é a partir dele que apresentarei as leituras que realizo nesta pesquisa.

⁴ El ideal de belleza femenina es del orden de la delgadez. Como resultado de ello, las adolescentes enferman, y a veces mueren, en su afán de parecer etéreas. La anorexia y la bulimia son enfermedades estético-sociales. (DIAZ, 1996, p. 13)

1.2 Considerações teóricas sobre o(s) conceito(s) de saúde

Se a palavra chave do século XVIII era a felicidade, e a do século XIX a liberdade, pode-se dizer que a do século XX é a saúde. (MOULIN, 2011, p.18)

No começo desta pesquisa, apontei para o grande espaço que o tema da saúde ocupa nas pautas dos principais jornais e meios de comunicação de massa atualmente. A partir deste quadro, arrisco a afirmar que se a palavra-chave do século XXI não for saúde, esta faz parte do “molho de chaves” para se ter uma vida feliz. Diante desta realidade, na qual se ter saúde não é mais apenas uma necessidade biológica e individual, mas uma cobrança social e coletiva, faz-se necessária uma pergunta: o que é saúde?

Esta questão pode parecer simples e desnecessária, mas ter clareza sobre o significado deste conceito é de vital importância para esta pesquisa, pois é ele que fornecerá elementos para entender como a MH constrói e legitima seu discurso. Ou seja, é por meio deste conceito que a revista adentra no grupo das publicações voltadas para o gênero de discurso da saúde. Também, não posso ignorar que a resposta ao que é saúde será o alicerce que possibilitará apresentar as leituras realizadas no decorrer desta pesquisa. Ainda chama a atenção o fato de que ao apresentar algumas definições do que seja “saúde”, verificarei, simultaneamente, qual a relação entre a MH e os conceitos apresentados sobre o tema.

Portanto, provavelmente, para a maioria das pessoas, quando se fala em saúde, fala-se na ausência de doenças. Isto é, um indivíduo saudável seria um indivíduo sem doenças. Apesar de, em um primeiro momento, esta definição pertencer ao senso-comum, ela não é exclusiva deste, pois também é possível encontrá-la no discurso científico e/ou acadêmico. Para Christopher Boorse (1977 apud SCLIAR, 2007, p. 37), “saúde é ausência de doença”. Portanto, esta definição de saúde é bem próxima à imagem de saúde que “pertence” ao senso-comum e não pode ser menosprezada pela esfera científica, pois esta também possui representantes que afirmam que ser saudável é não possuir nenhuma doença.

Um corpo livre de doenças permite realizar a seguinte constatação: para grande parte da população, isto é, para os leigos, na maioria das vezes, as doenças são identificadas em um primeiro momento, principalmente, pelo registro visual, pois o corpo doente carrega estigmas que o caracterizam e o denunciam enquanto tal.

Desta forma, o olhar e o corpo são fundamentais para identificar se um sujeito pode ser reconhecido como um sujeito saudável ou não. Ou, como disse Foucault (1977, p. 1),

para nossos olhos já gastos, o corpo humano constitui por direito de natureza o espaço de origem e repartição da doença: espaços cujas linhas, volumes, superfícies e caminhos são fixados, segundo uma geografia agora familiar, pelo atlas anatômico. Esta ordem do corpo sólido e visível é, entretanto, apenas uma das maneiras da medicina especializar a doença.

Por meio desta afirmação, que se refere a um olhar da medicina do século XIX (FOUCAULT, 1977, p. 2), é destacada a importância do corpo humano, pois ele constitui o espaço no qual a doença se fixa e desenvolve, e é o olhar que primeiro identifica esta vilã que sorve a vitalidade dos corpos. Porém, não se deve ignorar que esta é apenas uma das formas pelas quais a medicina identifica o local no qual a doença se manifesta, como adverte o próprio Foucault.

Portanto, da mesma forma que o corpo representa um dos espaços de manifestação de doenças, pode-se afirmar que o contrário também é válido. Ou seja, a saúde também encontra no corpo o espaço para se manifestar, e o olhar pode ser uma das formas de identificar as condições de saúde de um corpo.

Desta maneira, a parte visível do corpo (pele, cabelos, olhos, unhas) teria uma grande importância, pois seria a partir dela que o doente seria reconhecido, isto é, o corpo saudável seria reconhecido por seu “exterior”, uma vez que é nele que a saúde se “expressaria e seria vista pela primeira vez”.

Esta linha de raciocínio permite criar uma relação entre saúde e determinadas qualidades que hoje são relacionadas à área da beleza, pois, na maior parte das vezes, é atribuída a qualidade de saudável ao sujeito que possui atributos da esfera da beleza, que, por sua vez, manifestam-se na superfície do corpo. Por exemplo, é considerado saudável aquele que não é gordo, que é forte, que tem uma boa postura física, que é belo e disposto. Isto permite resgatar campanhas de prevenção à aids que alertam para o fato de que uma pessoa bonita pode ser soropositiva (observando que ser soropositivo não significa ser doente, mas portador do vírus). Como retrata a peça publicitária abaixo:

Fig. 2: campanha de prevenção a AIDS

VIVEM COM AIDS. E PODEM NÃO SER QUEM VOCÊ PENSA.

A aids não tem preconceito. Você também não deve ter.

Estas pessoas tiveram coragem de se expor aqui para mostrar que, apesar de conviverem com o vírus, não são diferentes de você. Faça como elas: entre nesta luta contra o preconceito e lembre-se de usar sempre camisinha.

www.todoscontraopreconceito.com.br

SUS + Ministério da Saúde

B.R.A.S.I.L. UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

VIVER COM AIDS É POSSÍVEL COM O PRECONCEITO NÃO

Fonte: Ministério da saúde

A relevância deste exemplo é de que ele trabalha na contramão dos estereótipos, o que permite afirmar que muitas vezes o vírus, que pode ser uma porta aberta para muitas doenças, não está ao alcance da visão. Outra reflexão que este exemplo permite realizar é a de que a beleza física não pode ser vista ou avaliada como uma defesa infalível do organismo contra as ameaças que podem destruir sua saúde, ou pelo menos afetá-la temporariamente. Desta forma, a afirmação que associa “beleza” à “saúde” perde consistência e se torna frágil. Em relação a este exemplo, ainda faço duas observações, a de que o portador do vírus do HIV muitas vezes é visto como um doente por grande parte de nossa sociedade e a de que pessoas muito magras (apenas magras, sem músculos), mesmo não apresentando o vírus, podem ser alvos de comentários jocosos e preconceituosos que o identificam como um doente, quando este não é doente, mas apenas um portador do vírus do HIV. Isto ocorre mesmo com o conhecimento de que ser soropositivo, repito, não significa ser doente.

São valores e comportamentos como estes que, em um primeiro momento, determinam como é normal associar a imagem de um corpo belo a um corpo saudável. Por isto, é mais forte a possibilidade de se julgar o indivíduo que não apresenta as características relacionadas aos valores de beleza atuais (posso estar exagerando, mas aqui dou destaque para o excesso de peso) como uma pessoa com um forte potencial para se tornar um doente. Isto, se ela já não for vista enquanto tal. É interessante que quando apresento esta possibilidade, penso em doenças que, na maioria das vezes, necessitam de exames para serem confirmadas (como a diabetes). Isto é, doenças que não são visíveis, pois, se por um lado o corpo denuncia que algo pode estar errado com a saúde, por outro, ele esconde o que a atinge. Como outros exemplos, cito as doenças cerebrovasculares, cardiovasculares ou hipertensivas.

Seguindo esta linha de raciocínio, a MH acerta nas representações masculinas e femininas que ilustram suas capas. Todos os modelos apresentados constituem imagens perfeitas de um ideal de saúde representado pelos atributos já citados (como a força física e a beleza magra e forte). Desta maneira, este ideal de saúde é construído por meio da fusão de imagens oriundas do campo da beleza e da juventude. O resultado desta operação é a criação de uma imagem de saúde na qual é saudável o que é bonito e juvenil. Assim, este imaginário pode ser reconhecido facilmente por meio do contato visual, uma vez que as imagens utilizadas pela MH para construir esta representação expressam não só a força e a energia da juventude, mas o vigor, a beleza e a vida que caracterizam a imagem ou a representação de qualquer corpo saudável idealizado por seus modelos.

Aqui há espaço para a seguinte reflexão: por que o envelhecimento é visto por muitos como uma doença? Pois envelhecer é se tornar freguês das farmácias, devido ao grande consumo de remédios que a idade impõe aos idosos; envelhecer é perder a força e a autonomia para realizar qualquer atividade. O horror que possuímos da ideia de que um dia nós ficaremos velhos pode ser constatado pelas palavras abaixo:

- "Um homem envelhece; percebe em si mesmo aquela sensação radical de fraqueza. De atonia, de mal-estar que acompanha o avançar da idade; e, sentindo-se assim, julga estar apenas doente, aquietta seus temores com a ideia de que esse estado penoso é devido a alguma causa particular, da qual espera curar-se como de

uma moléstia. Vãs imaginações! A moléstia é a velhice; e trata-se de uma doença horrível [...]” (HUXLEY, 2001, p. 282)

Escritas no século passado, estas palavras demonstram como a velhice é interpretada e encarada por grande parte das pessoas nos dias de hoje como uma doença! Doença que deve ser combatida desde cedo. É possível ilustrar esta ideia com uma matéria anunciada na MH, de maio de 2014. Nesta capa se encontra o seguinte texto:

“8 passos para prolongar sua juventude

- ▶ Comece já: exercícios eficazes para quem está nos 20, 30, 40 e 50
- ▶ Trabalhe a mente e ganhe pontos em sua vida emocional
- ▶ Transe muito e por muito mais tempo, sem recorrer ao remedinho”

O texto desta matéria ignora que a velhice é parte de nossa vida e de que podemos envelhecer com saúde. Pelo contrário: ele faz da juventude um objetivo que deve ser perseguido desde cedo, pois aos 20 anos o jovem já deve começar a adotar os procedimentos que prolonguem a juventude e retardem a velhice. Aliás, é interessante que em nenhum momento a revista faz uso da palavra “velhice”, mesmo quando a virilidade masculina já não possui o viço da juventude. Outra observação que o exemplo apresenta, é o de que a última faixa etária que a matéria aborda é a que se encontra na casa dos 50 anos, e a leitura desta faixa etária pode levar o leitor a pensar que quem se encontra nesta casa está nos anos finais de sua vida saudável, pois a matéria não aborda como ser saudável aos 60 ou 70 anos, por exemplo. Porém, atualmente, os indivíduos que se encontram nesse grupo (50 anos) não são jovens, mas também não são idosos. Isto é, a revista aborda apenas grupos de pessoas que são jovens ou que, ainda, não podem ser consideradas idosas. Ou seja, a saúde não estará presente na vida de quem viver mais do que 50 anos.

Outro exemplo que revela a aversão que nossa sociedade tem à velhice, encontra-se na capa da MH de julho de 2013. Nela está anunciada a seguinte matéria: “Olhos 54 soluções que rejuvenescem o visual”.

Novamente as palavras utilizadas neste texto revelam não só as inquietações e limitações decorrentes do processo de envelhecimento, mas a preocupação com o rejuvenescimento. Mesmo com as limitações impostas pelo passar dos anos, o desejo de ser eternamente jovem faz com que a possibilidade de se buscar meios para se envelhecer da maneira mais saudável possível seja ignorada, mantendo

apenas as formas de manter a aparência jovem. Neste mesmo exemplo, ao continuar a leitura da matéria, encontram-se as seguintes palavras: “Conserte a moldura. Quer causar sempre a melhor impressão? Não deixe olheiras, rugas e outros problemas derrubarem sua fachada”. (MEN’S HEALTH, 2013, p. 100)

Este fragmento do texto reforça como o processo de envelhecimento e fenômenos decorrentes deste (como o surgimento de rugas) constituem um problema que deve ser combatido. Destarte, uma aparência jovem é vista como sinônimo de saúde, enquanto à pessoa idosa pode ser conferido o estigma da doença.

São estas leituras que permitem à MH construir e disseminar um padrão de saúde compatível com a ideia de saúde apresentada pelo dicionário Aurélio. Este, em uma de suas definições de saúde, apresenta-a como sinônimo de força, robustez e vigor, atributos presentes em todos os modelos masculinos das capas da MH.

Aqui cabe uma rápida reflexão: a força (uma das representações de saúde) também poderia ser atribuída às modelos, não pela força física em si mesma, mas pela força oriunda de valores simbólicos. O padrão de beleza que elas representam poderia lhes garantir não a força física dos corpos masculinos, mas a força simbólica caracterizada pela segurança e confiança que seriam oriundas, em parte, de suas características físicas (beleza) e em parte da forma sexy como elas são representadas, por meio das poses, figurinos, maquiagem etc. Isto, se elas não fossem apresentadas apenas como presas sexuais, que podem ser abatidas facilmente por meio do conhecimento oferecido pela revista.

Retomando o debate da saúde, enquanto ausência de doenças, recupero a ideia da exclusão de doenças que demoram a se manifestar de forma visível, como a hepatite, diabetes ou depressão (observando que esta última se manifesta primeiro na “alma”, e depois pode se expressar por meio do corpo) entre outras doenças “silenciosas”. A partir desta idéia, fica claro que a imagem de um corpo belo pode não representar um corpo “totalmente” saudável. Como exemplo, cito o jogador David Beckham, que se enquadra no padrão de imagem de pessoa saudável disseminado pela MH, mas que sofre de asma.

A partir destes raciocínios e exemplos, fica evidente que definir o que é saúde pode não ser uma tarefa tão simples como se parece em um primeiro momento.

Nesta tarefa, há ainda duas peculiaridades de grande importância que não abordei: os aspectos históricos e culturais são outros dois pontos cruciais que não podem ser ignorados quando se quer conceituar saúde, visto que

o conceito de saúde reflete a conjuntura social, econômica, política e cultural. Ou seja: saúde não representa a mesma coisa para todas as pessoas. Dependerá da época, do lugar, da classe social. Dependerá de valores individuais, dependerá de concepções científicas, religiosas, filosóficas. O mesmo, aliás, pode ser dito das doenças. (SCLAR, 2007, p. 30)

Concordando com Scliar, o conceito de saúde é modificado no transcorrer da história; e é o resultado da convivência de várias esferas da sociedade, com destaque para as esferas políticas e econômicas. São estas que determinarão as políticas de saúde e definirão o que pode e o que não pode ser feito nesta área, sendo que o poder econômico individual também irá pautar e limitar os procedimentos individuais que visam à promoção da saúde.

A esfera cultural será a responsável pela criação de valores que pautarão o que é e o que não é saudável. Aqui, vale citar como exemplo a resistência que as pesquisas com célula-tronco (que poderão ajudar no tratamento de determinadas enfermidades) enfrentam hoje por parte de certos setores religiosos. Por isto, “os estados de saúde e doença não devem ser pensados de forma cristalizada, mas processual e dinâmica” (CZERESNIA; MACIEL; OVIEDO, 2013, p. 12). É esta qualidade de ser dinâmica, que permite que o que seja considerado uma doença hoje possa não o ser amanhã. Por isto, é oportuno apresentar alguns exemplos para ilustrar essa ideia.

A masturbação já foi vista como um problema de saúde, sendo considerada uma prática que sugava a saúde dos jovens. Nas últimas décadas do século XIX, sobre ela

quase nada se dizia, mas os professores estavam alerta para o que consideravam uma praga. A masturbação e as perdas seminais influíam no rendimento escolar. Os meninos emagreciam, cobriam-se de espinhas, o vício solitário degenerava em diarreias brabas. Inspecionava-se o dormitório. Investia-se na prática da ginástica. (DEL PRIORE, 2007, p. 19)

Mary Del Priore revela como a masturbação era motivo de preocupação dos professores do Internato do Colégio Pedro II. Utilizando expressão “vício solitário”, a masturbação afetava a rotina dos jovens, que viam seu rendimento escolar

comprometido e, mais importante, esta prática poderia minar a saúde destes jovens internos. Aqui é possível reforçar a importância do “exame” visual sobre o corpo para a constatação da falta de saúde, pois, neste caso, é por meio da visão que o estado de saúde é avaliado, dado que os jovens corpos denunciavam que havia algo errado com a saúde ao se tornarem magros e cobertos com espinhas. Foucault (1988, p. 49) também lembra que no século XIX “os pedagogos e os médicos combateram, realmente, o onanismo das crianças como uma epidemia a ser extinta”. Outro aspecto interessante na citação é a relevância que já era conferida à ginástica para manter o corpo saudável.

Desta forma, dando um salto no tempo e retornando ao presente, é possível verificar que, como é de conhecimento da maioria, quando o assunto é saúde, a prática de atividades físicas possui um grande valor para se ter um corpo saudável, valor este que é constatado na MH. Em 11 das 12 capas aqui analisadas, a matéria principal é voltada para práticas de atividades físicas. Isto permite não só comprovar a importância destas práticas para se ter saúde, mas também identificar o papel do exercício físico na construção do imaginário de saúde divulgado pela revista, representado, principalmente, pelas imagens dos corpos magros e musculosos que ilustram suas capas. Portanto, estes corpos saudáveis são o resultado de várias práticas, dentre as quais o exercício físico.

Vale ressaltar que dentro deste padrão, reina um modelo de magreza que se diferencia da magreza do corpo doente ou da magreza denunciada no fim do século XIX por Del Priore. Para a MH, a magreza ideal é a que revela um corpo musculoso, porque é este que representa a imagem perfeita de um corpo que irradia saúde. Portanto, é este traço que permite a um corpo magro ser visto como sinônimo de saúde, pois ele é forte, e sendo “forte”, não tomba diante das ameaças que as doenças representam.

Assim, esta leitura também permite relacionar esta publicação aos discursos da saúde (além do vínculo com os discursos da beleza), pois a revista oferece meios para o indivíduo ser saudável, sendo os planos de treinamento físicos um desses meios para se atingir o estado de saúde divulgado pela MH, uma vez que as atividades físicas praticadas com disciplina e regularidade permitem que a saúde faça do corpo uma folha branca, na qual sua escrita (a da saúde) faz com que os valores de beleza atuais (principalmente os de corpo magro e forte) sejam inscritos nestes espaços corporais, criando imagens que atendem tanto a demanda da esfera

da saúde, quanto da beleza. Como exemplo, a MH de julho de 2013 traz como matéria de capa um plano de treinamento e um cardápio para o leitor ficar com o corpo definido e forte em um mês.

Desta forma, novamente a saúde adquire o mesmo sentido apresentado pelo dicionário Aurélio, isto é, a saúde é a representação de um corpo forte. Porém, é possível explorar mais esta relação de força. No texto que anuncia a matéria citada, no fim do parágrafo anterior, pode-se ler: “Plano e menu para queimar pneus e ficar definido em um mês”. Este texto ganha um grande reforço pela imagem do modelo desta capa, pois, apesar de ele usar uma camiseta, fica evidente não possui gordura na região abdominal, ou seja, a chamada “barriga”, característica física que não é bem-vista pelo público masculino nem pelo público feminino, afinal, ninguém quer ser barrigudo. Assim, uma primeira leitura pode associar esta matéria aos discursos sobre estética.

Por outro lado, os discursos da saúde não são incompatíveis com esta imagem, pois, de acordo com Fúlvio J. Barbato Junior, cardiologista do Hospital e Maternidade São Cristóvão,

A gordura localizada no abdômen é considerada um fator de alto risco para diversas morbidades e se encontra associada a efeitos deletérios tais como: "Níveis altos de triglicérides, baixos níveis do bom colesterol (HDL), resistência à ação da insulina e consequente elevação dos níveis glicêmicos (Diabetes), aumento da gordura hepática, prejudicando a formação de hormônios, vitaminas e substâncias que atuam no metabolismo das gorduras, e também hipertensão arterial como consequência do aumento da viscosidade do sangue são exemplos do que esta gordura pode causar no organismo", explica o cardiologista.

E completa, “Desta forma, o acúmulo de gordura visceral é considerado um dos principais fatores de risco para doenças cardiovasculares como o infarto do miocárdio e o AVC, porque o excesso de gorduras circulantes promovem o espessamento das artérias, com formação de placas de gordura que podem se desprender e obstruir os vasos, esclarece o especialista. (EXAME.COM, 2013)

Apesar de longo, o depoimento do cardiologista deixa bem claro os riscos a que o indivíduo fica exposto quando se acumula gordura na região abdominal. Desta forma, não resta dúvida sobre a relação desta matéria com os discursos da saúde. Além disto, ganha força a conexão entre corpo saudável e corpo belo, pois ambos

os discursos se apresentam de forma imbricada, isto é, um complementa o outro, um faz parte da construção do outro.

Agora apresentarei outro exemplo, no qual busco ressaltar a importância do contexto histórico na criação de práticas que visam à criação de um ambiente saudável, que encontrará no corpo das pessoas seu principal reflexo. Sendo assim, no final do século XIX, o Rio de Janeiro era palco de desenvolvimento de diversas epidemias, como a febre amarela, e

[...] isso levava a crer na necessidade das reformas estruturais da cidade. Era esta a orientação dos médicos higienistas, acreditando que, por meio de transformações urbanas e alterações nos hábitos “bárbaros” e “primitivos” de grande parte da população, chegar-se-ia a solução para muitos daqueles problemas. (SAMPAIO, 2001, p. 42)

Sampaio mostra que, durante o período do Império, havia dois caminhos para garantir a saúde da população carioca: um era pelo viés das transformações urbanas (o que me faz lembrar dos cuidados atuais que o espaço urbano demanda para se evitar a proliferação do mosquito *Aedes Aegypti* e a importância das esferas políticas e econômicas no combate a este mosquito); o outro, era pela alteração das formas de comportamentos “bárbaros” e “primitivos” da maioria da população. Este último viés revela que intervir nos hábitos e costumes poderia ser visto como uma forma de medicalização, pois havia na sociedade carioca a necessidade de “[...] medicalizar toda a sociedade, ou seja, intervir nos hábitos e costumes das pessoas, ditando novas formas de relações familiares e novos padrões de comportamento” (SAMPAIO, 2001, p. 43).

Destarte, a partir das informações de Sampaio, novamente é possível identificar alguns pontos de semelhança entre as ideias decorrentes do século XIX e outras disseminadas pela MH. Na revista é possível realizar a leitura de matérias de capa como: “Músculos definidos a jato! 2 treinos de 6 exercícios” (MH, fev, 2014) e “Braços fortes! 2 Treinos por semana e o menu perfeito para aumentar o muque” (MH, maio, 2014), como uma forma de “medicalização” necessária para pessoas fora de forma (portanto, imagens de indivíduos que representam a falta de saúde ou que sejam potenciais alvos de doenças) e também de um tratamento preventivo para aqueles que já gozam de saúde. Em resumo: as práticas sugeridas pela MH irão trabalhar com a promoção, prevenção e fortalecimento da saúde.

Desta maneira, a revista faz propostas que, ao serem seguidas, possivelmente interferem ou modificam os hábitos e costumes de seus leitores, exigindo, por parte destes, uma disciplina para realizar os exercícios propostos e que, sem dúvida, interferem no estado de saúde do indivíduo. São estas características, disciplina e determinação, que possibilitam com que as recomendações da MH possam ser vistas como uma medicalização, pois, como é do conhecimento de todos, um dos benefícios do exercício físico é a melhora da saúde. Além disto, como já apontado, a atividade física também tem o alto potencial de interferir no aspecto físico da pessoa, aproximando-a do ideal de beleza presente em nossa sociedade, ideal que constrói uma imagem que também faz parte do imaginário de saúde ilustrado pelo corpo saudável e apresentado pela MH.

Após a Segunda Guerra Mundial, a OMS estabeleceu que “saúde é o estado do mais completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de enfermidade” (SCLIAR, 2007, p. 37, grifo nosso). Desta forma, este conceito abrange os aspectos mental, físico e social do indivíduo e, por isto, é muito mais amplo do que a primeira definição apresentada, que se limitava à ausência de doenças.

Porém, mesmo com a criação do conceito de saúde por uma instituição de grande peso e respeitabilidade como a OMS, os problemas oriundos desta conceituação não cessaram. Isto se deve à abrangência que este conceito oferece, pois

A extensão dos fatores que intervêm na definição de saúde, que cobrem a totalidade do campo biológico e social, torna de fato improvável a posse desse estado de bem-aventurança, privilégio inatingível [...] A saúde passou a ser a verdade e também a utopia do corpo, aposta da ordem social e de uma ordem internacional futura, mais equitativa e mais justa, no conjunto do mundo. (MOULIN, 2011, p. 18)

Segundo este autor, o conceito da OMS se revela uma utopia, pois depende não apenas de fatores biológicos, mas também de fatores sociais que interferem no estado de bem-estar físico, mental e social de qualquer sujeito. Isto é, a saúde, não é somente uma questão biológica, mas uma questão que depende de uma equidade social.

Desta forma, em um mundo caracterizado pela concentração de renda e riqueza nas mãos de poucas pessoas⁵, é certo que a maioria da população não irá atingir este estado de bem-estar definido pela OMS, pelo menos neste momento, pois a grande maioria não possui os recursos econômicos que lhe garantam uma vida digna. Ou seja, a maior parte da população não possui condições de assumir sua cidadania. Assim, a grande maioria das pessoas não tem acesso a serviços de qualidade nas áreas, por exemplo, da educação, da segurança, da moradia e do transporte de qualidade, entre outros. Conseqüentemente, a saúde destas pessoas é afetada por estas privações. Esta linha de raciocínio é um dos motivos pelos quais o conceito de saúde da OMS acaba por se revelar uma utopia e alvo de várias críticas.

Scliar (2007, p. 37), citando Boorse, reafirma que:

[...] saúde é ausência de doença. A classificação dos seres humanos como saudáveis ou doentes seria uma questão objetiva, relacionada ao grau de eficiência das funções biológicas, sem necessidade de juízos de valor.

Uma resposta a estas ideias pode ser encontrada na Conferência Internacional de Assistência Primária à Saúde, realizada na cidade Alma-Ata (URSS) em 1978. Esta conferência responsabilizou não apenas o Estado, mas também destacou o importante papel das pessoas na promoção da saúde. Desta forma, o objetivo da conferência era o de “superar a orientação predominantemente centrada no controle da enfermidade” (FERREIRA, BUSS, 2002, p. 7), ou seja, o estado de saudável não implica apenas em não se estar doente. Desde então, outros eventos ocorreram. Para ser mais preciso, em Ottawa (Canadá, 1986), Adelaide (Austrália, 1988), Sundsvall (Suécia, 1991), Jacarta (Indonésia, 1997), México (1999), Bogotá (Colômbia, 1992) e Port of Spain (Trindade e Tobago, 1993). Destas conferências, destaco a realizada na cidade de Ottawa (Canadá, 1986), pois lá foi criado o conceito de “Promoção da Saúde”. Entendendo que

promoção da saúde é o nome dado ao processo de capacitação da comunidade para atuar na melhoria de sua qualidade de vida e

⁵Tomando o Brasil como exemplo, cito trecho da matéria publicada, em agosto de 2015, pelo site G1, segundo Alvarenga (2015), “dados das declarações de imposto de renda divulgados neste mês pela Receita Federal ajudam a conhecer melhor a distribuição de renda e riqueza no país e mostram que menos de 1% dos contribuintes concentram cerca de 30% de toda a riqueza declarada em bens e ativos financeiros”.

saúde, incluindo uma maior participação no controle deste processo. Para atingir um estado de completo bem-estar físico, mental e social os indivíduos e grupos devem saber identificar aspirações, satisfazer necessidades e modificar favoravelmente o meio ambiente. A saúde deve ser vista como um recurso para a vida, e não como objetivo de viver. (Carta de Ottawa, 1986, p. 19)

Um dos aspectos deste conceito que é grande importância para esta pesquisa, diz respeito à capacitação da comunidade para atuar na melhoria de sua qualidade de vida e saúde.

A partir desta informação, é possível inferir que a expectativa da MH é a de que seu leitor adote os conhecimentos publicados pela revista, pois isto poderá modificar seus hábitos. E a consequência desta mudança de comportamento, possivelmente afetará de forma positiva sua saúde. Vale observar que estas mudanças também poderão se estender à rotina das pessoas mais próximas do leitor. Por isto, a MH pode ser vista de forma legítima como uma publicação voltada ao campo da saúde.

1.3 A informação no contexto midiático

Informação, comunicação, mídias, eis as palavras de ordem do discurso da modernidade. Cada vez que as palavras ficam na moda, passam a funcionar como emblema, criando a ilusão de que têm um grande poder explicativo, quando, na verdade, o que domina muitas vezes é a confusão, isto é, a ausência de discriminação dos fenômenos, a falta de distinção entre os termos empregados, o déficit na explicação. (CHARAUDEAU, 2013, p. 15-16)

Charaudeau alerta para o fato de que determinadas palavras em voga, muitas vezes, podem representar armadilhas. Isto ocorre porque a maioria das pessoas acredita que, enganosamente, possuem um entendimento completo dos conceitos que estão na moda. Dentre estas palavras, Charaudeau destaca três: informação, comunicação e mídia. Portanto, para desfazer (ou evitar futuros) equívocos e/ou julgamentos apressados e carregados de preconceitos, é importante ter clareza sobre o significado destes conceitos que se relacionam entre si. Aqui, este cuidado se deve, principalmente, pelo fato de que a mídia é o alicerce desta pesquisa. Assim, é importante estar ciente de que

“informação” e “comunicação” são noções que remetem a fenômenos sociais; as mídias são um suporte organizacional que se apossa dessas noções para integrá-las em diversas lógicas – econômica

(fazer viver uma empresa), tecnológica (estender a qualidade e a quantidade de sua difusão) e simbólica (servir à democracia cidadã). (CHARAUDEAU, 2013, p. 15)

Desse modo, as mídias são suportes que servem de “base” para o registro da informação e que contribuem para a sua disseminação por meio da promoção do fenômeno comunicativo, permitindo que tanto a informação quanto a comunicação se integrem em diversas lógicas.

Levando-se em consideração que a comunicação é um fenômeno intrínseco à humanidade e que a mídia contribui para a promoção desta, pode-se concordar com Georgen (2002, p.3), quando este afirma que “A mídia está aí e chegou para ficar. Tornou-se um instrumento precioso que povoa nosso dia-a-dia, que nos educa a todos e que ninguém pode dispensar”. Este olhar, no qual a mídia é apresentada como um instrumento indispensável para a educação do homem contemporâneo, teve grande peso para minha decisão em trabalhar com os meios de comunicação nesta pesquisa. Desta forma, elegi o segmento revista para perscrutar e melhor entender a relação entre a mídia e a educação, por meio da compreensão de como o discurso que representa o corpo saudável é construído pela revista *Men's Health*.

Antes de prosseguir, confesso que além do motivo apresentado acima, outro teve grande peso para minha escolha por este segmento: a paixão despertada em minha adolescência pela leitura de revistas; primeiro, os gibis (no início de minha adolescência, considerava-os como revistas); depois revistas de carros e motos; hoje, revistas que nos informam sobre o cotidiano, revistas de música, revistas sobre a prática de exercícios físicos etc. Ressalto que esta paixão ainda pulsa com o vigor de outrora, mesmo com a presença cada vez maior da internet em nossas vidas. Presença esta que devora os espaços que eram destinados às mídias impressas e que representa, nos dias de hoje, um grande perigo para a vida e para a “saúde” das publicações impressas, cuja existência parece estar sobre a constante ameaça das mídias digitais.

Retomando, é preciso ter clareza sobre o conceito de mídia, para que este não seja utilizado de forma inadequada. Desta maneira, Charaudeau (2013, p.21) refere-se ao conceito de mídias como “mídias de informação”. Estas podem ser

entendidas aqui de maneira restrita como o conjunto dos suportes tecnológicos que têm o papel social de difundir as informações

relativas aos acontecimentos que se produzem no mundo-espaco: imprensa, rádio e televisão.

Sendo assim, como Charaudeau esclarece, o papel da mídia é o de disseminar as informações que são produzidas em nossa sociedade. Para isto, ela se serve de vários suportes tecnológicos e, entre as diferentes tecnologias empregadas pelas mídias, como já dito, escolho a imprensa. Para ser mais exato, 12 edições brasileiras da revista *Men's Health*. Outro aspecto da citação acima que merece destaque é o do uso do substantivo “informação” na construção da expressão de “mídias de informação”. Charaudeau (2013, p. 36) esclarece que

A informação é pura enunciação. Ela constrói saber e, como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimentos que o circunscreve, da situação da enunciação na qual se insere e do dispositivo no qual é posta em funcionamento.

Há dois aspectos a serem enfatizados na fala de Charaudeau. O primeiro é o de que a informação é enunciação. Isto é, ela é uma criação humana, pois consiste na expressão de uma ideia, de um sentimento, de um juízo, de um valor. Por isto, a informação pode ser reconhecida como um saber. Esta leitura conduz ao segundo aspecto, que diz respeito ao fato de que a informação, enquanto construtora de saber, sempre pertencerá a um determinado campo de conhecimento. Este enunciado (a informação) possui determinadas características necessárias à sua constituição e também ao campo no qual ela se insere e é reconhecida. Sendo assim,

esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo de linguagem, ou seja pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas acima de tudo por sua construção composicional. Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional – estão indissolivelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação. Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*. (BAKHTIN, 2010, p. 261-262, grifos do autor)

Portanto, Bakhtin não apenas discorre sobre o enunciado, mas explica o conceito de gêneros do discurso, revelando como ele é engendrado. Desta forma,

sua construção depende de enunciados (informações), que graças à afinidade entre conteúdos temáticos, estilos e construções composicionais criam um determinado gênero do discurso. A partir deste conhecimento, é possível definir o que até agora venho denominando como “gênero de discurso” e, também, continuar fazendo deste um instrumento para identificar como a revista *Men's Health* legitima sua participação como representante e/ou integrante de um determinado gênero do discurso: o da saúde masculina. Retomando o conceito de mídia de informação, a MH tem como proposta primeira produzir e disseminar discursos para o homem que busca conhecimentos que contribuam para a melhora de sua saúde.

Sendo assim, ao se levar em consideração o nome da revista, sua principal proposta é a de abordar discursos relacionados à saúde do homem. Entretanto, ao construir seu discurso sobre a saúde masculina, a MH faz uso de outros discursos, que em uma primeira leitura podem confundir o leitor, pois são discursos que parecem pertencer a outras esferas de saberes, a outros gêneros de discursos, dos quais destaco, principalmente, os discursos relacionados ao campo da beleza.

Desta maneira, ao realizar a leitura das capas, será possível identificar como a MH constrói o discurso que a permite ingressar no campo destinado aos gêneros de discursos relacionados à saúde masculina e relacioná-los com a formação do homem contemporâneo. A leitura será realizada, principalmente, a partir do referencial teórico composto pelos estudos sobre gêneros de discursos de Bakhtin (*Estética da criação verbal*, 2010), e de mídia de informação, de Charaudeau (*Discurso das mídias*, 2013).

2 LEITURAS SOBRE OS DISCURSOS DA SAÚDE NA REVISTA *MEN'S HEALTH*

Neste momento, o objetivo é reconhecer quais são os elementos que a MH seleciona para a construção de seu discurso, para verificar se ele realmente pode ser identificado como um discurso pertencente ao gênero de discursos da saúde.

A primeira preocupação é a de identificar o estilo que a revista constrói em sua capa, pois “todo estilo está indissolavelmente ligado ao enunciado e às formas típicas de enunciados, ou seja, gêneros do discurso” (BAKHTIN, 2010, p.265). Considerando este pensamento de Bakhtin, a MH possui um estilo que lhe permite construir seu discurso de forma a legitimar a participação deste nos campos relacionados à saúde masculina, mesmo quando em um primeiro momento possa pairar a dúvida se a revista é voltada para o campo da saúde ou se é voltada ao campo da beleza. Esta dúvida se deve ao fato de que as matérias anunciadas em suas capas podem dar a entender que o foco da revista seja os cuidados com a beleza masculina, enquanto a saúde seria um assunto secundário. Esta impressão é construída a partir da perfeita beleza física dos modelos que compõem as capas e, também, a partir do anúncio de matérias como: “Estilo trabalho: Fique elegante sem parecer careta” (MH, jul 2013); “Braços fortes! 2 treinos por semana e o menu perfeito para aumentar o muque” (MH, maio 2014); “Guia MH de cuidados pessoais: 79 jeitos de ficar mais atraente” (MH, mar 2014).

As leituras que apresentarei serão orientadas pelo seguinte roteiro: primeiro, imagem; segundo, texto escrito e, por último, nome e slogan. Desta maneira sigo em parte o roteiro de leitura proposto por Guimarães (2003, p. 50), no qual ele explica que a “leitura” normal de uma página impressa se faz em três níveis diacrônicos – o primeiro é o nível das imagens; o segundo é o dos títulos e o terceiro é o dos textos. Aqui fiz uma inversão, pois analiso primeiro o texto e depois o título, seguido pelo nome da revista e pelo slogan. Esta trajetória permitiu identificar como o texto é construído a partir de seus elementos gráficos, pois o nome e o slogan são construções que se fazem a partir da palavra escrita.

Além destas considerações, lembro da importância que a “imagem” possui em minha trajetória e na vida do homem contemporâneo. Desta maneira, por meio da adoção de parte da proposta de roteiro feita por Guimarães e pela importância que atribuo às imagens, justifico iniciar minhas análises por elas. Isto explica também o maior espaço que reservo às imagens nesta pesquisa.

2.1 Imagens

Todas as capas possuem duas imagens em cada edição, uma de um modelo masculino (sempre maior) e outra de uma modelo (sempre menor).

Provavelmente, a imagem masculina seja a maior pelo fato de a MH ser uma publicação voltada à saúde do público masculino. Desta maneira, a imagem masculina ajuda na construção da identidade da revista e facilita a tarefa de que ela seja reconhecida como uma publicação voltada especificamente para os homens. Por isto, certamente, a imagem masculina se destaca, ao ocupar um maior espaço nas capas, diante da imagem feminina. É utilizado o mesmo plano para fotografar tanto os homens quanto as mulheres que ilustram as capas da MH, embora o tamanho de reprodução das imagens seja significativamente diferente, como será demonstrado e analisado mais adiante.

Em 11 das 12 capas analisadas, a imagem maior está quase sempre relacionada à matéria de capa. A única exceção, na qual a imagem principal não se relaciona à matéria principal, será apresentada a seguir.

Isto ocorre na capa da edição de dezembro de 2013, cuja matéria principal é sobre como se ter uma alimentação saudável no Verão. Porém, a imagem principal se relaciona à outra matéria, que é anunciada em um box vermelho na parte inferior esquerda. Este box informa que o modelo da capa é o “cara MH”, pois “ele surfou a maior onda do mundo e ainda salvou uma vida”. Desta forma, a imagem que se destaca não corresponde à matéria de capa, que aborda os cuidados para se ter uma refeição saudável no Verão, mas sim aos feitos de um surfista, que é o modelo que ilustra esta capa, como é possível conferir abaixo:

Fig. 3: Capa *Men's Health*

Fonte: *Men's Health* (dez, 2013)

Como se constata acima, mesmo não havendo uma relação direta entre a matéria de capa e a imagem principal, é possível que se faça uma leitura

relacionando-as. Assim, é viável inferir que haja sim uma relação entre o texto que anuncia a matéria de capa e a imagem. Isto ocorre a partir do momento em que se considera que uma alimentação saudável, que também promove mais energia e músculos, como é anunciado pelo texto, auxilia na promoção de um corpo como o do modelo selecionado para esta edição. Corpo este, que representa com êxito a imagem de um corpo saudável.

Desta maneira, a dieta alimentar proposta pela matéria auxiliará no cultivo/produção de um corpo saudável. Portanto, a partir deste exemplo, serão cada vez menores as ameaças à saúde oriundas do consumo excessivo de alimentos com grandes quantidades de gorduras ou outros ingredientes nocivos à saúde. Concomitantemente à alimentação saudável, o indivíduo aumentará as possibilidades de seu corpo apresentar músculos que revelam um abdômen definido, musculoso, belo e que, certamente, irá garantir ao “proprietário” deste corpo, a imagem de uma pessoa que, além de formosa, cuida de sua saúde. Inserindo-se, assim, no imaginário de corpo saudável da MH (o mesmo ocorrerá com os demais membros do modelo que ilustra a capa desta edição).

Esta leitura revela como as linguagens textuais e fotográficas, que são utilizadas na composição das capas, não estão condenadas a uma única combinação que, conseqüentemente, acaba possibilitando um único roteiro de leitura, o que diminuiria a possibilidade de se realizar diferentes interpretações a partir da leitura de uma mesma capa. Assim, é oferecida a possibilidade ao leitor de que ele combine as imagens a mais de uma das matérias anunciadas nas capas. Isto pode resultar em diferentes enunciados. Desta forma, deixa de existir um único enunciado, pois é criada a condição para a “escrita” de outros enunciados.

É isto que permite que, no exemplo acima, a imagem do surfista Carlos Burle possa ser relacionada à matéria que ela ilustra (sobre os seus feitos), mas também à matéria de capa, pois o corpo do surfista é uma imagem adequada para ilustrar os resultados que se podem atingir ao se seguir os ensinamentos apresentados pela matéria. Porém, existem mais duas possibilidades: a de se relacionar a imagem à matéria “Tenha um abdome top sem fazer abdominal” e a matéria “Corra na praia e turbine o shape”. Aqui há espaço para uma observação importante: é viável criar uma relação entre a matéria “Tenha um abdome top sem fazer abdominal” e a imagem, mesmo quando esta esconde o abdome do fotografado, pois se por um

lado, os braços do surfista Carlos Burle escondem seu abdome, por outro eles lhe conferem um ar de autoridade que pode ser transferido para a matéria.

Outro aspecto que deve ser considerado não só na leitura destas imagens, mas na de qualquer outra linguagem ou texto, é o de que as mídias oferecem diversos suportes, e estes exigem que se tomem determinados cuidados para que a efetivação dos fenômenos comunicacionais seja bem-sucedida, pois não se pode perder de vista que

[...] o público é uma entidade compósita que não pode ser tratado de maneira global.

Em primeiro lugar, ele se diferencia de acordo com o suporte de transmissão: *leitores* para a imprensa, *ouvintes* para o rádio, *telespectadores* para a televisão. Com isso é fácil compreender que as reações intelectivas e afetivas do público não são as mesmas de uma mídia para a outra. (CHARAUDEAU, 2013, p. 78, grifos do autor)

Portanto, o conteúdo disseminado pela imprensa deve seguir determinadas normas que não só otimizam sua produção e disseminação, mas que também beneficiem a recepção por parte de seu público alvo, os leitores. Desta maneira, a qualidade da impressão e do papel utilizado pela MH valoriza as imagens presentes em suas capas e, além disso, tornam a leitura mais agradável devido à maior qualidade de sua reprodução.

Esta característica técnica também ressalta o valor simbólico das imagens aqui analisadas e acabam se revelando como um artifício que pode contribuir para reforçar e alimentar os cuidados que se deve ter com os aspectos físicos do corpo, pois são estes que constroem a imagem de um corpo saudável dentro do imaginário de saúde adotado pela MH.

Todavia, retorno à imagem masculina. A forma como ela é construída e publicada permite que se realize o seguinte questionamento: em uma sociedade machista como a brasileira, seria uma boa ideia publicar uma revista voltada para a saúde masculina, na qual a principal imagem da capa sempre é a de um belo e sedutor homem, sendo que em 8 capas eles aparecem sem camisa e em todas as edições, as poses procuram fazer dos corpos fotografados um objeto de desejo?

Neste caso, é preciso observar não só o contexto social e cultural de nossa sociedade, mas o contexto cultural específico do leitor, pois este irá interferir na identificação dos valores simbólicos que as imagens carregam em si, visto que o

contexto cultural e histórico no qual a imagem é inserida poderá ser diferente dentro de uma mesma sociedade, principalmente, na qual a equidade econômica não é um traço da realidade.

Este traço, que se revela cultural e pode também passar pela esfera econômica, cria a possibilidade de um cenário no qual os traços machistas, forte característica de nossa sociedade, percam força, dando espaço a outras leituras destas imagens, permeadas por outros valores simbólicos, como os referentes à saúde. Assim, as imagens em vez de constituírem uma objeção à leitura, podem ser um dos principais estímulos a esta, pois criam o desejo de se ter um corpo saudável e também belo e sensual, como os das imagens masculinas aqui analisadas, além de que as revistas oferecem conhecimentos que auxiliam na busca desse imaginário corporal. É interessante lermos as seguintes palavras de Foucault (1999, p. 63),

Ora, ele próprio é semelhante a signos. Longo grafismo magro como uma letra, acaba de escapar diretamente da fresta dos livros. Seu ser inteiro é só linguagem, texto, folhas impressas, história já transcrita. É feito de palavras entrecruzadas; é escrita errante no mundo em meio à semelhança das coisas. Não porém inteiramente: pois, em sua realidade de pobre fidalgo, só pode tornar-se cavaleiro, escutando de longe a epopeia secular [...] que formula a Lei. O livro é menos sua existência que seu dever. Deve incessantemente consultá-lo, a fim de saber o que fazer e dizer, e quais signos dar a si próprio e aos outros para mostrar que ele é realmente da mesma natureza que o texto donde saiu.

Neste excerto, Foucault apresenta reflexões sobre as relações entre corpo, educação e mídia a partir da ligação do fictício personagem de Dom Quixote com os livros de cavalaria. A partir deste exemplo, é possível realizar uma reflexão semelhante, que deixe os livros de cavalaria de lado e realize uma leitura que relaciona o leitor de hoje, a MH, o corpo e a educação, pois é viável que o leitor se submeta às ordens impostas pela revista na busca da construção (ilusória para a maioria) dos corpos semelhantes aos presentes em suas capas. Esta leitura legitima a presença de belos homens nestas capas, pois qual leitor da revista não gostaria que seu corpo fosse uma reprodução das imagens estampadas na MH? Certamente, não só o leitor da MH gostaria de ter um corpo saudável como os modelos da revista, mas qualquer pessoa de nossa sociedade; o mesmo vale para as imagens femininas.

Assim, em um contexto social como o nosso, no qual a saúde é pauta quase que diária dos principais canais de comunicação e a beleza física tem grande importância, as imagens da capa podem ter como objetivo atrair os olhos dos sujeitos e levá-los à leitura da revista, pois contemplam tanto os aspectos do campo da saúde quanto da beleza, mesmo quando estas trazem homens de beleza e sensualidade inquestionáveis.

Esta observação é de grande importância, pois está diretamente relacionada à lógica simbólica na qual as informações da MH são incorporadas e é esta lógica a responsável pela maneira pela qual os indivíduos regulam as trocas sociais, constroem as representações dos valores e subjazem a suas práticas, criando e manipulando signos e, por conseguinte, produzindo sentido (CHARAUDEAU, 2013, p. 16).

Assim, de acordo com Charaudeau, é esta lógica que permite apresentar as leituras até então feitas e as que virão, pois é a partir da manipulação dos signos, e a imagem constitui um signo, presentes nas capas da MH e do contexto no qual estes se apresentam que lhes serão atribuídos significados e valores. São estes atos de significação e valorização que levarão o sujeito a ler a revista e a querer se apropriar dos conhecimentos e valores que ela lhe comunica. Isto ocorrerá independentemente do fato de as capas da MH serem olhadas como um todo ou de maneira fragmentada (somente a imagem ou o texto). Lembro que o roteiro de leitura realizado pelo leitor afetará as possíveis significações. No entanto, as interpretações nunca deixam de ser permeadas por valores simbólicos.

Aqui, abro parênteses, para esclarecer que ao analisar e atribuir valores simbólicos aos enunciados presentes nas capas, busco não julgar a revista ou os meios de comunicação, mas, sim, entender como o discurso da MH é construído e qual o papel das linguagens utilizadas pela revista (imagens e textos) neste processo. Observo que ao procurar entender como os discursos de saúde da MH são construídos, crio condições para apontar os limites destes e não dos meios de comunicação.

Após esta rápida digressão, é possível retomar a leitura com mais referências que auxiliem as análises de como estas imagens contribuem para a criação de um determinado discurso voltado à sustentação de um imaginário: o da saúde masculina, no qual a beleza se apresenta cada vez mais como um componente indissociável deste discurso da saúde.

Portanto, retomo a análise a partir da forma como a imagem principal é construída. Desta maneira, todas as imagens masculinas são fotografadas a partir do enquadramento conhecido como plano americano (quando o modelo é fotografado do joelho para cima) e sua posição sempre tende para o lado esquerdo da capa. É seu tamanho que permite que esta imagem se destaque, pois em todas as edições, ela ocupa cerca de metade do espaço da capa. Este enquadramento possibilita a valorização dos membros do corpo acima da cintura e, também, facilitam a criação do vínculo entre estas imagens e as matérias de capa, como será melhor abordado a seguir.

Antes, porém, vale destacar que, geralmente, as partes do corpo masculino contempladas pelo plano americano e pela MH em suas capas são as mesmas partes às quais os homens mais dão atenção nos treinamentos de musculação. É normal ver nas academias de musculação homens com costas largas, peitos e ombros salientes e braços fortes, ao passo que as pernas apresentam um grande contraste com a parte superior do corpo, pois, na maioria das vezes, são finas e mostram que elas não são alvos de treinamentos que visem a deixá-las musculosas.

Apesar da forte presença de valores oriundos do campo da beleza, isto não significa que eles excluam qualquer possibilidade de leituras que resultem em interpretações que apresentem outro discurso simbólico dessas imagens: o do corpo saudável, proposta principal da revista. Isto é possível, pois, a princípio, a imagem de um corpo saudável estaria mais próxima de um corpo atlético do que da representação de um corpo que apresente indícios de desleixo, de sedentarismo, da falta de cuidados com alimentação e com a aparência, entre outros, uma vez que os cuidados corporais que contribuem para a promoção da beleza, atingem diretamente o campo da saúde, principalmente os cuidados anunciados pela MH, que são constituídos por dois eixos principais: exercícios físicos e alimentação; eixos que também auxiliam na tentativa de se retardar o envelhecimento, pois este sorve dia a dia a beleza e a condição de saudável de qualquer corpo normal.

Desta forma, com o passar dos anos o corpo vai perdendo sua energia e sua saúde. Por exemplo, a massa muscular diminui ou a capacidade de audição e visão também podem diminuir com o transcorrer do tempo. Este definhamento natural pode representar uma potencial ameaça à saúde do indivíduo idoso, o que faz que a este seja associado a uma imagem de fragilidade e dependência. Por isto, uma imagem vinculada à juventude pode ser a escolha perfeita para se representar a

imagem de saúde. Visto que, na maioria das vezes, a juventude pode ser vista como um sinônimo de força.

Porém, quando o assunto se refere à juventude, é possível encontrar uma exceção que merece uma análise. Na já citada capa da edição de dezembro de 2013, o modelo da capa, Carlos Burle, não é idoso, mas também não é um jovem de vinte e poucos anos (ele tem 46 anos, de acordo com a matéria). No entanto, a imagem de seu corpo pode ser comparada a imagem de um corpo jovem: com músculos que revelam a força e a definição muscular da juventude, atributos que na maioria das vezes, além da genética e da faixa etária, necessitam da prática de atividades físicas e de uma alimentação regrada para serem construídos e existirem na realidade e no imaginário do qual fazem parte.

Isto permite observar que os valores da juventude continuam presentes neste corpo; e este é um constructo determinado não só pela esfera biológica, mas construído também pelas esferas culturais, econômicas, simbólicas e tecnológicas, e, nestas, inclui-se o desenvolvimento de técnicas que visam a estimular e facilitar o cultivo de hábitos saudáveis, sem os quais qualquer beleza “natural” sucumbiria mais rapidamente. Se por um lado, os valores da beleza são importantes para este discurso da saúde, por outro, não há beleza corporal que resista por muito tempo se junto dela não houver saúde.

Em relação aos modelos que aparecem vestidos, dois vestem camisetas (edições de julho e setembro de 2013) e dois trajam regatas (outubro de 2013 e maio de 2014). Os quatro vestem calças jeans.

Abaixo apresento seis capas, quatro com os modelos nus da cintura para cima (que é o modelo predominante) e duas com eles usando camisetas.

Fig. 4: capa Men's Health



Fonte: Men's Health (mar, 2014)

Fig. 5: capa Men's Health



Fonte: Men's Health (ago, 2013)

Fig. 6: capa Men's Health



Fonte: Men's Health (nov, 2013)

Fig. 7: capa Men's Health



Fonte: Men's Health (jan, 2014)

Fig. 8: capa *Men's Health*

Fonte: *Men's Health* (jul, 2013)

Fig. 9: capa *Men's Health*

Fonte: *Men's Health* (set, 2013)

Vestidos ou não, as imagens acima mostram como a revista apresenta os modelos e valoriza o corpo destes. É esta valorização que faz com que os corpos apresentem uma grande semelhança física. Aliás, em algumas figuras acima (4 e 5, 8 e 9), esta semelhança pode se estender aos rostos dos modelos, pois os traços faciais de um modelo são semelhantes aos do modelo da imagem ao lado. Constata-se que quando esta semelhança não é biológica, pode-se construí-la por meio de artifícios culturais, dentre os quais destaco cortes de cabelo semelhantes, assim como o estilo da barba. Entretanto, se for descartado o rosto, ao olhar as imagens acima, pode-se afirmar que existe um padrão de imagem para representar o corpo saudável. Este padrão é formado por belos corpos magros e fortes.

Esta leitura dá espaço à seguinte questão: quem não possui um corpo como os apresentados pelas capas da MH será considerado saudável? A própria MH oferece uma resposta a esta questão, pois suas matérias visam a auxiliar o leitor para que ele transforme seu corpo (ou pelo menos se esforce nesse sentido) em uma imagem que siga as referências ditadas pelos modelos das capas.

É importante registrar que para a maioria das pessoas este desejo é utópico, pois ele não depende apenas do esforço, determinação e disciplina, mas também de fatores biológicos e socioculturais. Como exemplo do papel da MH na construção deste imaginário de saúde, no qual a beleza corporal inquestionável é parte imprescindível, cito as seguintes matérias de capa: “Detone 4 kg em 1 mês” (MH, AGO 2013), “5 kg de músculo em 4 semana” (MH, set 2013) ou “Músculos definidos a jato!” (MH, fev 2014), que contribuem para a construção da imagem de corpo associada aos valores de beleza atuais.

Matérias como estas são encontradas em todas as revistas e permitem a leitura de que o corpo saudável passa a ser um objeto a ser construído a partir do consumo, não só de objetos, mas de discursos e hábitos de comportamento, pois são estes que ditam o que se deve consumir. É desta forma que é alimentado um imaginário de saúde, no qual valores da esfera da beleza educam, pois ao leitor é transmitido um saber alicerçado no modelo de corpo saudável, além dos meios para se alcançar esse modelo. Isto ocorre por meio do aprendizado e exercício das práticas ensinadas pela MH, que sustentam o imaginário de corpo presente na revista e nas mentes dos seus leitores.

Desta maneira, é possível reconhecer o corpo saudável como um objeto construído e consumido de acordo com determinados padrões, formas e fórmulas elaborados e disseminados pelos meios de comunicação. Neste caso, pela revista *Men's Health* que, ao transformar o corpo saudável em um determinado produto a ser consumido, permite que se concorde com Adorno e Horkheimer (1985, p. 99), quando estes afirmam que “a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança” (Adorno, 1985, p. 99). Isso se consolida, pois em todas as capas da MH impera um modelo de corpo saudável formado por imagens de grande similitude, como se pode constatar nas capas reproduzidas acima.

Entretanto, é possível encontrar algumas “falsas” brechas, pois, da totalidade das capas, em duas edições encontro modelos que não são brancos, mas pardos. Em uma destas capas o modelo é o jogador brasileiro de futebol Hulk. Esta edição é a de junho de 2014, mês no qual ocorreu a Copa do Mundo de Futebol no Brasil.

Pode-se levantar a hipótese de que esta capa só foi construída por conta do evento futebolístico, pois o texto da matéria de capa, “Forte como o Hulk! Mande bem na pelada: 8 passos para ter um chute (e pernas) de craque”, reforça esta leitura ao fazer referência ao futebol. Por isto, é possível que a MH fez uma “leitura”

do contexto social brasileiro neste momento e utilizou os conhecimentos obtidos por sua análise do cotidiano para a construção da capa.

Esta última observação permite uma reflexão e um questionamento a partir dos seguintes dados divulgados pela Pnad (Pesquisa Nacional de Amostras de Domicílios): em 2013 o número de pessoas que compunha a população negra chegou a 53% da população brasileira. Isto é, a maioria da população brasileira é negra (segundo o IBGE, a população negra é formada pela soma do número de pessoas que se declara preta e pelo número de pessoas que se declara parda). No entanto, a MH desconsidera esta informação e exhibe em 10 de suas capas imagens compostas por homens brancos, muitas vezes bronzeados, e de uma beleza física inquestionável. Ou seja, homens que não correspondem fisicamente ao aspecto físico da grande maioria da nossa população (maioria negra, como já dito) e que vemos circulando pelas ruas brasileiras.

Este rápido apontamento permite levantar a seguinte questão: qual a razão de ser tão baixo o número de negros nas capas, sendo que eles são a maioria na constituição da população brasileira?

Tentando responder a esta questão, apresento as seguintes hipóteses: primeiro, a maioria dos leitores da revista são oriundos das classes A e B (classes constituídas, como se sabe, em sua grande maioria, por pessoas brancas); segundo, porque o corpo é visto e retratado como uma mercadoria que atende às demandas de mercado e, no caso da MH, ele visa consumidores com certo poder aquisitivo. Desta maneira, pode-se inferir que a maioria dos leitores seja constituída por brancos, o que não impede que haja um número considerável de negros entre estes, mas para saber com precisão o número destes seria necessária uma pesquisa.

Diante da segunda parte da resposta acima, a edição que traz o jogador Hulk em sua capa, corresponde ao período no qual grande parte de brasileiros e brasileiras voltou suas atenções para o futebol. Assim, a leitura que tornaria esta capa diferente (pautada pelo modelo negro e por uma matéria sobre como ter pernas fortes), deixa de ter relevância, ainda mais em um contexto sócio-histórico no qual o esporte que mais chama a atenção das pessoas é jogado com as pernas, nada mais cuidadosamente planejado e acertado do que uma edição na qual a matéria de capa se relacione com uma atividade física que seja focada em exercícios que visem principalmente às pernas.

Nesse sentido, estas edições evidenciam que “os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar sempre como a mesma coisa” (ADORNO, HORKHEIMER, 1985, p. 102). Aqui, o corpo é visto como um produto que é “construído” de acordo com as demandas do mercado, por isto, a cor da pele passa a ser um constructo cultural que atende aos anseios ditados pelos desejos dos consumidores.

Estes são os motivos pelos quais estas edições da MH não buscam satisfazer a anseios de inclusão ou ao desejo de leitores que almejam ter pernas mais fortes e torneadas; mas a de satisfazer a necessidade de consumidores que, neste momento (o da Copa do Mundo de Futebol), buscam satisfazer suas necessidades e desejos oriundos deste evento. Desta forma, ao aproveitar a oportunidade oferecida por este contexto, a revista não deixa escapar uma oportunidade vital para sua sobrevivência: a de tentar impulsionar suas vendas. Isto é, atingir seus objetivos econômicos ao estimular a venda do maior número de exemplares possíveis e buscar não só manter, mas conquistar novos anunciantes.

Outra hipótese que não pode ser descartada é a de que esta capa foi construída com a imagem de um negro pelo fato de ele ser o jogador que mais se identifica com a imagem de corpo saudável construída pela MH. Portanto, não se pode descartar a conjectura de que se houvesse um jogador branco com pernas mais fortes e beleza similar a do jogador Hulk, provavelmente este também teria chances de ser escolhido como o corpo perfeito para esta capa, pois o modelo branco teria todos os atributos utilizados na construção do imaginário de corpo saudável disseminado pela revista.

Assim, a saúde se torna visível nos atributos de vigor, força, juventude e beleza, como fica evidente em todas as capas. Vale mencionar que, certamente, todos os jogadores da seleção brasileira de futebol são saudáveis, mas nem todos apresentam dois valores presentes no discurso imagético de saúde desta edição da MH: o de força e o de uma beleza viril, como pode ser constatado na imagem do jogador Hulk.

Em relação à outra capa que traz um modelo negro (MH, abril 2014), resalto que o modelo fotografado, apesar de negro, também pode ser visto como um homem que apresenta um bronzeado impecável, além de uma pele bronzeada, que é o desejo de grande parcela de nossa população. Abaixo, apresento esta capa e a que traz o jogador Hulk.

Fig. 10: capa *Men's Health*

Fonte: *Men's Health* (Abr, 2014)

Fig. 11: capa *Men's Health*

Fonte: *Men's Health* (Jun, 2014)

Após apresentar estas duas capas, nas quais suas imagens permitiram abordar como os aspectos comerciais da MH foram contemplados, a partir de uma leitura do contexto no qual elas foram publicadas, observo que, por conta da lógica econômica nas quais os meios de comunicação estão inseridos, estes, muitas vezes, têm sua credibilidade questionada. Isto se dá pelo fato de ser necessário criar estratégias que visem aos objetivos comerciais (entendidos como o crescimento do número de leitores, o aumento do número de exemplares vendidos, assim como o dos espaços para propaganda). São estas necessidades econômicas que muitas vezes fazem com que os meios de comunicação se tornem alvo de críticas que podem abalar sua credibilidade, pois a preocupação com o aumento de vendas de exemplares e espaços publicitários pode afetar a qualidade das informações divulgadas. Porém, não se pode ignorar que

De um ponto de vista empírico, pode-se dizer que as mídias de informação funcionam segundo uma dupla lógica: uma lógica econômica que faz com que todo organismo de informação aja como uma empresa, tendo por finalidade fabricar um produto que se define

pelo lugar que ocupa no mercado de troca de bens de consumo (os meios tecnológicos acionados para fabricá-lo fazendo parte dessa lógica) [...]. (CHARAUDEAU, 2013, p. 21, grifo do autor)

Desta forma, não se deve perder de vista que a revista é um produto colocado no mercado por uma empresa e que para a sua sobrevivência e crescimento ela depende que seu produto gere lucros que garantam sua saúde financeira. Portanto, a publicação não pode perder de vista os anseios e os desejos do mercado. Sendo assim,

falar de “mercado” é falar de um público consumidor, logo, da possibilidade de atingi-lo num sistema econômico de livre concorrência. Assim sendo, coloca-se a questão, para cada organismo de informação, de *como capturar esse público* [...]. (CHARAUDEAU, 2013, p. 21, grifos do autor)

Desse modo, identificar quais são os desejos e necessidades do consumidor é uma estratégia vital para a MH, assim como para qualquer empresa de comunicação ou não, que deseje sobreviver no mercado atual. Destarte, a MH procura, ao criar uma capa voltada para a Copa do Mundo de Futebol, atender aos anseios de uma possível faixa de leitores e, quem sabe, conquistar novos leitores que tenham sua atenção para a MH despertada, não pelos conteúdos que ela costuma publicar, mas por uma de suas pautas desta edição: o futebol, que é representado pela imagem do jogador Hulk.

Esta discussão sobre a estratégia da MH de publicar uma capa voltada para a copa do mundo permite retomar a leitura que vem se repetindo no transcorrer desta pesquisa: a de que as imagens masculinas revelam e reforçam um imaginário de corpo saudável masculino povoado por imagens de homens musculosos, bonitos (e brancos em sua maioria), e que são fundamentais para o discurso de saúde da revista, ainda mais neste caso, em que a MH procura satisfazer os anseios e desejos de seus leitores, afinal, qual homem não gostaria de possuir um corpo semelhante aos que ilustram as capas da MH? Desta forma, é plausível a ideia de que a MH utiliza na construção de suas capas um imaginário reconhecido por grande parte da população.

Antes de continuar, vale constatar que apesar de valores estéticos estarem se apresentando de forma recorrente neste trabalho e, às vezes, ocupando um primeiro plano nesta análise, não se pode negar que estes corpos repletos de uma

valorização estética também são pertencentes – e indissociáveis – ao imaginário da saúde, como já apontado em várias passagens. Isto é, os corpos dos modelos fornecem indícios (barriga sem gordura e membros com musculatura definida, por exemplo) de que são resultados de práticas recomendadas a uma vida saudável. Destarte, os discursos de beleza fazem parte imprescindível deste constructo, deste imaginário de saúde apresentado pela MH.

Por último, das capas analisadas, 5 edições têm seus modelos fotografados em uma praia. Estas capas correspondem aos meses que vão de novembro de 2013 a março de 2014, ou seja, os meses mais quentes do ano e nos quais os brasileiros procuram frequentar as praias. Esta ambientação nas quais são produzidas as fotos, também favorecem a exibição dos corpos, pois na praia, em grande parte, o vestuário masculino é formado por bermudas ou sungas. No caso da MH, todos vestem bermudas. O uso deste figurino fortalece a leitura, já apresentada, na qual as pernas não são o principal alvo da vaidade masculina, pois as bermudas escondem boa parte das pernas. Aliás, dado o recorte que o plano americano realiza no corpo humano, e que é utilizado em todas as edições, as bermudas escondem a única parte da perna que seria visível.

Vale registrar que o cenário da praia também pode promover um sentimento de empatia entre a revista e o leitor, pois as praias são um dos traços geográficos mais valorizados da identidade do Brasil e motivo de orgulho de grande parcela dos brasileiros.

Nas demais capas o fundo é branco. Aqui é importante destacar que o branco “simboliza a luz, e não deve ser considerado cor, pois de fato não é” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 97). No caso das capas da MH que possuem este fundo, é possível perceber uma maior facilidade para se ler as matérias anunciadas, pois o texto fica destacado quando se tem como base o fundo branco e suas palavras escritas em cores que contrastam quando sobrepostas ao branco.

A segunda imagem que compõe as capas, sempre é a de uma mulher. Mas antes de apresentar uma leitura destas imagens femininas, é importante responder a seguinte questão: qual o papel destas imagens de mulheres de grande *sex appeal* em uma revista que é destinada para a saúde masculina?

Em uma sociedade na qual o desempenho é um valor inquestionável, é interessante perceber que, na maioria das vezes, para uma vida sexual masculina ser considerada saudável, ela deve ser contabilizada. Isto é, quanto maior o número

de relações sexuais e, principalmente, de parceiras que um homem tiver, melhor será a sua imagem diante da maioria da sociedade, principalmente frente a seus pares. É este desempenho sexual que possibilitará a qualquer sujeito seu reconhecimento como um homem de grande sucesso. Desta forma, é possível afirmar que um alto desempenho sexual é um elemento primordial na construção da imagem de um sujeito bem-sucedido, e este desempenho sexual só é possível para um corpo saudável. Consequentemente, só um corpo saudável será reconhecido como um corpo viril e somente este corpo será alvo do desejo sexual feminino.

O parágrafo acima permite o resgate das imagens estereotipadas dos “ganhões”. Este vocábulo se refere tanto à gíria que significa homens que possuem um grande número de parceiras sexuais, quanto aos cavalos reprodutores que possuem grande beleza, graças ao corpo e porte físico perfeitos; e também são vistos como excelentes reprodutores. Isto, graças a uma genética perfeita e saudável e, também, à “ideia de potente” virilidade que eles comunicam por meio de suas imagens. As qualidades conferidas a estas imagens equinas e à gíria, que nasce a partir destas qualidades conferidas aos cavalos, podem ser atribuídas aos modelos das capas da MH que, além de belos, também comunicam, por meio de suas imagens corporais, as ideias e valores de sedução, saúde e virilidade.

Desta forma, nada mais compreensível do que o leitor, que se identifica com os valores produzidos pelas imagens masculinas das capas da MH, busque ter relações com mulheres de beleza e sensualidade inquestionáveis, como as que também ilustram as capas da MH, pois estas mulheres, graças, acredita-se, a uma saúde perfeita, acabam sendo vistas como a imagem “perfeita” de “mulheres perfeitas”. Isto é, lindas, sensuais e muito, muito “gostasas”, verdadeiras “potrancas”. Mulheres desejadas por “todos” os homens, mas inacessíveis para a maioria deles. Porém, não para os leitores da MH, que, graças aos conhecimentos compartilhados pela revista, acreditam que com disciplina e determinação é possível transformar seus corpos em corpos como os que ilustram as capas da MH (saudáveis, viris e sedutores). Corpos que a “mais perfeita e bela” mulher certamente desejará para satisfazer seus anseios sexuais. Outro benefício que a revista oferece é o de “ensinar” ao leitor como corresponder às expectativas e necessidades sexuais de qualquer mulher; inclusive as de mulheres como as que ilustram suas capas.

Vale observar que, na maioria das vezes, uma relação sexual, principalmente com uma nova pessoa, causa um enorme bem-estar. Esta sensação é tamanha a

ponto de permitir que os ditos populares criem expressões como: “sexo rejuvenesce” ou “sexo faz bem para a pele”. É importante perceber que estas expressões são construídas a partir do vocábulo “sexo” e não “amor”, que representa outro valor simbólico de nossa sociedade, mas que, ao contrário do primeiro, exige um alto grau de afetividade entre ambas as partes; enquanto o primeiro só exige desejo, atração e corpos saudáveis.

As imagens femininas, apesar de muito pequenas, podem auxiliar na tarefa de despertar o interesse do público masculino pela revista. Desta forma, estas imagens também teriam como objetivo estimular as vendas e, assim, estariam relacionadas à lógica econômica, pois a leitura acima já mostrou como é possível atrelar estas imagens à lógica simbólica. Porém, esta é uma leitura sustentada apenas pelo interesse e curiosidade que as imagens provocaram em mim. Isto é, por uma leitura pessoal.

Em relação à imagem em si, fica claro que o aspecto físico das modelos é semelhante ao das imagens masculinas: corpos definidos (sem acúmulo de gordura em nenhuma região), belos, sensuais e sedutores. Porém, diferentemente das imagens masculinas, aqui não há nenhuma modelo negra. Por outro lado, todas apresentam um bronzeado impecável que, em sua maioria, destaca-se mais do que nas imagens masculinas. Assim, há uma valorização do tom de pele mais escura nas imagens femininas. Registro que a modelo da capa da edição de julho de 2013 exibe um bronzeado tão perfeito a ponto de acreditar-se que se trate de uma pessoa parda.

A maior diferença entre estas imagens e as masculinas diz respeito ao tamanho. As primeiras são reproduzidas em tamanho bem menor, como é possível verificar nas capas já reproduzidas. Os pontos de semelhanças entre as imagens estão no plano utilizado pelos fotógrafos, pois o plano americano é o selecionado para se realizar todas as fotografias, sejam elas femininas ou masculinas; e, mais importante, em determinadas características físicas que alimentam este imaginário de corpo saudável. Isto é, corpos moldados por um padrão de beleza indissociável da imagem de saúde e sensualidade.

De acordo com Guimarães (2003, P. 69), “os planos provocam aproximações ou distanciamentos da imagem em relação ao leitor ou telespectador”. Assim, ao utilizar o plano americano, a MH procura eliminar a possibilidade de a imagem não despertar o interesse do leitor, por conta de seu tamanho reduzido. Desta forma, o

plano americano permite que as modelos sejam fotografadas em poses sensuais e provocantes que valorizem seus corpos e que estas, por sua vez, despertem a atenção e o interesse do leitor pela revista, apesar do tamanho reduzido da reprodução de suas imagens. Para auxiliar o “plano” nesta tarefa que lhe é conferida, em todas as capas o figurino das modelos é constituído de biquínis que valorizam seus corpos e a sensualidade destas. A única exceção fica por conta de uma edição na qual a modelo veste um pequeno short jeans e a parte superior de um biquíni. Porém, o resultado é o mesmo, pois esta composição (shorts + biquíni) auxilia a modelo na tarefa de expressar sua sensualidade e de revelar a beleza de seu corpo.

Antes de apresentar dois exemplos que permitem verificar como as imagens femininas são dispostas dentro do projeto gráfico das capas da MH, chama a atenção o fato de que as capas brasileiras seguem o mesmo projeto gráfico e de conteúdo das edições norte-americanas da MH. Entretanto, não se encontra a imagem feminina na maioria das capas da MH publicadas nos EUA. Portanto, a diferença entre as edições brasileiras e a dos EUA fica por conta de que as edições norte-americanas, geralmente, contam apenas com a imagem masculina em suas capas, enquanto as brasileiras apresentam as imagens masculinas e femininas em todas as edições aqui analisadas. Abaixo, apresento os exemplos.

Fig. 12: capa revista *Men's Health*



Fonte: *Men's Health* (Ago, 2013)

Fig.13: detalhe da capa revista *Men's Health*

Fonte: *Men's Health* (Maio, 2014)

Acima é possível ter uma ideia do tamanho das imagens femininas em comparação com as masculinas. Também é possível ver a região na qual as imagens femininas estão posicionadas em sua grande parte, pois em nove edições elas se encontram na parte superior esquerda (como nos exemplos acima), em duas edições na parte inferior direita e apenas em uma das capas a modelo se encontra posicionada na parte inferior esquerda. Junto a estas imagens há sempre o anúncio de uma matéria sobre sexo. As figuras acima ilustram o resultado das construções das imagens femininas, pois as imagens são construídas por meio do plano escolhido pelo fotógrafo, pela iluminação, pelo figurino utilizado, pela maquiagem, pela interpretação da modelo etc. Vale lembrar que estas figuras são um recorte da capa. Portanto, o restante do corpo do modelo é excluído nestas figuras. Esta leitura também pode ser conferida nas capas já reproduzidas no decorrer desta pesquisa.

As figuras 12 e 13 permitem outra leitura que se difere da que foi apresentada no início destas análises das imagens femininas. Também farei uso da lógica simbólica (Charaudeau, 2013) para apresentar esta nova leitura. Esta revela que as mulheres não são diminuídas apenas no tamanho da fotografia, na qual suas imagens são construídas e representadas, mas também em seu valor cultural que é construído a partir de valores oriundos de nosso contexto cultural.

Portanto, se em todas as edições as fotografias mostram mulheres belas, o foco destas não é divulgar e/ou homenagear a beleza feminina, mas sim o de explorar da melhor forma possível outra característica que, na maioria das vezes, possui uma forte relação com a beleza: a sensualidade. Desta maneira, as imagens

femininas, sempre muito sensuais e provocativas, podem ter como principal objetivo o de auxiliar para que o interesse pela leitura da revista ou dos textos que as acompanham seja despertado.

Como as duas figuras acima mostram, há sempre um texto próximo à imagem feminina, sendo que, em 10 edições, as imagens estão sobre o texto (aqui há uma linha sobre o texto que permite se construir a ideia de que o texto serve de apoio para a imagem) e em duas edições o texto se encontra à esquerda da imagem. Estas composições permitem a criação de um texto composto por duas linguagens: a fotográfica e a da palavra escrita.

Após apresentar estes pontos sobre texto e imagem, é hora de apresentar a nova leitura realizada a partir da lógica simbólica. Para isto, também faço uso da parte textual que acompanha as imagens presentes nas figuras 12 e 13 (respectivamente). Portanto os textos “O guia MH do sexo oral (elas vão adorar)” e “Teste Saiba o que elas querem e se de bem” (referentes às imagens 12 e 13, respectivamente) reforçam a construção de um imaginário no qual a mulher pode ser vista como uma presa sexual e o homem como um infalível caçador.

Nas outras edições, segue-se uma padronização do conteúdo presente nas figuras 12 e 13, e na forma como eles são apresentados. Desta forma, sempre se encontrará a imagem de uma mulher muito sexy e provocante junto a textos “instrutivos” como: “Sedução: ela vai se derreter pelo seu jeito” (MH, nov 2013), “O manual da rapidinha” (MH, dez 2013), “Faça mais sexo com ela” (MH, jan 2014), “Edição especial sexo: acerte no xaveco transe ainda melhor dribla doenças” (MH, fev 2014), “Na cama com ela! 9 ideias para sair da mesmice” (MH, mar 2014), “Sexo! Mande bem no primeiro encontro” (MH, abr 2014) e “Sexo no inverno: tá esfriando? Saiba manter o corpo dela em brasa” (MH, jun 2014).

A única exceção fica por conta da edição de fevereiro de 2014. Esta sim faz uma referência direta ao campo da saúde, pois nela o leitor encontrará conhecimentos para, conforme o texto da capa, “driblar” as DSTs (doenças sexualmente transmissíveis). Existe a possibilidade de esta matéria ter sido escrita e publicada pelo fato de o mês de sua publicação, fevereiro, ser o mês em que ocorre o Carnaval e, conseqüentemente, este ser um período no qual é grande a possibilidade de infectados por DSTs aumentar. As demais matérias visam ao sucesso dos homens com as mulheres e como otimizar e melhorar a performance masculina na cama.

Desta maneira, em um primeiro momento, as imagens femininas podem despertar a atenção do leitor e/ou possível consumidor, mas no momento em que se segue a leitura dos textos que as acompanham, a significação pode ser outra. Nos dois exemplos apresentados, é possível que a significação decorrente da leitura do conjunto “imagem + palavra” (igual a texto) seja: você, leitor, pode conquistar uma mulher como as que estão representadas em nossas capas se estiver disposto a aprender sobre o que temos a dizer a respeito do sexo oral (figura 12) e se souber o que sabemos sobre os desejos femininos (figura 13). Assim, a mulher é vista somente de um ponto de vista machista, que a enxerga unicamente como um objeto sexual e que, em uma sociedade de consumo como a nossa, deve ser consumida voraz e insaciavelmente. Consumo este que é fundamental para a saúde masculina, pois alivia, relaxa e causa um enorme bem-estar; além de um grande reconhecimento social por conta de seus pares.

Esta ideia de “consumo insaciável” pode ser reforçada pelo uso do pronome pessoal feminino “ela”, que é apresentado no plural nas figuras 12 e 13. Isto permite que o leitor tenha “acesso” ao universo feminino, no que tange ao conhecimento oriundo dos desejos sexuais das mulheres. Dessa forma, o texto “Teste: saiba o que elas querem e se dê bem” (figura 13) pode ser lido como: saiba o que “todas” as mulheres desejam de você. Esta leitura é possibilitada pelo uso no texto do pronome feminino “ela” no plural. Desta forma, o leitor aprenderá não só como satisfazer, mas também a ser um sucesso na cama de qualquer de mulher, das mais fofas às mais frias, das mais recatadas ou mais atiradas às mais românticas e a outros perfis de mulheres com as quais ele possa vir a se relacionar.

Concluo, com a ideia de que

A exploração da sensualidade, o embelezamento da embalagem e a preocupação com a imagem e suas impressões, entre outros aspectos, acompanham quase sempre a diminuição qualitativa e quantitativa do uso social de mercadorias (COSTA, 2002, p. 98)

Isto é, as mulheres embaladas em minúsculos biquínis e embrulhadas por peles bronzeadas são reduzidas a mercadorias, revelando a importância da ideia de consumo, não o consumo responsável e regrado, porém o consumo insaciável. Por isto, como afirmado acima, as imagens femininas são imagens de objetos sexuais. Mas objetos que terão seu valor atribuído por determinados traços físicos e pela

rapidez com que serão devorados e descartados. E para que este fenômeno de consumo ocorra com sucesso, é fundamental que as imagens, nas quais são constatados os valores atuais de beleza e sensualidade, transmitam a ideia de que antes de bonitos e sedutores, estes corpos são saudáveis, pois a saúde é pré-requisito para um corpo ser reconhecido como modelo de beleza e sensualidade.

2.2 Texto

Antes de apresentar a análise de conteúdo dos textos presentes nas capas da MH, analisarei os recursos utilizados para a escrita do texto (tipos de fontes, pesos, cores, tamanhos etc.). Isso se faz importante, pois “até mesmo a escolha da tipologia da letra com a qual se escreve o texto pode denotar sentimentos, emoções ou características do produtor e do receptor da mensagem” (GONÇALVES, 2006, p. 16). Assim, justifica-se esta parte da análise, visto que a forma adotada pela revista para se expressar interferirá na forma como o leitor se relacionará com a revista e no resultado desse processo comunicativo.

2.2.1 Fontes, cores, formas...

Esta parte tem início com uma análise sobre as fontes utilizadas nos textos presentes nas capas. Isto é necessário, pois não devemos esquecer que o objetivo principal da escolha dos tipos (fontes, letras) a serem empregados em um texto é o de promover a comunicação (WILLIAMS, 1995, p. 73). Portanto, as fontes utilizadas contribuem para a criação de uma estética permeada de valores e significações que visam à construção da identidade da revista; entretanto, não se deve perder de vista que a função principal das fontes é a de garantir o êxito do fenômeno comunicativo. Esta observação deve ser estendida para qualquer outra parte da revista que faça uso da palavra escrita.

Todos os textos que anunciam as matérias presentes nas capas são escritos em caixa-alta (maiúscula) e pertencem a uma tipologia oriunda do grupo de tipos sem serifa. Segundo Williams (1995, p. 87), uma das principais características desses tipos é o de que “os tipos sem serifa são quase sempre de peso igual, o que significa que – virtualmente – não há uma transição grosso-fino visível nos traços, as letras têm sempre a mesma espessura”.

Diante desta característica, além do distanciamento que separa uma matéria de outra, a MH faz uso de diferentes pesos, que podem ir do light (quando a fonte é

escrita com traços bem finos) ao extra black (quando as letras possuem traços grossos) para separar o anúncio de uma matéria do de outra. Mais adiante, veremos que a MH também faz uso de outro recurso para que o leitor possa distinguir as matérias que são anunciadas em suas capas: a cor.

Em relação ao logotipo, ele sempre se encontra na mesma posição (próximo à margem superior da capa) e sua tipologia (as letras) faz referência ao estilo moderno, pois de acordo com Williams (1995, p. 85),

Os tipos modernos têm serifa, mas agora elas são horizontais [...] Como uma ponte de aço, a estrutura é forte, com uma transição grosso fino radical – ou contraste – nos traços. Não há evidências da inclinação da pena; a ênfase é perfeitamente vertical. Os tipos modernos têm uma estética fria e elegante.

Esta apresentação sobre as características da tipologia moderna, realizada por Williams, permite atribuir valores e qualidades, como os de elegância e de modernidade, ao logotipo da MH. Desta maneira, por meio de seu logotipo, a revista “transfere” estes positivos valores simbólicos a si mesma. O mesmo pode fazer o leitor que, conscientemente ou inconscientemente, atribui estes mesmos valores (de elegância e modernidade) à MH, por meio da leitura do logotipo, e a si mesmo, por meio da leitura da revista. Portanto, os elementos que participam da construção do logotipo (as fontes, suas formas, suas cores), além de o materializarem, também o tornam relevante, ao permitirem que a ele se atribuam valores simbólicos, oriundos do meio social (aqui destaque, além da elegância, a força).

Outra característica do logotipo é a de que ele é escrito na cor vermelha em 10 das 12 capas aqui analisadas. Esta informação é importante, pois as cores utilizadas na capa não são escolhidas de forma gratuita, já que cada cor interfere na leitura do leitor e, conseqüentemente, na forma como a revista pode agir sobre a leitura dos aspectos emocionais do leitor e sobre a forma como ele interage com a revista, porque

A cor de uma apresentação (embalagem, rótulo, logotipo...) deve estar de acordo com o caráter e a qualidade do conteúdo/conceito e deve ser ajustada com os requerimentos psicológicos e culturais do público a que se destina. Apesar de a maior parte das pessoas não ter consciência disso nem tampouco da carga simbólica da cor, todos nós, quando nos deparamos com cores positivas e bem combinadas, reagimos favoravelmente e nos deixamos levar pela atração que elas

exercem sobre os nossos sentidos. (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 2)

Desta forma, a preponderância da cor vermelha deve ser interpretada, pois ela permite inúmeras leituras. Sendo assim, se, por um lado, existe a possibilidade de a palavra “saúde” remeter a imagens que denotam falta de saúde (doenças, sofrimento, dor etc.) e a cor vermelha à sangue, machucados, ferimentos etc.; por outro lado, o emprego da cor vermelha no logotipo pode levar à construção de uma representação constituída por imagens de força, de juventude e de vida – visto que estas são as características de uma pessoa saudável. Assim, a cor vermelha, na maioria das edições da MH aqui analisadas, também contribui para criar um enunciado que pertença ao gênero do discurso da saúde.

O vermelho é uma cor que, para a maioria das pessoas, também faz referência às imagens relacionadas ao universo da saúde. Por exemplo, nas ambulâncias presentes nos desenhos animados há sempre uma cruz vermelha; ou no logotipo tipo da Cruz Vermelha Brasileira (que atua na área de socorro às vítimas de desastres ou na área de saúde comunitária), que também faz uso desta cor na construção de sua identidade. Nestes casos, a cor vermelha pode ser associada à salvação do corpo humano diante das ameaças à sua saúde.

Porém, não são todas as capas aqui analisadas que trazem seu logotipo em vermelho. As exceções ficam por uma edição na qual ele aparece na cor azul (outubro 2013) e outra na qual ele é publicado na cor preta (abril 2014). Entretanto, estas duas edições não inviabilizam que se realize uma leitura na qual as cores utilizadas nestes casos contribuam para a construção de uma identidade e de enunciados relacionados ao gênero de discurso da saúde.

Desta maneira, para a escolha da cor azul, é possível a seguinte referência que justifique sua utilização, pois “[...] o azul é a cor do divino, a cor do eterno. A experiência continuada converteu a cor azul na cor de tudo que desejamos que permaneça, de tudo que deve durar eternamente” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 102).

Assim, ao escolher a cor azul para o logotipo, não se perde a relação entre a cor deste e a saúde. Esta escolha também permite criar uma relação entre saúde e outro estágio da vida humana na qual, na maioria das vezes, o vigor e a saúde reinam com alegria: o período da juventude. Assim, a cor azul pode ser relacionada

com o utópico desejo humano pela eterna juventude, pois o azul no logotipo representaria a utopia de termos um corpo eternamente jovem e saudável, como os corpos representados nas capas. Aliás, este desejo pela juventude perene é expresso no título da matéria “8 passos para prolongar sua juventude” (capa da edição de maio de 2014).

Já a cor preta utilizada no logotipo da edição de abril de 2014, pode ser interpretada não como uma cor mórbida que remete ao luto, mas como uma cor que vise a relacionar a MH a um produto refinado, pois a cor preta “em determinadas situações, é signo de sofisticação e requinte [...] Às vezes, tem conotação de nobreza, seriedade e elegância” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 98). Esta leitura permite lembrar que para se ter um corpo saudável, na maioria das vezes, não basta este desejo, pois esta aspiração implica na disciplina e determinação com as quais o corpo deve ser cuidado e sua saúde cultivada. Além disto, pode-se visualizar a representação de um corpo saudável como um corpo elegante. Por exemplo, da mesma forma que a postura correta atribui elegância para um corpo, ela, concomitantemente, cuida da promoção da saúde deste, ao prevenir futuros problemas de coluna decorrentes da má postura. Também não se pode ignorar que ao associar a cor preta à nobreza, cria-se condição para reforçar que o imaginário de saúde da MH é o imaginário de saúde de uma classe socioeconômica com certo poder econômico e não um imaginário social acessível a qualquer pessoa.

É esta ideia que permite apresentar a leitura de que todas as imagens masculinas reproduzidas nas capas analisadas possuem posturas que criam e reforçam um imaginário composto por imagens que transmitem segurança, força e carisma, atributos que são importantes e viabilizam a construção de uma imagem relacionada a valores como a elegância e, ao mesmo tempo, são sinônimos de saúde (uma vez que no imaginário do senso comum, o indivíduo saudável não será barrigudo, careca, corcunda e feio). Portanto, a cor preta do logotipo pode contribuir para a construção de um imaginário constituído por corpos saudáveis e, conseqüentemente, belos e elegantes. Estas imagens condizem com as apresentadas pelas capas da MH.

Continuando a análise do uso das cores nas capas, como já anunciado, verifica-se que elas também são utilizadas para separar as diferentes matérias anunciadas nas capas. Desta forma, os textos são escritos nas cores preta, cinza, vermelha, azul e pelo branco (que não é cor), sendo que, na maioria das vezes,

cada capa utiliza pelo menos três destas cores mais o branco. Há apenas duas capas nas quais são utilizadas apenas duas cores (observando que nestas o branco não é empregado). Estes dois recursos permitem a criação de contrastes entre os diferentes enunciados presentes nas capas, possibilitando que eles não se misturem e que se destaquem em relação aos demais textos com os quais dividem espaço.

Além de separar uma matéria de outra, a criação de contrastes é muito importante, pois, de acordo com Williams (1995, p. 80), um contraste marcante “atrai os olhos” e “uma das maneiras mais eficazes, simples e satisfatórias de se conferir contraste a um desenho é através da tipologia”.

Há mais um recurso utilizado pela MH na criação de contraste, pois em todas as edições, a revista grifa o texto de forma com que o leitor se lembre das canetas “marca textos”, que são muito utilizadas para se marcar uma passagem importante de algum texto. Os textos que apresentam as matérias são curtos e em cada capa há cerca de sete textos. Abaixo apresento um exemplo que contempla tudo que foi dito até então sobre estes aspectos técnicos da escrita.

Fig. 14: capa revista *Men's Health*



Fonte: *Men's Health* (fev, 2014)

A figura acima mostra como as cores, pesos e tamanhos das fontes criam os contrastes que separam uma matéria da outra e, principalmente, despertam a atenção dos leitores. Também é possível verificar o uso do recurso que lembra as canetas marca-texto, que são muito utilizadas pelos estudantes universitários. Esta observação permite realizar a leitura que se segue.

Assumindo o papel de um educador, a revista tenta orientar e persuadir o leitor (que assume o papel do estudante) sobre quais as partes do texto que merecem uma atenção maior. No caso do exemplo da figura 14, este recurso (do marca-texto) é utilizado três vezes. Na cor amarela, ele destaca a matéria de capa “Músculos definidos a jato!”; ele também é utilizado na cor azul, com a finalidade de chamar a atenção para o fato de que esta edição traz uma matéria especial sobre sexo e, por último, informa e dá relevância ao fato de que a revista foi eleita como a melhor revista masculina do Brasil. Ao se utilizar este recurso para destacar a matéria de capa e a matéria especial sobre sexo, o marca-texto acaba permitindo que se crie uma relação entre as duas matérias, pois um corpo musculoso pode ser um importante fator para uma vida sexual bem-sucedida. Entende-se aqui por “bem-sucedido” relacionar-se com um número grande de mulheres, como dá a entender a parte do texto que diz “acerte no xaveco”.

Outra característica do uso deste recurso (marca-texto) é a predominância da cor amarela. Uma das possíveis explicações para esta escolha é a de que esta cor pode ser vista como uma cor que visa a estimular a ação (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 101). De acordo com esta proposição, é coerente a escolha da MH de fazer uso desta cor para destacar as matérias que têm como um dos objetivos estimularem seus leitores a alguma ação. Outro exemplo está na matéria da edição de julho de 2013, na qual a MH apresenta a seguinte matéria “Detone seus pneus!”. Neste texto, a palavra pneu (que, neste caso, representa barriga) é grifada pela cor amarela. Assim, o amarelo pode auxiliar o leitor para que este aja conforme a ordem dada pela matéria. Vale mencionar que o uso do verbo na forma imperativa, neste caso o verbo detonar, auxilia a cor amarela na tarefa que lhe é destinada: a de estimular seu leitor a emagrecer.

Antes de apresentar a definição de texto aqui utilizada e a leitura dos conteúdos dos textos que fazem parte desta pesquisa, observo que o “marca-texto” utilizado no canto superior direito ressalta que a MH foi eleita como a melhor revista masculina. Chama a atenção o formato desta marcação, pois ele lembra um “selo de

qualidade”; e aparece pela primeira vez na edição de dezembro de 2013, seguindo ininterruptamente até a última edição analisada nesta pesquisa, a de junho de 2014. A edição de julho deste ano, que não é analisada aqui, já não faz uso deste recurso. Portanto, este “selo de qualidade” construído com o uso do “marca-texto” aparece em 7 capas que são publicadas em dois anos diferentes, de dezembro de 2013 a junho de 2014. Isto pode fazer com que leitores que leram alguma edição de 2013, achem que este fato corresponde a este ano e os que leram a revista apenas a partir de janeiro de 2014 achem que esta informação se refere ao ano de 2014. Há ainda a possibilidade de um fiel leitor da revista, por falta de atenção, acreditar que este reconhecimento diz respeito a dois anos, 2013 e 2014, pois não é informado o ano que no qual a revista foi reconhecida como a melhor revista brasileira.

Antes de apresentar a análise dos conteúdos dos textos que anunciam as matérias, apresento a concepção de texto pela qual me guio. Portanto,

[...] devemos definir o texto como uma *máquina preguiçosa* que não executa todo o trabalho que deveria executar, e construída de maneira a pedir ao leitor que execute uma parte do próprio trabalho. Em outras palavras, o texto é um tecido cheio de buracos, repleto de *não-ditos*, e todavia esses não-ditos são de tal modo não-ditos que ao leitor é dada a possibilidade de colaborar, para preencher e dizer esses não-ditos. Em segundo lugar, para que o leitor de um texto possa proceder dessa maneira é necessário que o texto, de algum modo, proponha uma imagem do Leitor Modelo que ele prevê. (ECO, 1984, p. 97, grifos do autor)

É esta bem-humorada concepção de texto (uma máquina preguiçosa) de Eco, que permitiu apresentar as leituras feitas até então (e as que virão), pois todas as leituras apresentadas foram resultado de algum esforço interpretativo. É este esforço que Eco define como o que se espera de um “leitor modelo”. Ou seja, que ele realize o trabalho interpretativo. É importante observar que pelo fato de a MH ser um produto comercial, ela vai, muitas vezes, tentar com que as possíveis interpretações sejam feitas de acordo com a mensagem que ela gostaria de passar. Ela tem por objetivo que a maioria de seus enunciados sejam identificados como discursos que integram os gêneros do discurso da saúde e auxiliem seu leitor na promoção desta.

Por isto, é relevante a ideia de que

na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. *A palavra está sempre*

carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida. (Bakhtin, 2010, p.p. 98-99, grifos do autor)

Bakhtin, ao afirmar que a palavra está sempre carregada de um sentido ideológico ou vivencial, permite que eu tenha referências para apresentar uma leitura, por meio da qual, afirmo que o leitor da MH identifique nos enunciados da revista valores que, possivelmente, influenciam seu comportamento, pelo fato de estes serem pertinentes para sua vida. Os enunciados da revista permitem que o leitor crie uma relação que transcenda o simples ato da leitura e passe a fazer parte de seu modo de viver.

Esta ideia pode ser constada quando se considera que tantos os regimes alimentares quanto a prática de atividade física são enunciados que representam valores e práticas sociais que são construídos a partir da necessidade dos leitores serem saudáveis. É este objetivo que possibilita à MH apresentar sua imagem ideal de saúde. Imagem para qual, em sua construção, são essenciais valores oriundos do âmbito da beleza “construída”, isto é, beleza definida por valores e práticas contextualizados em determinada época e cultura. Desta forma, o discurso da revista atende não só à necessidade biológica de seu leitor, à saúde (que também pode ser vista como um constructo cultural); mas também a um valor cultural de grande valia social nos dias de hoje: a beleza. Portanto, o seu discurso de saúde é erigido a partir de uma imagem ideal: um corpo que não manifesta nenhum sinal de doença, mas vários sinais de beleza.

A respeito dos enunciados apresentados por estes textos, como matérias de capa prevalecem os textos voltados para orientar o leitor a emagrecer e ganhar massa muscular. Para melhor ilustrar esta constatação, a seguir são reproduzidas todas as matérias de capa aqui contempladas: “Shape forte já” (MH, jul 2013), “Detone 4 kg em 1 mês” (MH, ago 2013), “5 kg de musculo em 4 semanas” (MH, set 2013), “Detone seus pneus!” (MH, out 2013), “Sarado em 28 dias!” (MH, nov 2013), “A comida do verão!” (MH, dez 2013), “Seque na boa!” (MH, jan 2014), “Músculos definidos a jato!” (MH, fev 2014), “Corpo forte agora” (MH, mar 2014), “Queime 5 kg em 1 mês” (MH, abr 2014), “Braços fortes!” (MH, maio 2014), “Forte como o Hulk!” (MH, jun 2014).

Como é possível verificar acima, de 12 matérias de capa, 6 são destinadas a que o leitor se torne mais forte; 4 para o emagrecimento; 1 para nutrição e há a edição de novembro de 2013, que traz a matéria de capa “Sarado em 28 dias!”, que atende tanto a anseios por um corpo magro como para um corpo mais forte, pois, neste caso, o uso da gíria “trincado” faz com que a matéria se dirija a um tipo específico de corpo: o magro e musculoso. Estes títulos criam uma relação direta com a saúde se for considerado que um corpo forte não será apenas um aglomerado de músculos, mas a imagem de que esta força torna o organismo mais resistente diante das várias ameaças a que a saúde está exposta.

Ilustra esta ideia, o depoimento abaixo do médico especialista em cirurgia de coluna Vinicius Benites, que afirma que a musculação pode reduzir dores e trazer benefícios para quem sofre de hérnia protrusa. O mesmo raciocínio vale para um corpo magro, pois, segundo reportagem publicada pela Folha,

ter barriga avantajada por volta dos 40 anos pode quase triplicar o risco de desenvolver mal de Alzheimer e outros tipos de demência aos 70 anos, de acordo com um estudo realizado nos Estados Unidos. (FOLHA, 03 abril de 2016)

Portanto, um corpo magro pode ser de grande auxílio na manutenção da saúde. E para ambos os exemplos utilizados acima, a nutrição possui um papel fundamental: a dieta alimentar interfere tanto na construção de um corpo forte e musculoso, quanto na busca por um corpo magro. Ressalto que a alimentação é fundamental para o sujeito que busque satisfazer não só necessidades estéticas, mas principalmente as que possibilitam ter um corpo saudável. E este estado de saúde será mais facilmente associado a corpos magros e fortes, como as imagens das capas da MH, do que a corpos gordos e flácidos.

Outra característica dos textos da MH é o constante uso de gírias, pois elas estão presentes em todas as capas. O uso desta linguagem coloquial cria a possibilidade de que a revista seja vista com simpatia pelo leitor, pois ela estará fazendo uso de uma linguagem que, na maioria das vezes, é de fácil compreensão. O que é reforçado pelo uso de frases curtas e de rápida leitura. Isto aumenta a possibilidade de que o leitor consiga entender o enunciado facilmente. Seguindo esta lógica, o mesmo ocorrerá na leitura das matérias. Como exemplo do uso de gírias nos enunciados, cito as matérias “Homem de branco acerte no look” (que se

refere a dicas para o homem se vestir bem) e “O manual da rapidinha” (que dá dicas para que uma transa rápida seja motivo de sucesso e de boas recordações). Ambas as matérias foram publicadas na edição de dezembro de 2013.

Outro aspecto relevante em relação aos resultados é o de que as afirmações sobre o tempo necessário para se alcançar os resultados propostos pela matéria nunca ultrapassam um mês. Desta forma, as capas apresentam vocábulos que exercem uma forte influência sobre o leitor; como exemplo temos as seguintes palavras e expressões: “já”, “agora”, “a jato!”, “28 dias”, “4 semanas” e “1 mês”.

O motivo pelo qual estas palavras podem exercer sobre nós um verdadeiro fascínio é o fato de que elas prometem resultados em um curtíssimo espaço de tempo, um mês no máximo. Vaz (2008, p. 204) afirma:

essencial nessa lógica é a promessa do curto prazo dos resultados certos, seguros, claros: duas semanas para perder celulite, oito semanas para perder doze quilos, menos de um mês para dois centímetros de barriga ou de culote, e assim por diante. Tudo matematizado, racionalizado [...].

Vaz chama a atenção para o uso da matemática, não só para verbalizar a promessa de resultados que serão obtidos em um curto prazo, mas também para garantir a precisão dos resultados prometidos. Isto é, resultados padronizados e exatos, que serão obtidos por qualquer tipo de leitor. Em relação ao tempo, é preciso se atentar para o fato de que se este tempo fosse estendido para um tempo maior do que quatro semanas, os motivos para o leitor comprar a revista do mês seguinte diminuiriam. Assim, por detrás desta medida temporal, pode haver uma preocupação mercadológica.

Seguindo com esta ideia, outro aspecto que pode ser relacionado sobre a duração dos treinamentos oferecidos pela MH, é o de que o indivíduo contemporâneo quer tudo para “ontem”. Com o avanço de tecnologias que modificam nossa relação com o tempo e com o espaço, cada vez mais somos menos tolerantes com atividades que exijam uma dedicação e comprometimento maior, e que se estenda por um espaço de tempo que não seja curto, por menor que este seja.

Desta maneira, quando o indivíduo busca técnicas de treinamentos que permitam que ele transforme o aspecto físico de seu corpo rapidamente, as

consequências são que, primeiramente, ele se anima com a promessa que o treinamento oferece, e, posteriormente, ele se frustra com os resultados, pois para que estes apareçam de forma satisfatória é necessária uma genética que permita se atingir o resultado esperado, muita determinação, disciplina e um período de tempo significativo.

Tempo para o corpo responder aos novos estímulos e tempo para a pessoa conhecer seu corpo, isto é, a forma como ele responde a determinados estilos de vida ou estímulos decorrentes de atividades físicas e dietas alimentares. Portanto, neste caso, fazendo uso das ideias de Benjamin (1994, p. 115), a experiência é subtraída. E sem experiência, a formação é comprometida, assim como a autonomia estabelecida pelo conhecimento. Isto pode resultar em frustração, pois os resultados esperados não são atingidos. Desta maneira, o leitor, na esperança de não falhar novamente e movido pelo desejo de alcançar os resultados anunciados pela publicação do presente mês, e do mês anterior, pode se tornar um fiel consumidor da MH. Ou, como afirma Vaz (2008, p. 204)

[...] as cartilhas evangelizadoras do *fitness*, verdadeiros manuais iniciáticos e prescritivos dessa religiosidade oscilante, que dia após dia erige novos pastores, rituais e liturgias, as revistas ilustradas para o corpo. Elas repetem, até a exaustão, a mesma fórmula, o *sempre igual* com rosto de novidade, premissa fundamental da indústria cultural, na forma de promessas que nunca podem ser cumpridas.

Assim, estas questões que relacionam a saúde à imagem corporal podem se tornar um incômodo para o leitor, pois este, sem exercer um senso crítico sobre suas limitações, não percebe que os resultados prometidos são impossíveis de serem atingidos pela maioria das pessoas. Isto se deve ao fato de que a MH não leva em conta determinados dados pessoais, como faixa etária, condições de saúde e a classe socioeconômica de cada um de seus leitores e acaba publicando “receitas” de saúde que garantem o resultado prometido a qualquer pessoa, não importa se ela tenha 20 anos ou 50 anos, se ela tenha diabetes ou não, por exemplo.

Para se resguardar de críticas como esta, a MH conta com o respaldo de consultores que legitimam os discursos proferidos pela revista. E isto merece ser comentado, pois se de um lado, como já apontado, a revista traz em suas capas um vocabulário que não pertence ao universo acadêmico e nem à forma culta da língua portuguesa, visto que este linguajar faz uso de gírias, como se pode constatar nos

exemplos a seguir: “Saúde a mil Fim de ano sem pane” (MH, out 2013), “O rango que bate o estresse” (MH, nov 2013), “As biritas do verão!” (MH, jan 2014), “Malhe na água: shape sarado e muita curtição” (MH, fev 2014), “Estilo Conquiste as gringas” (MH, jun 2014); por outro, a MH conta com a consultoria de pessoas ligadas à academia, à pesquisa e à ciência, que fazem uso de um vocabulário que não pertence ao universo das gírias e das expressões informais. Aliás, nestes momentos, muitas vezes o próprio leitor não tem acesso ao vocabulário pelos especialistas consultados.

Desta forma, como primeiro exemplo, utilizo a capa da edição de julho de 2013 da MH, na qual se encontra o anúncio da seguinte matéria: “O treino inédito que trinca o abdome”. Este texto traz a gíria de academia “trinca”, que significa magro e musculoso, pois “trincar” quer dizer emagrecer de forma com que o corpo revele músculos na medida exata ou um corpo forte e definido, mas sem os excessos musculares de quem faz uso de alguma droga para ganhar músculos e, muitas vezes, acaba deformando o corpo e/ou colocando a saúde em perigo.

O uso desta linguagem informal continua quando se abre a primeira página da matéria e se depara com o seguinte texto: “Levante para construir seu tanque” (p. 61). Neste caso, “tanque” substitui a palavra abdome. Porém, para que a matéria não perca credibilidade e a revista confiabilidade, é possível encontrar na página 63, o seguinte texto:

“Permanecer muitas horas sentado pode prejudicar a postura, sobrecarregar a coluna e causar dores nas costas, no quadril, nos ombros e no joelho”, alerta o ortopedista Moisés Cohen, diretor do Instituto Cohen de Ortopedia, Reabilitação e Medicina do Esporte, em São Paulo. Mais: diminui a produção de lipase, enzima utilizada pelos músculos para queimar gordura. Isso pode elevar o nível de triglicérides e mau colesterol (LDL), o que aumenta o risco de doenças cardiovasculares mesmo em quem pratica exercícios regularmente, aponta estudo da Sociedade Americana de Câncer [...]

Na citação acima, a MH faz uso da palavra de um especialista, de um fragmento de um depoimento da Sociedade Americana de Câncer e apresenta um discurso construído por palavras como lipase, enzima, triglicérides e colesterol. Este texto acaba com qualquer desconfiança do leitor que suspeita da seriedade da revista em decorrência do uso de gírias e de uma linguagem informal na construção de seus textos de capa.

A edição de abril de 2014 traz a seguinte matéria de capa: “Queime 5kg em 1 mês. O treino que seca a jato!”. É possível dividir este exemplo em duas partes. A primeira, que faz uso da gíria “queime”, quer dizer “emagreça 5 quilos em 1 mês”; e a segunda parte, que traz a expressão “seca a jato”, que quer dizer que este treino faz com que o indivíduo emagreça de forma muito rápida (um mês). Ao consultar a matéria encontro, em sua primeira página, o título reproduzido de forma quase idêntica ao texto da capa: “Queime 5kg em 1 mês. O treino para você incinerar gordura e ficar sarado a jato!”. Assim, a diferença fica pelo uso da palavra “incinerar” e “sarado”. Estas palavras significam “queimar” (gordura) e “emagrecer”, respectivamente. Portanto, apesar da pequena modificação o significado ainda é o mesmo.

O primeiro diferencial que esta matéria apresenta é o de que a página na qual se encontra o texto acima não é numerada, pois ela constitui um pôster. Isto reforça o valor da imagem, pois um pôster, geralmente, é constituído por uma imagem que é fixada em local que possibilite a sua contemplação.

Este pôster traz em destaque sobre o título o nome da revista e o enunciado: “Série Pôster 04/2014”. Esta deveria ser a página 67, mas, como já informado, não há numeração nesta página dupla que, de um lado traz a imagem de um homem exibindo um abdome perfeito (assim como peito e braços) e em seu verso o treino com imagens e orientações escritas, que visam a eliminar qualquer dúvida sobre a execução dos exercícios propostos pela matéria. Isto reforça a leitura na qual o pôster serve como algo a ser contemplado, porém, neste caso, ele também assume a função pedagógica ao apresentar não só o resultado, mas o caminho (treino) para se chegar a este resultado que é objeto de contemplação e de admiração. Desta maneira, o pôster acaba sendo uma importante ferramenta na construção do imaginário de saúde utilizado e divulgado pela MH.

Esta matéria tem continuidade na página 67 que apresenta o seguinte texto: “Descubra seu metabolismo basal. Para saber quantas calorias seu organismo consome em repouso, use a seguinte fórmula...”. Desta maneira, a matéria ganha um ar de seriedade ao utilizar o termo “metabolismo basal” e aumenta sua credibilidade ao oferecer uma fórmula para o leitor descobrir o consumo de calorias de seu corpo, quando este se encontra em repouso.

A seguir a matéria apresenta a fórmula que anunciou na frase reproduzida acima, seguida por um exemplo, que são reproduzidos abaixo:

$ \begin{aligned} &(10 \times \text{Seu peso em kg}) \\ &+ (6,25 \times \text{Sua altura em cm}) \\ &- (5 \times \text{Sua idade}) \\ &\quad +5 \\ &= \text{seu metabolismo basal} \end{aligned} $
--

“Exemplo para o homem de 80 kg, 1,80m e 30 anos: $(800 + 1125 - 150) + 5 = 1780$ calorias” (MH, abr 2014, p. 67).

A partir desta fórmula e deste exemplo, o tom descontraído do texto da MH desaparece totalmente, possibilitando que o leitor atribua à matéria uma grande confiabilidade devido à utilização da fórmula e dos números que esta emprega. Nesta mesma página, é possível encontrar outros textos que reforçam esta imagem que a revista passa a transmitir. Por exemplo, há informações extraídas de um estudo realizado na Universidade Estadual da Califórnia (EUA) e também o seguinte texto

Os treinos mais eficientes para acelerar sua queima de calorias são aqueles compostos por sequências de oito a 12 exercícios que exigem flexão e extensão muscular combinadas com levantamento de peso. A conclusão é de um trabalho realizado pela Universidade do Norte da Flórida. (MH, abr 2014, p. 67)

Apesar deste texto utilizar um vocabulário mais simples, ele não faz uso de gírias e conta com a autoridade conferida por uma instituição de ensino norte-americana.

A página seguinte apresenta esclarecimentos e orientações fornecidas pela nutricionista Patrícia Davidson Haiat. Com estes exemplos, fica claro como a MH busca respaldo e autoridade nos discursos científicos (presentes na redação das matérias), que além de contribuírem para a construção da credibilidade da revista, permitem que os discursos por ela produzidos sejam identificados e legitimados como discursos pertencentes ao gênero da saúde, mesmo quando a revista faz uso da linguagem informal em determinados espaços, com destaque para os textos anunciados em suas capas.

Outra característica já apontada dos textos é a utilização de números em sua composição. Aqui, estes visam a quantificar os resultados e demonstrar o pequeno

período de tempo exigido pelas práticas propostas pela revista para que o leitor “atinja” os resultados anunciados.

Portanto, a revista procura criar um vínculo com o leitor por meio da linguagem informal que ela utiliza nos textos de sua capa, que transmitem a sensação de intimidade com o leitor (pela forma do trato que esta linguagem representa) e de que a leitura da revista será algo leve e não uma atividade difícil e desgastante, como a imagem que os textos acadêmicos, científicos ou ligados às áreas da saúde possuem. Por isto, a MH faz uso da consultoria de médicos, pesquisadores e professores para garantirem seriedade e credibilidade a seus enunciados.

Outro aspecto que chama a atenção é o de que, se por um lado, a linguagem informal utilizada revela que a leitura será algo tranquilo e até prazeroso, por outro, é grande o número de palavras com um teor agressivo. Por exemplo: “O treino inédito que trinca o abdome” (MH, jul 2013), “Anabolizante a droga que só ferra sua vida” (MH, ago 2013), “Detone seus pneus!” (MH, out 2013), “Os esportes de raquete que incineram calorias” (MH, mar 2014).

Portanto as palavras “trinca”, “ferra”, “detone” e “incineram” são palavras que carregam consigo um forte teor de agressividade e dão a entender que o combate ao excesso de gordura deve ser encarado com a seriedade e disciplina que uma guerra exige e que para vencer cada batalha o leitor não deve esmorecer em nenhum momento. Além destas palavras resgatarem valores de guerra (por exemplo, incinerar pode remeter ao Holocausto, que exterminou cerca de 6 milhões de judeus durante a Segunda Guerra Mundial), elas criam a imagem de que o leitor é um verdadeiro herói de guerra, pois em uma sociedade na qual cresce diariamente o número de pessoas acima do peso, este leitor se “mantém” magro. Ou, “como em uma guerra instituída *contra o corpo* é preciso ‘exterminar’, ‘destruir’, ‘dinamitar’, ‘eliminar’ os inimigos em células de gordura, excessos, rugas, desvios” (VAZ, 2008, p. 205, grifos do autor).

Também é grande a presença de palavras estrangeiras nas capas da MH, das quais cito: *shape, look, up, top, trash, fast-food*. O uso destas palavras em inglês confere um ar sofisticado à revista. Desta forma, o leitor da MH pode atribuir à revista e a si mesmo esta valoração decorrente do uso de palavras estrangeiras que a revista procura atribuir à sua identidade ao fazer uso destes vocábulos. Quando for

analisado o nome da revista, será melhor explorada esta característica constituída pelo uso que a palavra estrangeira pode conferir à MH.

Outro aspecto que é importante destacar é o de que o contato entre as mãos e o papel também interfere no processo de edificação de significados e sentidos apresentados pelos textos, pois o material do qual é feito o suporte⁶ do texto, também é permeado por valores, significados e sentidos conferidos pelo contexto histórico no qual está inserido.

Desta forma, o papel Couchê A 150 g/m² (segundo informações presentes no site da MH) com o qual a capa é impressa, pode conferir um ar de requinte e sofisticação à revista, graças à qualidade das reproduções das imagens impressas nele. Esta característica cria a possibilidade de se atribuir um maior valor e uma maior credibilidade às matérias publicadas pela MH, visto que há a possibilidade de o leitor associar a mesma qualidade do material utilizado em suas capas ao conteúdo das matérias que a MH publica.

Estas considerações realizadas sobre o texto reforçam a participação da MH como uma publicação que é voltada para o gênero de discurso da saúde, assim como o compromisso da revista em publicar um discurso crível e de qualidade.

2.3 O nome e o slogan

De imediato, o nome da revista reforça a relação da mesma com a área da saúde, pois, como já dito, seu nome traduzido para o português significa “saúde do homem”, e oferece fortes indícios sobre o campo ao qual a publicação se destina e sobre quais são os discursos que ela publica.

É de grande importância que não se ignore o fato de que a MH manteve seu nome em sua língua de origem, isto é, o inglês, pois, de acordo com Bakhtin (2010, p.p. 104-105, grifos do autor), a palavra estrangeira possui em si “a ideia de *poder*, de *força*, de *santidade*, de *verdade* [...]”. Desta forma, Bakhtin revela como a palavra estrangeira pode exercer certo “poder”, pois, além de força, ela se apresenta como a detentora da “verdade”. Portanto, duvidar dela seria um verdadeiro sacrilégio. Desta forma, ao deixar seu nome em inglês, a *Men’s Health* cria a possibilidade de ser

⁶Suporte é o meio pelo qual o texto se apresenta ao leitor. Pode ser a folha utilizada na impressão de um jornal, a folha utilizada em revistas de arte que apresentam um resultado sofisticado, a tela de computador, a placa de outdoor etc.

vista com maior respeito pelo leitor brasileiro, pois o nome da revista traz em si a “força” e o “poder” da palavra estrangeira.

Não é novidade o apreço que o brasileiro possui por produtos importados, em especial pelos norte-americanos. Sérgio Buarque de Holanda (1995, p. 166) já criticou este apreço e respeito do brasileiro pelo que é estrangeiro ao perceber “a ideia de que o país não pode crescer pelas suas próprias forças naturais: deve formar-se de fora para dentro, deve merecer a aprovação dos *outros*”. Por meio desse olhar crítico de Holanda, faço a mesma crítica ao leitor brasileiro da MH que pode acreditar que há uma superioridade de qualidade ao que é estrangeiro frente ao que é nacional. Este comportamento reforça a ideia de que há

um lugar central para os Estados Unidos não só no mundo da política, mas na História da humanidade, o que por si só já é bastante significativo. A ideia de que aquele país é um centro irradiador e que o restante da humanidade inevitavelmente o seguirá, é uma versão da História norte-americana possível de ser encontrada não só na academia, mas na “cultura média norte-americana”. (JUNQUEIRA, 2001, p.10)

Este olhar reservado à cultura norte-americana também é o olhar que grande parte dos brasileiros confere a esta cultura estrangeira. Basta verificar a quantidade de filmes norte-americanos que estreia semanalmente nas salas brasileiras, o número de músicas norte-americanas que toca em nossas rádios, o número de brasileiros que deseja conhecer a Disney. Enfim, são estas percepções que permitem inferir que o simples fato de a MH manter seu nome em inglês crie possibilidades de que sua credibilidade possa aumentar entre os leitores brasileiros, assim como o respeito pela revista.

Outro aspecto que permite reflexão é o que diz respeito à especificidade do gênero que é contemplado pelo nome, pois, como já dito, seu nome traduzido para o português significa “saúde do homem”. Esta informação revela o público ao qual a publicação se destina e quais são os discursos que ela publica. Porém, é interessante perceber que apesar da especificidade do gênero que é contemplado pelo nome, muitas das matérias presentes nas capas podem ser destinadas a ambos os gêneros e não somente aos homens. Por exemplo, matérias como “Saladas que dão a maior energia” (MH, Jul, 2013), “Dormiu mal? Despache o

cansaço na boa (MH, Dez, 2013), “Tenha o corpo que você sempre quis” (MH, Jan, 2014), “Yesssss! Chocolate turbina o shape” (MH, Abr, 2014).

Estes quatro exemplos, dentre outros, mostram matérias que não são exclusivas do universo masculino, pois tanto o homem quanto a mulher podem consumir saladas, e estas são alimentos que, geralmente, auxiliam as pessoas (independente do sexo) a ter mais disposição. O mesmo vale para pessoas que dormem mal ou para quem tem o sonho de ter um determinado tipo de corpo e, finalizando esta rápida leitura dos exemplos acima, qual o homem ou mulher que não gostaria de comer chocolate sem culpa? Ainda mais quando este pode auxiliar na transformação “positiva” do corpo.

Outra leitura possível é a de que a palavra *Men's*, que faz parte do nome e do logotipo, aparece de forma a expressar mais força e solidez do que a imagem feminina, que se encontra no lado oposto da palavra *men*. Isto se deve graças ao tamanho, à tipografia e à cor empregados na escrita desta palavra. Desta forma, possibilita-se uma leitura machista na qual os homens (*men*) são mais fortes e superiores que as mulheres. Esta leitura ainda possibilita que se veja o homem como o provedor da mulher, pois as modelos aparecem como se estivessem “sustentadas” pelo nome da revista, que serve de “base” para a imagem feminina quando esta aparece sobre o logo.

Outro elemento de grande importância para a MH criar sua imagem e sua identidade, e que aparece sempre junto ao nome, é seu slogan “Viver melhor é fácil”. Este está sempre acima do logotipo, mais especificamente sobre as letras “e” e “n” da palavra (como se pode observar nas figuras 12 e 13). Este local no qual o slogan se encontra permite criar a leitura de que a MH representa o meio, o suporte para quem deseja viver melhor. Neste caso, a revista, representada por seu nome, seria a base para se ter mais qualidade de vida (leitura similar à apresentada acima com as imagens femininas). Ou seja, a *Men's Health*, por meio de seu conhecimento, seria o alicerce para o homem que deseja não só viver melhor, mas viver com um mínimo de esforço necessário para resolver os problemas do cotidiano; desta forma, ele teria mais tempo para aproveitar os prazeres que a vida lhe oferece.

Como isto é possível? A MH não responde a esta questão de forma direta e clara, mas ao ler as matérias apresentadas na capa, o leitor pode inferir que a revista possui o conhecimento para que esta afirmação seja concretizada por meio do conhecimento que ela possui e compartilha. Conhecimentos estes que auxiliam

na promoção da saúde do leitor e, vale lembrar, que só se pode aproveitar a vida em sua plenitude se a condição saudável for um estado presente para qualquer indivíduo.

Sendo assim, entre inúmeras matérias anunciadas nas capas, podem-se encontrar: “Estilo trabalho. Fique elegante sem parecer careta!” (MH, jul 2013), “Anabolizante. A droga que só ferra sua vida” (MH, ago 2013), “Triatlo. Comece com tudo!” (MH, set 2013), “102 táticas para ficar + bonito agora!” (MH, out 2013), “15 táticas para ganhar mais memória” (MH, nov 2013), “Dormiu mal? Despache o cansaço na boa” (MH, dez 2013), “82 Táticas para ser melhor em tudo” (MH, jan 2014), “Vença os momentos decisivos da sua vida” (MH, fev 2014), “Encha o bolso de grana” (MH, mar 2014), “Sexo! Mande bem no primeiro encontro” (MH, abr 2014), “8 passos para prolongar a sua juventude” (MH, maio 2014), “O mundo a seus pés. Os looks e os produtos que não podem faltar na mala de viagem” (MH, jun 2014).

Estes 12 exemplos foram extraídos de cada uma das edições da MH aqui analisadas. Como é possível constatar a partir das matérias anunciadas acima, a MH oferece aos seus leitores matérias relacionadas diretamente à saúde, como no segundo exemplo (MH, agosto de 2013), no qual a revista alerta para o perigo do uso de anabolizantes. Porém, mais do que matérias sobre a saúde, como revelam os exemplos acima, há matérias que atendem a todas as esferas da vida masculina. Assim, o leitor terá a sua disposição matérias sobre alimentação, sexo, cuidados com a aparência, atividades físicas, aspectos profissionais, como ter “saúde” financeira, viagens etc. Destas, várias podem ser relacionadas à saúde. E isto reforça a ideia do nome da revista e seu alvo principal: saúde do homem.

Todavia, mais importante do que relacionar as seções da revista à área da saúde, é perceber que todas estas esferas contribuem para a promoção da saúde. Desta maneira, a MH se alinha com as ideias da “Primeira Conferência Nacional de Saúde”, que ocorreu em 1986, no Canadá. Neste evento se

introduziu a ideia de que o contexto social era um poderoso determinante da saúde porque moldava o comportamento individual, admitindo-se que a escolha do estilo de vida dependia da classe social. Com isto, uma visão ampliada de promoção da saúde implicava numa atuação sobre as iniquidades (incluindo o status socioeconômico), estendendo o âmbito da prevenção e apoiando o povo para enfrentar essas circunstâncias. Assim, a promoção da saúde passou de sua base nos estilos de vida à nova orientação

centrada nos fatores sociais e ambientais. (FERREIRA; BUSS, 2002, p.12)

De acordo com esta ideia, considero que a MH pode ser vista como uma publicação que contribui para a promoção da saúde, pois a revista divulga um imaginário de saúde que é construído a partir das diversas esferas sociais nas quais o homem transita. Estas esferas estão representadas na revista pela multiplicidade de seções oferecidas ao leitor. É importante observar que para o leitor seguir as orientações propostas pela revista, ele deve pertencer a uma determinada camada socioeconômica, pois o estilo de vida saudável presente no discurso publicado pela MH requer certo poder econômico. Assim, este pré-requisito permite afirmar que a imagem de saúde construída pelos discursos da MH possui classe social.

O exemplo da edição de janeiro de 2014 “82 Táticas para ser melhor em tudo” reforça a leitura acima e, por meio de sua redação, faz jus não só ao slogan da revista, mas também a seu nome, pois, ao utilizar o pronome indefinido “tudo” na redação do anúncio da matéria, a MH procura relacionar sua imagem ao seu slogan, já que a publicação se posiciona como uma revista que oferecerá auxílio ao leitor em todas as esferas de sua vida, inclusive a saúde, como anuncia seu nome.

Aqui é possível refletir sobre o papel da saúde como uma necessidade biológica fundamental para que o sujeito possa desfrutar de todos os benefícios e prazeres proporcionados pelas diversas esferas sociais. Por exemplo, é necessário ser saudável para se desfrutar de todos os benefícios que a prática de atividades físicas proporciona ou dos prazeres que uma vida sexual intensa, ou não, possa oferecer.

A saúde também terá um papel de grande importância para a imagem que uma pessoa apresenta. Uma pessoa saudável apresenta uma boa postura, uma grande disposição, equilíbrios físico e mental; enfim, a saúde contribui para a construção de uma aparência bonita, agradável e cativante.

Portanto, se por um lado a MH auxilia na promoção da saúde por meio do estilo de vida que ela propõe; por outro, é necessário, antes de tudo, ser saudável para seguir os treinamentos, regimes alimentares e condutas divulgadas pela revista. Por isto, aqui vale o dito popular: “quem tem saúde tem tudo!”. E, não ignorando esta sabedoria popular, as matérias de capa da MH são sempre voltadas para a construção de um corpo saudável e bonito. Isto é, elas visam à saúde de seu leitor para que este possa usufruir os demais assuntos abordados pela revista.

Assuntos que, por sua vez, como em uma avenida de mão dupla, promovem a saúde do leitor, e esta contribui para a construção de uma imagem física que abarca os valores contemporâneos de beleza. Lembrando que é necessário que o leitor possua os recursos econômicos necessários para seguir o que é ditado pela revista.

As leituras apresentadas até então revelam que os textos presentes nas capas possibilitam uma multiplicidade de significados. Isto ocorre porque “o sentido da palavra é totalmente determinado por seu contexto. De fato, há tantas significações possíveis quantos contextos possíveis” (BAKHTIN, 2010, p. 109).

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve início a partir da seguinte dúvida: a revista MH pertence ao grupo de revistas que integram o gênero de discurso da saúde ou o gênero de discurso da beleza?

Por meio das análises das capas da MH aqui apresentadas, durante o período de julho de 2013 a junho de 2014, pode-se afirmar que o discurso da MH pertence ao gênero da saúde. Entretanto, devido ao uso que a MH faz das imagens de homens de inquestionável beleza em suas capas, isto não fica tão evidente em um primeiro contato com a revista. O texto verbal também contribui para esta leitura, pois trabalha com a divulgação de matérias que podem atender a leitores de várias faixas etárias. Entretanto, fica evidente que eles visam aos jovens. Estes foram os principais motivos que me levaram a associar a MH ao gênero de revistas que possuem a beleza masculina como o principal alvo de seus discursos.

Portanto, a primeira razão que possibilita uma leitura que ignore que a MH é uma revista voltada para a saúde masculina são as imagens de belos homens presentes em suas capas. Esta leitura ocorre devido a visibilidade que os corpos masculinos possuem, uma vez que a maior parte de cada capa é constituída pela imagem de um belo homem. Esta imagem, que ocupa cerca de metade do espaço da capa, valoriza a beleza corporal de cada modelo. E esta beleza é simbolizada principalmente por corpos magros e musculosos.

Não há dúvidas de que, como foi possível constatar durante a pesquisa, a imagem de um corpo magro e musculoso, além de ser reconhecido como um belo corpo, concomitantemente será reconhecido como um corpo saudável, pois, se por um lado, ser magro e musculoso em nossa sociedade significa ser bonito, por outro lado, são estas mesmas características que permitem que um indivíduo seja reconhecido como saudável. Desta maneira, não só os discursos da beleza, mas também os discursos da saúde podem ser escritos a partir destes dois traços físicos. E é isto que faz a MH, pois ela constrói seu discurso da saúde a partir da simbiose desses dois discursos, o da saúde e o da beleza. Portanto, não há dúvidas de que os discursos aqui analisados são representantes do gênero de discurso da saúde. Entretanto, esta assertiva não isenta a MH de outras leituras.

Durante a leitura das capas é possível constatar que a semelhança física entre os modelos é tamanha, a ponto de que todos apresentem uma imagem que acaba idealizando um padrão corporal. Padrão este, ditado por três características:

corpo magro, forte e jovem. É importante frisar que não basta ser magro, é preciso apresentar um corpo forte, como estabelecem as matérias de capa da MH que visam ao ganho de massa muscular. Portanto, a imagem deste corpo magro é construída não só por um corpo sem excesso de peso, mas também por músculos bem definidos e modelados, características essas que permitem classificar esses corpos como saudáveis e belos, visto que um corpo doente não possuirá esses traços, pois, por exemplo, o excesso de gordura é uma grande ameaça para a saúde e para os valores de beleza atuais.

Porém, e o indivíduo que não se encaixa neste padrão? Se ele for apenas magro, ele não será saudável? Se ele não for jovem, ele não terá saúde? Lógico que uma pessoa que não se enquadre nos padrões divulgados pela revista poderá ser saudável. Desta forma, a primeira constatação é a de que revista exclui de seu imaginário de saúde pessoas saudáveis, mas que não são belas e jovens. Não basta ser apenas saudável, também é necessário ser belo e jovem, segundo esse imaginário. Estas características do discurso de saúde utilizado pela MH podem ser constatadas pelas imagens presentes nas capas, pois não só as imagens masculinas, mas também as femininas são de modelos jovens e de beleza inquestionável, segundo os nossos padrões. Desta maneira, a beleza presente em corpos que avançam no tempo e que já trazem marcas da idade em sua pele também é ignorada pela revista, assim como questões de saúde próprias de faixas etárias mais avançadas; isto é, questões que se preocupam mais com a qualidade de vida do que com a beleza corporal. Por isto, para o imaginário utilizado pela MH, não basta apenas ser bonito, uma vez que a esta beleza deve-se associar a preocupação e os cuidados para procurar se estender ao máximo o brilho e vigor da juventude.

Esta relação entre saúde, beleza e juventude revelou outro traço do imaginário de saúde utilizado pela MH que até então não era claro: o da erotização da beleza. Durante as leituras realizadas, foi se tornando evidente que o valor cultural de beleza propagado pela revista não visa apenas à contemplação, mas à erotização do corpo, pois há uma preocupação com que a imagem do corpo seja alvo de admiração e de que este tenha a capacidade de seduzir graças a suas formas. De um lado, o corpo saudável causa admiração por suas formas perfeitas e pelo poder que emana delas - poder que pode ser ilustrado pelas qualidades e valores simbólicos presentes nas imagens de corpos fortes e de musculatura

definidas; de outro, a capacidade de seduzir graças a uma beleza inquestionável; beleza própria de corpos saudáveis. Esta leitura oferece uma explicação para a supremacia das imagens de corpos jovens nas capas da MH, pois um dos traços da beleza jovem é a capacidade de despertar o desejo sexual. Porém, se sensualidade for um dos enunciados constituintes desta beleza, como o é nos discursos aqui analisados, também é verdade que ela vai minando com o passar do tempo. É esta leitura que permite afirmar que os discursos de saúde voltados para a população idosa novamente são excluídos desta publicação, pois estes são constituídos de outros enunciados, que visam principalmente à qualidade de vida e não à busca pela fonte da juventude. O mesmo vale para a saúde e beleza infantis, que são constituídas de outros enunciados, de outros discursos.

A parte do discurso constituída pelo texto verbal também contribui para afirmar que este imaginário é voltado, preferencialmente, para o jovem, pois as matérias anunciadas nas capas abusam de gírias e expressões informais. Outro indício de que os jovens são os leitores preferenciais da revista, são as matérias anunciadas em suas capas com dicas para que seu leitor não tenha dificuldade para seduzir e conquistar o sexo oposto, revelando que, possivelmente, ele não deve ter o compromisso e a responsabilidade que um relacionamento estável exige. Aqui, as matérias mostram que o sucesso nesta área se revela mais pela quantidade de parceiras que um homem tem do que pela qualidade dos seus relacionamentos. E para este estilo de vida são necessários o vigor, a saúde e a disponibilidade que se têm, principalmente, quando se é jovem.

Outro problema decorrente do imaginário de saúde utilizado pela MH é o fato de ela disseminar um discurso que se apresenta como universal. Por isto, existe a possibilidade de que o sujeito que não possui características genéticas que lhe permitam ter um corpo como os presentes nas capas da MH, possa entrar em um ciclo de consumo angustiante, alimentado por um imaginário de saúde que lhe será inacessível devido às suas limitações naturais. Assim, além da frustração, que pode comprometer a saúde mental, também há o perigo de que sua saúde física seja comprometida no momento em que ele se submete a práticas que não respeitem suas características e limitações biológicas. É isto que pode levar o leitor a fazer uso de medicamentos, ou mesmo drogas, para emagrecer ou ficar mais forte, e que possam ser uma séria e perigosa ameaça à sua saúde. Por outro lado, a possibilidade de acesso a cirurgias, tratamentos, dietas e treinamentos que visam

não só a promover a saúde, mas também a beleza, acaba por criar um mercado que visa a atender pessoas que podem ser saudáveis, mas que não conseguem ingressar no imaginário de saúde, no qual a beleza e a juventude são importantes enunciados disseminados pela MH. E vale registrar que este mercado não é acessível a qualquer indivíduo. Desta forma, torna-se claro que o discurso de saúde disseminado pela MH não é acessível a todas as faixas socioeconômicas.

É inquestionável a importância da atividade física e da alimentação na promoção da saúde, visto que esses são reconhecidos de forma inquestionáveis como práticas fundamentais para se ter uma vida constituída por hábitos saudáveis. Conseqüentemente, quanto mais se adota as recomendações da revista para se ter um corpo saudável, maior será a possibilidade desse corpo ir se enquadrando nos padrões de beleza vigentes na atualidade e de se “estender” a juventude e a saúde do corpo, pois, como é do conhecimento da maioria das pessoas, a prática regular de exercícios físicos combinada a uma dieta saudável, não só auxilia na promoção da saúde, mas contribui para a produção de um corpo que cada vez mais se encaixa no imaginário de saúde proposto pela revista, além de possuir a beleza que impera em nossa sociedade. Trata-se de uma saúde representada nas imagens de corpos magros, musculosos e, conseqüentemente, se não belos, o mais próximo possível deste valor simbólico de grande apreço em nosso tempo. Entretanto, para a maioria dos leitores, este ideal de beleza dificilmente será atingido ou reproduzido em sua totalidade.

Portanto, não nego que a MH, ao proporcionar meios para que o leitor fique forte e magro, contribua sim, tanto para promover a saúde quanto para construir a beleza de qualquer corpo, pois seus enunciados principais são compostos por matérias que apresentam planos de atividades físicas e dietas alimentares. E como é do conhecimento da maioria, estas práticas, quando bem orientadas e frequentes, são fundamentais para se ter e manter a saúde. Também é indiscutível que elas fazem parte de um imaginário que auxilia na diminuição do peso e ajuda a definir e modelar os músculos.

Além de discursos oriundos do gênero de discursos da beleza, há outros gêneros que participam do discurso de saúde da revista, como os discursos oriundos da estética, da educação física e da nutrição. Porém, a presença de enunciados provenientes de outros gêneros de discursos que não o da saúde, não impede que a MH se apresente e seja reconhecida como uma publicação voltada

para a saúde masculina, pois como afirma Bakhtin (2010), as possibilidades de qualquer gênero de discurso passar a incluir em seu campo outros enunciados é infinita, visto que conforme os discursos se tornam mais complexos, maior a chance de eles abarcarem outros discursos em sua construção e criarem novas formas de enunciações. Desta forma, mostra-se legítimo o uso que a MH faz não só de discursos oriundos do campo da estética, mas também de discursos originários dos campos da educação física, da alimentação, da sexualidade e da própria saúde na construção de seu discurso da saúde.

Isto esclarece porque os discursos citados dialogam entre si e todos contribuem para o fortalecimento e propagação de um discurso da saúde e, se avaliada, a imagem masculina em sua capa, certamente será apreciada como a de uma pessoa saudável. São estas leituras que possibilitam que seu discurso seja legitimado como um discurso da saúde.

Todavia, há contradições entre matérias que ensinam práticas que têm por objetivo fazer com que o leitor emagreça de forma rápida e o anúncio de matérias que exaltam o consumo de churrasco, fast food ou produtos como a cerveja e o chocolate, pois além de engordarem, estes alimentos são incompatíveis com as imagens de “corpos saudáveis” que ilustram o discurso utilizado pela revista e não devem contar no cardápio de quem deseja ter um corpo saudável.

Portanto, não há dúvidas de que o discurso disseminado pela *Men's Health* legitima a revista como uma publicação voltada para a saúde. Porém, mais do que contribuir para a promoção da saúde, a revista pode acabar prestando um desserviço à grande maioria dos leitores que a buscam como um instrumento que auxilie no desejo de se ter um corpo saudável. Isto se deve a vários fatores, dos quais alguns merecem destaque.

Primeiro, as práticas físicas e receitas publicadas pela revista são apresentadas como conhecimentos de inquestionável credibilidade, pois a revista faz uso da palavra de especialistas (médicos, professores de educação física, nutricionistas, pesquisadores entre outros profissionais – é importante destacar que a maioria desses, além da graduação, são especialistas, mestres e doutores) e instituições (faculdades e universidades, nacionais e estrangeiras) que corroboram por meio de depoimentos, pautados por pesquisas e estudos, com a legitimidade, confiabilidade e viabilidade das informações divulgadas pelas matérias (não só as de capa, mas a grande maioria das matérias) publicadas pela MH. Desta maneira, ao

contar com o “testemunho” de profissionais vinculados às áreas acadêmicas e de pesquisa, a MH consegue mais do que legitimar seus discursos, ela consegue apresentar os objetivos visados por suas matérias como algo totalmente viável para qualquer pessoa, pois, repito, são pesquisadores, médicos, professores, entre outros especialistas, que garantem a exequibilidade dos resultados propostos pelas matérias, que contam com o aval de pessoas que passam boa parte da vida a estudar, pesquisar e trabalhar com os assuntos retratados em cada matéria.

É isto que permite apresentar a segunda crítica, que coloca em dúvida o quanto a revista contribui para a promoção da saúde, pois, ao apresentar os objetivos que o leitor deve atingir, a publicação, por meio do vocabulário utilizado na construção dos textos que ilustram as matérias anunciadas em suas capas, revela uma violência que é própria dos ditadores, papel que a MH assume para si. Isto se deve ao uso de verbos na forma imperativa. Ao escolher essa forma de conjugação verbal, a MH não apresenta sugestões a seus leitores, mas ordens que devem ser cumpridas com a submissão e disciplina de um soldado. Essa imagem, a do soldado, que executa o que lhe é mandado sem qualquer questionamento ou reflexão, caminha na contramão de práticas que visem a uma educação e formação que têm por objetivo que o sujeito desenvolva a sua autonomia e capacidade de discernimento e crítica, em outras palavras, que o preparem para contribuir para que a sociedade seja cada vez mais justa e inclusiva.

No caso da MH, fica claro como essa ideia de inclusão é descartada, pois a partir do modelo de saúde com o qual a revista trabalha, apenas as pessoas jovens, belas, magras e fortes serão consideradas saudáveis. O sujeito que é magro, mas não forte, não será considerado saudável, segundo o imaginário utilizado pela MH. O mesmo vale para o sujeito que possui saúde, mas está fora do peso. Resumindo, por mais saudável que seja, quem não se enquadra no imaginário utilizado pela revista é ignorado e excluído. Os objetivos são apresentados com um vocabulário que reforça essa leitura, pois é comum o uso de palavras como “detone”, “domine”, “conquiste”, “incinere”, “queime” e “derrote”. Isto é, essas palavras remetem ao combate, à guerra, à dizimação e não a valores como a inclusão, o companheirismo, a diversidade.

Outro traço que dever ser questionado é uso dos números nas capas da MH, pois são eles que revelam uma precisão cirúrgica. Por exemplo: “Detone 4 KG em 1 mês” ou “Queime 5KG em 1 mês”. Os objetivos são apresentados com a mesma

precisão que é requisitada em cirurgias ou na guerra, quando se tem que acertar o alvo, o que significa que não há espaço para outro resultado, como perder um pouco menos (ou um pouco mais) de 4kg no prazo de um mês. Novamente os vocábulos aqui utilizados possuem um papel fundamental nessa tarefa, pois a quantidade de peso a ser perdida é determinada pelos verbos e expressa pelos números. O leitor sabe a quantia exata de peso que ele deve detonar ou queimar e quanto tempo ele possui para realizar sua tarefa, lembrando a presença da disciplina e determinação de um soldado que não analisa outras variáveis que podem interferir para a viabilidade e para o êxito dessa missão. No caso da revista, vale destacar que variáveis como a idade do leitor, as características relacionadas ao biótipo de cada sujeito, a fatores relacionados ao contexto sociocultural e econômico do leitor, interferem sim nos resultados. Enfim, variáveis que são de grande importância para quem pretende realizar atividades físicas e/ou seguir qualquer tipo de dieta, e não podem, em hipótese alguma, ser ignoradas.

O contexto econômico do leitor revela mais um olhar que contribui para essa leitura, o de que a MH mais exclui do que inclui, pois quando olhadas por esse aspecto, as práticas anunciadas pelas matérias não são acessíveis a qualquer indivíduo. Elas exigem que o leitor possa despender dinheiro e tempo para realizá-las. Como exemplo, vale lembrar o sanduíche de lombo bovino que é citado no início desta pesquisa.

O tempo determinado pela MH, sempre um mês, para se conseguir os resultados, também ignora que cada indivíduo possui um corpo que responde de forma singular a qualquer treinamento ou dieta. O tempo para se alcançar determinado resultado, dificilmente será o mesmo para duas pessoas, quanto mais para o universo de leitores de uma determinada publicação, como é o caso da MH. O mesmo vale para os objetivos estabelecidos, pois para se alcançar qualquer resultado predeterminado é necessário um atendimento individual e único, não universal, como faz a revista.

Finalizo, com dois apontamentos. Primeiro, observo que a busca pelo corpo saudável apresentado pela revista pode levar o leitor a fazer escolhas que possam comprometer e sacrificar sua saúde, pois a imagem de corpo saudável vinculada pela MH é utópica para a maioria das pessoas. Desta forma, o leitor pode colocar em risco sua saúde física e emocional, pois a cada procedimento adotado a chance de fracasso é maior do que a de sucesso e, conseqüentemente, o leitor pode se

sentir frustrado. Segundo, observo, em sala de aula, o grande desejo entre os adolescentes de possuírem um corpo similar aos que encontro nas capas da MH. Isto se deve ao fato de que a MH faz uso de um imaginário que não é exclusivo dela, mas que é representante de um padrão mercadológico. Desta forma, o “corpo saudável” presente nas capas da MH é o “mesmo corpo” dos protagonistas da indústria cinematográfica, das novelas, das capas de outras publicações voltadas para a saúde e/ou beleza. É esta qualidade mercadológica deste imaginário de saúde que torna relevante sua discussão na esfera da educação, sem esquecer que este tema faz parte dos Parâmetros Curriculares Nacionais.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BAKHTIN, M. M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. 14 ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. 5ª. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

BAUMAN, Z. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BELLEY, M. **Depois do metrosssexual, conheça o spornsexual**. 2014. Disponível em: <<http://vida-estilo.estadao.com.br/noticias/moda,depois-do-metrosssexual-conheca-o-spornsexual,1511487>>. Acesso em: 09 jan. 2016.

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BURKE, P. **Uma história do conhecimento**: de Gutemberg a Diderot. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CAMBI, F. **História da pedagogia**. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2ª ed. 2ª reimp. São Paulo: Contexto, 2013.

COMUNIQUE-SE. **Editora Abril encerra Men's Health, Women's Health e Playboy**. Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/especiais/79434-editora-abril-encerra-men-s-health-women-s-health-e-playboy>>. Acesso em :27 maio 2016.

COSCARELLI, C. V. Textos e hipertextos: procurando o Equilíbrio. **Linguagem em (Dis)curso**, Palhoça, SC, v. 9, n. 3, p. 549-564, set./dez. 2009.

COSTA, B. C. G. **Estética da violência**: jornalismo e produções de sentido. Campinas: Editora Unimep, 2002.

CZERESNIA, D.; MACIEL, E. M. G. S.; OVIEDO, R. A. M. **Os sentidos da saúde e da doença**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2013.

DEL PRIORE, M. **O príncipe maldito**: traição e loucura na família imperial. Rio de Janeiro: Objetiva 2007.

DÍAZ, Esther. **La ciencia y el imaginario social**. 1 ed. Buenos Aires: Biblos, 1996.

ECO, U. **Conceito de texto**. São Paulo: T. A. Queiroz: Ed. da Universidade de São Paulo, 1984.

EXAME.COM. **Conheça os perigos da gordura abdominal**.

Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/noticias/conheca-os-perigos-da-gordura-abdominal>>. Acesso em: 27 mar. 2016.

FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 6 ed. São Paulo: Blucher, 2011.

FELIX, P. **A cada 2 minutos, um homem faz cirurgia plástica no Brasil**. 2015.

Disponível em: <http://saude.estadao.com.br/noticias/geral,a-cada-2-minutos--1-homem-faz-plastica-no-brasil,1789239> . Acesso em: 01 nov. 2015

FERREIRA, J. R.; BUSS, P. M. Atenção primária e promoção da saúde. In: Ministério da Saúde. Secretaria de Políticas de Saúde. Projeto Promoção da Saúde. **As Cartas da Promoção da Saúde**. Brasília: Ministério da Saúde, 2002. p. 7-17.

FOLHA DE S.PAULO. **Barriga grande aos 40 aumenta risco de Alzheimer, diz estudo**. 2008. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/bbc/2008/03/386304-barriga-grande-aos-40-aumenta-risco-de-alzheimer-diz-estudo.shtml>>. Acesso em: 03 abr. 2016.

FOLHA DE S.PAULO. **saúde responde: exercícios combatem dor de protrusão no pescoço?** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2015/11/1703393-saude-responde-exercicios-combatem-dor-de-protrusao-no-pescoco.shtml>>. Acesso em: 03 abr. 2016.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I**: A vontade de saber. 22 imp. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FOUCAULT, M. **O nascimento da clínica**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREIRE, P. **A importância do ato de ler**: em três artigos que se completam. São Paulo: Autores Associados: Cortez, 1983.

GALLO, Silvio. Corpo ativo e a filosofia. In: MOREIRA, WAGNER WEY (Org). **Século XXI**: a era do corpo ativo, Campinas, SP: Papiros, 2006.

GARBOGGINI, F. B. O homem na publicidade da última década. Uma cultura em mutação? **Educar**, Curitiba, n. 26, p. 99-114, 2005.

GEORGEN, P. Apresentação. In: COSTA, B. C. G. **Estética da violência: jornalismo e produções de sentido**. Piracicaba: Editora Unimep, 2002. p. 1-4.

GONÇALVES, E. M. **Propaganda & linguagem: análise e evolução**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

GRIMBERG, J. **Estilo lumbersexual faz sucesso entre homens modernos e conquista as mulheres**. 2015. Disponível em: < <http://vida-estilo.estadao.com.br/noticias/moda,estilo-lumbersexual-faz-sucesso-entre-homens-modernos-e-conquista-as-mulheres,1680872> >. Acesso em: 09 jan 2016.

GUIMARÃES, L. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume. 2003.

G1. **71 MIL BRASILEIROS CONCENTRAM 22% DE TODA RIQUEZA; VEJA DADOS DA RECEITA**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/08/71-mil-brasileiros-concentram-22-de-toda-riqueza-veja-dados-da-receita.html>>. Acesso em: 28 jan. 2016.

G1. **Uma pesquisa publicada pelo Datafolha no final de novembro de 2015 revelou que a Saúde é segunda maior preocupação dos brasileiros**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2015/11/datafolha-aponta-que-corrupcao-e-maior-preocupacao-dos-brasileiros.html>>. Acesso em: 8 jan. 2015.

HOLANDA, S. B. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

HUXLEY, A. **Admirável mundo novo**. São Paulo: Globo, 2001.

JUNQUEIRA, M. A. **Estados Unidos: a consolidação da nação**. São Paulo: Contexto, 2001.

LE GOFF, J. **A História nova**. 5 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

LE GOFF, J.; TRUONG, N. **Uma história do corpo na Idade Média**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MALTA, G. **Para melhorar o visual, homens fazem transplante de barba**. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2015/10/1693232-para-melhorar-visual-homens-fazem-transplante-de-barba.shtml> >. Acesso em: 02 nov. 2015

MEN'S HEALTH. Edição 98. Ano 9. n 2. jun. 2014

MEN'S HEALTH. Edição 97. Ano 8. n 13. mai. 2014

MEN'S HEALTH. Edição 96. Ano 8. n 12. abr. 2014

MEN'S HEALTH. Edição 95. Ano 8. n 11. mar. 2014

MEN'S HEALTH. Edição 94. Ano 8. n 10. fev. 2014

MEN'S HEALTH. Edição 93. Ano 8. n 9. jan. 2014

MEN'S HEALTH. Edição 92. Ano 8. n 8. dez. 2013

MEN'S HEALTH. Edição 91. Ano 8. n 7. nov. 2013

MEN'S HEALTH. Edição 90. Ano 8. n 6. out. 2013

MEN'S HEALTH. Edição 89. Ano 8. n 5. set. 2013

MEN'S HEALTH. Edição 88. Ano 8. n 4. ago. 2013

MEN'S HEALTH. Edição 87. Ano 8. n 3. jul. 2013

MOULIN, A. M. O corpo diante da medicina. In: CORBIN, A.; COURTINE, J-J.; VIGARELLO, G. (Dir.). **História do corpo** – 3. As mutações do olhar. O século XX. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

NIETZSCHE, F. W. **Ecce homo**: como alguém se torna o que é. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

PUBLI ABRIL. **Men's health**. 2015. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/marcas/42/revista/informacoes-gerais>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

SAMPAIO, G. R. **Nas trincheiras da cura**: as diferentes medicinas no Rio de Janeiro imperial. Campinas: Editora da UNICAMP, CECULT, IFCH, 2001.

SCLIAR, M. História do conceito de saúde. **Physis: Rev. Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v.17 n.1, p. 29-41, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/physis/v17n1/v17n1a03.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2016.

STEVENSON, Robert Louis. **O médico e o monstro**. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2007.

VAZ, F. A. Corpo, espetáculo, fetichismo: questões para a compreensão do movimento da indústria cultural hoje. In: DURÃO, A. F.; ZUIN, A.; VAZ, A. F. (Org.). **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008. p. 199-211.

WIKIPÉDIA. **Men's Health**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Men%27s_Health>. Acesso em: 05 mar. 2015.

WILLIAMS, R. **Design para quem não é designer**: noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 1995. (1995, p. 85)